

消費者の安全・安心な暮らしのための重点施策2018-19

経済財政運営と改革の基本方針2018(平成30年6月15日閣議決定)

消費者の安全・安心を確保するため、成年年齢引下げを見据えた未成年への消費者教育の強化や高齢者等の見守りネットワーク構築、内部通報制度に係る認証制度の導入による事業者のガバナンスの強化、HACCPに沿った衛生管理の推進等による食の安全の確保、遺伝子組換え食品の表示基準等の充実を進めるとともに、食品ロスの削減に向け、国、地方自治体、事業者、消費者などの様々な関係者が連携した国民運動の推進やICT活用等による民間企業の取組の促進を図る。

第196回国会における安倍内閣総理大臣施政方針演説(平成30年1月22日)

成人年齢を十八歳に引き下げの中で、消費者契約法を改正し、若者などを狙った悪質商法の被害を防ぎます。

「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向け、

1. 政策課題に対応した消費者行政を充実・強化するとともに、
 2. SDGsの推進や、
 3. 生命身体の安全・安心の確保、
 4. 消費者庁の体制基盤の整備等、
- を行う。



1. 政策課題に対応した消費者行政の充実・強化

(1) 消費者行政体制の強化

- ① 地方消費者行政の充実・強化
- ② 消費者行政新未来創造プロジェクトの推進(プロジェクトの成果の全国展開、基礎的調査研究の推進等)
- ③ 新たな消費者問題への対応(仮想通貨、ギャンブル等依存症対策等)
- ④ 食品表示制度の推進・普及に向けた取組強化
- ⑤ 物価関連対策の着実な実施(消費税増税の円滑な実施等)

(2) 若年者・高齢者等の安全・安心の確保

- ① 成年年齢引下げに向けた若年者への消費者教育の推進
- ② 高齢者の見守りネットワーク構築の推進
- ③ 訪日外国人6千万人時代に向けた消費生活相談体制整備

(3) 法執行機能の強化

- ① 確実な法執行・制度運用のための体制の維持・強化
- ② 公益通報者保護制度の実効性向上のための体制整備
- ③ 悪質事案に係る確実な被害回復の取組(特定適格消費者団体による消費者の被害回復等)

2. SDGsの推進(持続可能な消費の推進、国際化への対応等)

- ① 消費者被害防止等のための国際連携強化
- ② 食品ロスの削減に係る取組の一層の推進
- ③ 消費者志向経営の推進

3. 生命身体の安全・安心の確保

- ① 事故情報の収集及び類型化等による分析の深化
- ② 子どもや高齢者の事故防止に係る注意喚起・情報提供の充実による消費者に対する発信力の強化
- ③ 地方公共団体等によるリスクコミュニケーションの実施支援や科学的根拠に乏しい食品安全に関する情報への対応強化

4. 消費者庁の体制基盤の整備等

- ① セキュリティ強化や働き方改革等に資する情報システムの整備
- ② 公文書管理体制の強化
- ③ 働き方改革による効率的・効果的な業務執行体制の確立

消費者庁 平成 31 年度予算概算要求について

平成 30 年 8 月
消費者庁

概要

- 消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応し、消費者の安全・安心を確保することが必要。
- そのため、消費者庁としては「成年年齢の引下げを見据えた未成年への消費者教育の強化や高齢者等の見守りネットワーク構築、内部通報制度に係る認証制度の導入による事業者のガバナンスの強化」（経済財政運営と改革の基本方針 2018（平成 30 年 6 月 15 日閣議決定））などのために必要な予算要求を行う。

重点事項の柱

- 「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向け、
1. 政策課題に対応した消費者行政の充実・強化
 2. SDGs の推進（持続可能な消費の推進、国際化への対応等）
 3. 生命身体の安全・安心の確保
 4. 消費者庁の体制基盤の整備等
- を行う。

概算要求額

- 一般会計は 145.3 億円（前年度予算（119.3 億円）比 22%増）
- 一般会計と東日本大震災復興特別会計分 4.8 億円（復興庁一括計上）の合計額で 150.1 億円（前年度予算（124.2 億円）比 21%増）

平成 31 年度予算概算要求について

区分	平成 30 年度 予算額	平成 31 年度 概算要求額※	増減額	増減率
一般会計	119.3 億円	145.3 億円	25.9 億円	+22%
復興特会	4.8 億円	4.8 億円	—	—

※「新しい日本のための優先課題推進枠」43.7 億円を含む。

1. 政策課題に対応した消費者行政の充実・強化

- (1) 消費者行政体制の強化
 - **地方消費者行政強化交付金** **40.0 億円（24.0 億円）**
 - ◇ 消費生活を取り巻く環境が年々変化していることに伴い、消費者問題は多種多様に複雑化していることを踏まえ、従来の体制では対応できない国として解決すべき消費者行政の課題に意欲的に取り組む地方公共団体の取組を支援する。また、地方消費者行政強化作戦を踏まえ、消費生活相談窓口の整備や消費生活相談員資格の取得促進など、身近で質の高い相談・救済を受けられる地域体制の強化等を図る。加えて、消費者被害の立き入り等を防止するため、あらゆる消費者問題に対応する「消費者ホットライン(188)」の更なる周知に努める。
 - **地方消費者行政推進交付金（復興特会）** **4.8 億円（4.8 億円）**
 - ◇ 消費サイドの放射性物質検査体制の整備など、東日本大震災の被災地の復興に向けた取組を継続的に実施する。
 - **シェアリングエコノミーに関する実証実験等** **16 百万円（16 百万円）**
 - ◇ ICT を介して個人等の遊休資産を活用するシェアリングエコノミーに関し、その普及に伴い発生する可能性のある消費者問題に対応するため、徳島県を実証フィールドとした実証実験を行う。また、消費者行政新未来創造オフィスにおいて、有識者等で構成される新未来創造研究会を開催し、上記の実証実験の結果も踏まえ、新技術が変革する将来の消費生活をより豊かなものとするため、今後の消費者行政の在り方について議論を行う。
 - **加工食品の新たな原料原産地表示制度の普及・啓発** **85 百万円の内数（72 百万円の内数）**
 - ◇ 食品表示法に基づく新たな食品表示制度において課題の一つとなっている加工食品の新たな原料原産地表示制度の普及・啓発のために必要な取組を

実施する。

- 食品表示制度の適正化のための取組 56.0億円の内数 (45.0億円の内数)
 - ◇ 食品表示制度の適正な運用を確保するため、販売されている食品の表示の監視に必要となる遺伝子組換え食品やアレルギー物質を含む食品の検査法の開発について調査研究を行う。

- 物価関連対策の着実な実施 91.0万円 (67.0万円)
 - ◇ 平成31年10月に消費税率の引上げが予定されているところ、消費税の円滑かつ適正な転嫁対策を進めるべく、物価モニター調査の規模を拡充し、情報収集などを行う。

(2) 若年者・高齢者等の安全・安心の確保

- 若年者への消費者教育の推進 18.0万円 (7.0万円)
 - ◇ 民法改正に伴う成年年齢引下げに向けた若年者への消費者教育の強化のため、消費者庁が作成した「社会への扉」などの消費者教育用教材を活用し、全国の高等学校等に実践的な消費者教育を展開する。また、「社会への扉」を特別支援学校等で活用する際の利便性や有効性の向上を図る。

- 地方における実践的な消費者教育の取組の推進

- ◇ 地方消費者行政強化交付金 [再掲]

地方公共団体等による、消費者教育教材を活用した教員向けの研修の実施などの取組のほか、消費者教育を担う多様な関係者や機会を調整する「消費者教育コーディネーター」の育成・配置など成年年齢引下げに対応した若年者に対する実践的な消費者教育の実施に向けた取組を支援する。

- ◇ 独立行政法人国民生活センター運営費交付金

34.1億円の内数 (32.9億円の内数)
消費者教育の専門家の確保が困難な地方公共団体の要請に応じて、専門家を派遣するほか、消費者教育コーディネーターを育成するために必要な講師派遣等を行う。

- 消費者安全確保地域協議会構築の推進

- ◇ 地方消費者行政強化交付金 [再掲]

40.0億円の内数 (24.0億円の内数)
高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、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）の構築を推進する。

- 訪日・在日外国人の消費の安全の確保

- ◇ 地方消費者行政強化交付金 [再掲]

40.0億円の内数 (24.0億円の内数)
訪日・在日外国人の消費の安全の確保のため、地域における消費生活相談に係る体制の充実を図る。

- ◇ 独立行政法人国民生活センター運営費交付金 [再掲]

34.1億円の内数 (32.9億円の内数)
独立行政法人国民生活センターにおいて、訪日外国人が日本国内で消費者被害に遭った際に相談できる電話窓口を運用するなど体制整備を行う。

(3) 法執行機能の強化

- 公益通報者保護制度の実効性の向上 107.0万円 (64.0万円)
 - ◇ 消費者の安全・安心を損なう法令違反等に対応する公益通報者保護制度の普及促進に加え、民間企業や行政組織等において当該制度を担う専門人材を育成するための専門講座や研修会等を企画・実施するほか、公益通報者保護制度の実効性向上のための内部通報制度に関するエキスパート資格制度の導入を検討する。

- 消費者団体訴訟制度の機能強化 38.0万円 (38.0万円)

◇ 悪質事案による消費者被害の実態調査等を行うことにより、消費者団体訴訟制度の機能強化を図る。

2. SDGsの推進（持続可能な消費の推進、国際化への対応等）

- 消費者サミットの開催 115.0万円（新規）

◇ 日本がG20の議長国を務める2019年内に、G20等の関係機関が出席する「消費者サミット」を日本で開催し、国際的な消費者被害の未然・拡大防止、効果的な消費者施策の立案等に係る情報共有などを行う。

- 越境取引増加に伴うトラブルへの対応

- ◇ 独立行政法人国民生活センター運営費交付金 [再掲]

34.1億円の内数 (32.9億円の内数)
海外事業者との取引で被害に遭った消費者の相談窓口である国民生活センター越境消費者センター（以下「CCJ」という。）において、引き続きトラブル解決のために必要な支援を行う。

- ◇ 越境取引に関する消費者相談の海外展開に要する経費 12 百万円 (12 百万円)
諸外国の消費者相談の実態や連携に係る課題の調査等を通じ、CCJ と海外の消費者相談関係機関等との更なる連携体制の強化を図る。
- 食品ロス削減のための普及啓発 19 百万円 (6 百万円)
 - ◇ 関係省庁と連携して食品ロス削減国民運動を展開するとともに、食品ロス削減に向けて、消費者が認識を高め、消費行動の改善を促すような普及啓発を実施する。また、国内外における食品ロス削減の実態調査を実施するとともに、当該調査結果を踏まえ、食品ロス削減に向けた対策を検討する。
- 地方でのエシカル・ラボ開催等を通じた倫理的消費の普及 17 百万円 (17 百万円)
 - ◇ 倫理的消費 (エシカル消費) の概念の普及や多様な主体によるムーブメント作りのため、地方でエシカル・ラボを開催し、先進的な事例の紹介等を通じた全国的な普及・展開を図る。
- 消費者志向経営の更なる推進 11 百万円 (8 百万円)
 - ◇ 事業者による消費者志向経営に関する優良な取組を表彰するほか、消費者志向の取組の調査・分析を行うなど、消費者志向経営の更なる推進を図る。

5

3. 生命身体の安全・安心の確保

- 当事者意識の醸成のための研究 6 百万円 (新規)
 - ◇ 消費者事故の再発防止策が消費者に浸透しているとは言い難い状況に鑑み、当該事故に直接関係のない消費者が当事者意識を持ち、再発を防止・減少させるため、心理学者や安全学関係者等による検討会において、既存の普及啓発ツールの改善や、再発防止策浸透のためのツールの研究等を行う。
- リスクコミュニケーション推進体制の強化 79 百万円 (36 百万円)
 - ◇ 食の安全に関して、消費者庁の総合調整の下、多様な主体・手法によるリスクコミュニケーションを推進するため、効果的な意見交換の実施手法の調査研究等を実施し、その成果として啓発資料を作成し、消費者にとって分かりやすい情報発信に取り組み。また、全国の地方公共団体が主体的にリスクコミュニケーションを実施するための支援を行う。

4. 消費者庁の体制基盤の整備等

- セキュリティ強化や働き方改革等に資する情報システムの整備 911 百万円の内数 (660 百万円の内数)
 - ◇ 情報セキュリティレベルの強化、職員のワークライフバランスの向上、大規模災害時の業務・システム継続性の確保に重点を置いた新たな消費者庁 LAN システムが平成 31 年 1 月に稼動することを受け、副データセンターの監視強化や大規模災害想定の代替試験の実施、機密情報漏えい等の危険性検出の対策等を実施する。
- PIO-NET の刷新
 - ◇ 独立行政法人国民生活センター運営費交付金 [再掲] 34.1 億円の内数 (32.9 億円の内数)
全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET) の刷新に向け、消費生活センター等の相談現場における業務の効率化・高度化のため、平成 30 年度に実施する最新の動向 (人工知能 (AI) や音声認識技術等) に関する調査及び導入に向けた検討を踏まえ、次期システムの設計・開発等を行う。

平成31年度消費者庁予算概算要求（内訳）

（単位：百万円）

項目別	30年度 予算額	31年度 要求額	比較 増減額
【消費者庁政策費】			
○消費者庁の企画立案	85	221	136
○インターネット取引等に関する調査	52	57	5
○消費者の財産被害に関する情報の集約・分析・対応	28	28	0
○消費生活に関する制度の企画・立案・推進	83	87	4
○公益通報者保護の推進	64	107	43
○地方消費者政策の推進	167	175	8
（地方消費者庁推進交付金及び地方消費者庁行政強化交付金を除く。）			
○地方消費者庁行政強化交付金	2,400	4,000	1,600
○消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	50	56	6
○消費者政策の企画立案のための調査等経費	90	99	9
○物価対策・事業者連携の推進	75	102	27
○消費者安全に関する啓発の推進	36	79	43
○消費者の安全確保のための施策の推進	135	173	38
○消費者事故調査等の推進	85	108	23
○消費者取引対策の推進	262	295	33
○消費者表示対策の推進	193	199	6
○食品表示対策の推進	283	295	12
【復興特別会計】			
○被災4県の消費者庁への支援（地方消費者庁推進交付金）	482	482	0
【その他】			
○国民生活センター運営費交付金	3,290	3,412	122
○消費者庁人件費	3,130	3,339	209
○消費者庁一般行政経費	1,426	1,695	269

義務的経費	3,840	4,056	216
裁量的経費	8,093	10,472	2,378
東日本大震災復興特別会計	482	482	0
合計（一般会計＋復興特別会計）	12,416	15,010	2,594
（うち一般会計）	11,934	14,528	2,594

※消費者庁新未来創造オフィスに関連する平成31年度予算概算要求額は3.9億円（前年度3.9億円）。

※四捨五入の関係で、計数は必ずしも一致しない。

「新しい日本のための優先課題推進枠」要望一覧

消費者庁

（単位：千円）

項目別事業名	要望額
地方消費者庁行政の推進	4,000,000
地方消費者庁行政強化交付金	4,000,000
国民生活センター運営費交付金	370,700
PIO-NET2020 システムの設計・開発、プロジェクト管理支援	313,600
PIO-NETシステムにおけるデータの遠隔地保管に必要な経費	37,100
若年者の消費者教育推進のための専門家活用推進事業	20,000
合計	4,370,700

消費者庁 平成 31 年度機構・定員要求について

1. 概要

○ 消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応し、消費者の安全・安心を確保することが必要。

○ そのため、消費者庁としては「成年年齢の引下げを見据えた未成年への消費者教育の強化や高齢者等の見守りネットワーク構築、内部通報制度に係る認証制度の導入による事業者のガバナンスの強化」(経済財政運営と改革の基本方針 2018 (平成 30 年 6 月 15 日閣議決定)) などのために必要な機構・定員要求を行い、体制整備を図る。

2. 機構・定員要求のポイント

① 機構要求事項

- 消費者教育推進課の新設 1
- 公文書監理官(参事官級)の新設 1
- 消費者制度課企画官(公益通報者保護制度推進担当) 1
- 食品表示企画課保健表示室長 1

② 定員要求事項 計 29 名(その他定員合理化により 3 名削減)

- 政策課題に対応した消費者行政の充実強化
 - ・ 消費者教育推進担当 8 名
 - ・ 公益通報者保護制度推進担当 3 名
 - ・ 原料原産地表示監視担当 1 名
 - ・ 食品表示制度企画立案担当 2 名
 - ・ 地方消費者行政分析担当 2 名
- SDGs の推進(持続可能な消費の推進、国際化への対応等)
 - ・ 国際連携担当 3 名
 - ・ 食品ロス削減推進担当 2 名
 - ・ 消費者志向経営推進担当 1 名
- 生命身体の安全・安心の確保
 - ・ リスクコミュニケーション担当 1 名
 - ・ 子ども・高齢者事故防止担当 1 名
- 消費者庁の体制基盤の整備等
 - ・ サイバーセキュリティ・情報化担当 4 名
 - ・ 公文書管理担当 1 名

概要

- 国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的に取り組む地方公共団体に対して、PDCAサイクルによる進捗管理を行いながら、複数年(3年程度)の計画的な取組を支援する。
 - 特に、緊急的に取り組むべき課題については、補助率を引上げ、取組の推進を図る。
- 国の政策による制度変更等について正確な情報を消費生活センターが消費者に提供できるように消費生活センターの機能の維持・充実を図るため、国が指定する研修への参加費等を支援する。
- 引き続き、どこに住んでも質の高い相談・救済が受けられるよう体制整備を支援する。

地方消費者行政強化事業(補助率：1/2)

○ 重要消費者政策に対応する地方消費者行政の充実・強化

事業メニュー

(1) SDGsへの対応

- ・消費者安全確保地域協議会の構築等
- ・障害者に対する消費生活相談体制の整備
- ・食品ロス削減の取組
- ・倫理的(エシカル)消費の普及・促進
- ・消費者志向経営の普及・促進

(2) 国の制度改正等に対応した重要消費者政策

<特に緊急的に取り組むべき課題>

- ・消費税率引上げ等への対応
 - ・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
- ※補助率の引上げ

- ・法執行体制の強化
- ・風評被害の払拭のための取組
- ・公益通報者保護制度の推進
- ・適格消費者団体等の設立に向けた支援
- ・原料原産地表示制度の普及・啓発
- ・高度情報化社会における相談対応の実施

○ 国の重要政策に係る消費生活相談員レベルアップ事業

研修メニュー

- ・ギャングル等依存症対策
- ・AV出演強要問題
- ・成年年齢下げに係る法制度、消費者教育
- ・消費税率引上げ及び軽減税率制度の導入
- ・放射性物質に係る食品の風評被害

- ・新たな加工食品の原料原産地表示制度
- ・仮想通貨に関する問題
- ・破産・民事再生に関する手続
- ・医療法改正を踏まえた特定商取引に関する法律の理解促進
- ・サブリースに関する問題

- #### <補助対象>
- ・消費生活相談員
 - ・消費者行政担当職員
 - ・教員

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)

- 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の事業※について引き続き支援 ※被災4県及び熊本県においては、特例的に新規事業の立ち上げを支援。

【地方消費者行政強化事業】

区分		対象経費	交付率
1. 重要消費者政策に対応する地方消費者行政の充実・強化	(1) SDGsへの対応	①消費者安全確保地域協議会の構築等	消費者安全確保地域協議会構築のための協議会委員謝礼、研修開催経費、広報・啓発経費、業務委託費、実態調査（アンケート）費
		②障害者に対する消費生活相談体制の整備	障害者からの消費生活相談を受けるための体制（手話通訳等）整備に係る費用、障害者へ消費生活相談窓口を周知するための経費、障害者への消費者教育講師謝礼・教材作成費、障害者を見守る人へ消費生活相談窓口を周知するための経費、障害者を見守る人への消費者教育講師謝礼・教材作成費、実態調査（アンケート）費
		③食品ロス削減の取組	研修開催経費、シンポジウム開催経費、広報・啓発経費、消費者教育講師謝礼・教材作成費、実態調査（アンケート）費
		④倫理的消費の普及・促進	研修開催経費、シンポジウム開催経費、広報・啓発経費、消費者教育講師謝礼・教材作成費、実態調査（アンケート）費
		⑤消費者志向経営の普及・促進	研修開催経費、シンポジウム開催経費、広報・啓発経費、消費者教育講師謝礼・教材作成費、実態調査（アンケート）費
	(2) 国の制度改正等に対応した重要消費者政策	①地方公共団体における法執行体制の強化	事業委託費、人件費、執務参考資料の整備に係る費用、専門家の執務スペースの整備に係る費用、職員旅費、業務委託先である外部専門家の旅費
		②若年者への消費者教育の推進	研修開催経費、広報・啓発経費、消費者教育講師謝礼・教材作成費、消費者教育コーディネーター委託費・人件費、実態調査（アンケート）費
		③訪日・在日外国人に対する相談窓口の整備	訪日・在日外国人からの消費生活相談を受けるための体制（通訳等）整備に係る費用、訪日・在日外国人へ消費生活相談窓口を周知するための経費、訪日・在日外国人への消費者教育講師謝礼・教材作成費、実態調査（アンケート）費
		④風評被害の払拭のための取組	研修開催経費、マルシェ開催経費、シンポジウム開催経費、消費者教育講師謝礼・教材作成費、広報・啓発経費
		⑤公益通報者保護制度の推進	研修開催経費、シンポジウム開催経費、執務参考資料の整備に係る費用、消費者教育講師謝礼・教材作成費、通報窓口の整備に係る費用、広報・啓発経費
		⑥適格消費者団体及び特定適格消費者団体設立に向けた支援	研修開催経費、シンポジウム開催経費、電話相談・相談会開催に係る費用、広報・啓発経費
		⑦原料原産地表示制度の普及・啓発	消費者等を対象とした普及・啓発に係る費用
		⑧消費税率引上げ及び軽減税率制度導入への対応	研修開催経費、シンポジウム開催経費、消費者等を対象とした広報・啓発経費、実態調査（アンケート）費
	2 (国が指定する研修への参加等)	以下に掲げる事項に関する消費者トラブル・契約トラブル防止に係る研修 <ul style="list-style-type: none"> ・ギャンブル等依存症対策 ・AV出演強要問題 ・成年年齢引下げに係る法制度、消費者教育 ・消費税率引上げ及び軽減税率制度の導入 ・放射性物質に係る食品の風評被害 ・新たな加工食品の原料原産地表示制度 ・仮想通貨に関する問題 ・破産・民事再生に関する手続 ・医療法改正を踏まえた特定商取引に関する法律の理解促進 ・サブリースに関する問題 	研修参加のための旅費・負担金、研修開催経費

1 / 2

地方消費者行政推進交付金の制度概要

○消費者庁設立と併せ、地方消費者行政の充実・強化のためのスタートアップ支援として、「地方消費者行政活性化基金」を造成。

- ① 平成26年度より当初予算化。平成29年度を新規事業の開始期限。
- ② 事業メニューごとに活用期限(主に7年間)を設ける。
- ③ 平成26年補正予算より、単年度の交付金化(基金の繰り入れ不可。)

↑ 徐々に自主財源化

累計：約540億円

○地方消費者行政活性化基金

20年度2次補正	150億円	21年度補正	80億円
24年度当初	5億円(一般会計) /	3.6億円(復興特会※)	
24年度補正	60.2億円		
25年度当初	5億円(一般会計) /	7.3億円(復興特会※)	
25年度補正	15億円		
26年度当初	30億円(一般会計) /	7.0億円(復興特会※)	

○地方消費者行政推進交付金(「骨太の方針」における基金見直しにより、単年度交付金化)

26年度補正	20億円	
27年度当初	30億円(一般会計) /	4.8億円(復興特会※)
27年度補正	20億円	
28年度当初	30億円(一般会計) /	4.8億円(復興特会※)
28年度補正	20億円	
29年度当初	30億円(一般会計) /	4.8億円(復興特会※)
29年度補正	12億円	

※被災4県(岩手、宮城、福島、茨城)が対象

事業メニュー

1. 消費生活相談機能整備・強化事業
 - ・消費生活センターの整備(広域連携による整備を含む)
 - ・専門的な消費生活相談への対応力強化(弁護士等専門家の活用)
 - ・商品テスト機能の強化
 - ・裁判外紛争処理機能の強化
2. 消費生活相談員養成事業
 - ・消費生活相談員の計画的・集中的な養成
3. 消費生活相談員等ヘルプアップ事業
 - ・消費生活相談員等の研修
4. 消費生活相談体制整備事業
 - ・消費生活相談員の配置・増員、処遇改善
5. 市町村の基礎的な取組に対する支援事業
 - ・都道府県による市町村支援
6. 地域社会における消費者問題解決力の強化に関する事業
 - ・消費者教育の推進
 - ・地域のリーダー育成
 - ・事業者指導や法執行強化
 - ・先駆的プログラム等
7. 消費者安全法47条2項に基づく法定受託事務
 - ・事業者への立入調査
 - ・地域の見守りネットワーク推進
 - ・消費者団体の支援
 - ・先駆的プログラム等

地方消費者行政推進交付金に係る財政措置の活用期間について

- 地方消費者行政推進交付金における新規事業の開始は**平成29年度まで**としている。
- 各地方公共団体において長期的視点に立った体制整備を進められるようにするため、**個別事業ごとの交付金の活用期間**を定めている。
- 活用期間に沿って実施することにより**最長で39年度まで**交付金の財政支援は活用可能

自治体 類型	事業 メニュー	平成29年度	H30	H31	H32	H33	H34	H35	H36	H37	H38	H39	
		新規個別事業の開始期限											
		平成29年度までに開始した事業を継続して支援											
通常自治体	①消費生活センター等 整備	地方消費者行政推進交付金活用期間【3年】			首長表明による特例【12年】								
	②消費生活相談員 (人件費、研修費等)	地方消費者行政推進交付金活用期間【7年】							首長表明による特例【12年】				
	③消費者教育・啓発等 (※4)	地方消費者行政推進交付金活用期間【7年】							首長表明による特例【12年】				
小規模自治体 (※2)	①消費生活センター等 整備	地方消費者行政推進交付金活用期間【5年】					首長表明による特例【12年】						
	②消費生活相談員 (人件費、研修費等)	地方消費者行政推進交付金活用期間【9年】											
	③消費者教育・啓発等 (※4)	地方消費者行政推進交付金活用期間【9年】											

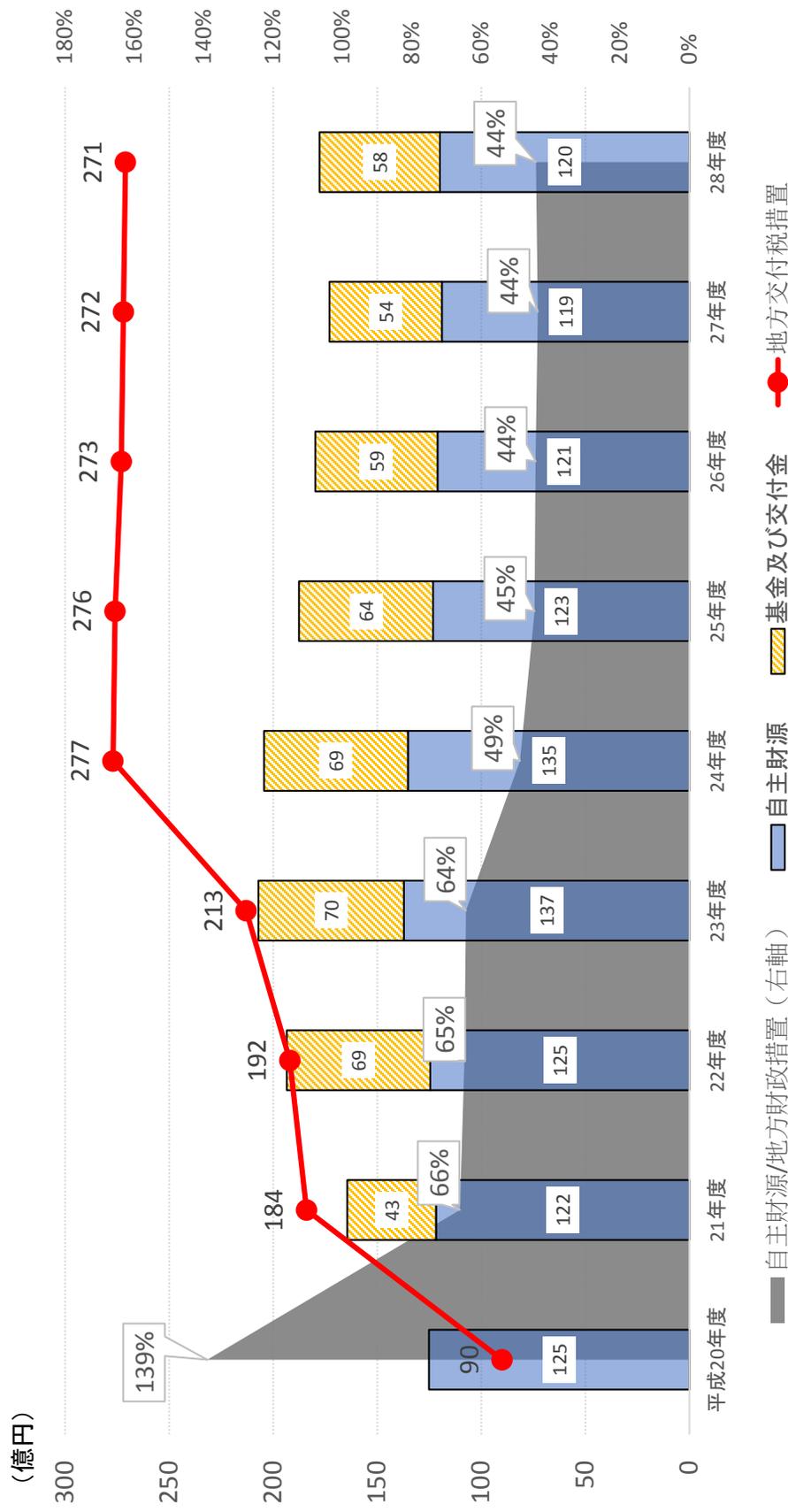
※1 図上、平成29年度から開始した事業のみを抜粋しているが、平成28年度以前に実施したものについても、交付金の活用期間の適用を受ける。
 ※2 小規模自治体とは、人口5万人未満、かつ財政力指数0.4未満の市町村
 ※3 雇止めの規定をおく自治体は活用期間2年短縮
 ※4 効率的な事業執行を実現する観点から、一定の制約(1事業あたりの限度額(1500万円))を設定

地方消費者行政活性化基金について

- **「地方消費者行政強化作戦」の目標達成**に必要な事業に限って活用できる。
- 活用期限は**平成29年度末までを**目的としており、期限終了後は、清算の後、残余額は国庫に返納することとなる。

地方消費者行政予算の推移

- 消費者庁創設以来、地方交付税措置が増額された一方、地方の自主財源は概ね横ばい。
- 地方交付税措置に対して、交付金を除く地方の自主財源は50%を下回っている。



(注) 地方交付税措置は、国から地方に交付される普通交付税(単位費用)における消費者行政経費

1. 消費者行政予算の状況

(1-1) 消費者行政予算の推移：平成30年度当初予算は前年比減。うち自主財源は前年比増

(単位：百万円)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度 (注1)	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	前年度差	増減率
全自治体計	14,530	19,472	20,708	19,409	17,961	17,770	17,510	17,774	18,470	17,000	▲ 1,470	▲ 8.0%
基金及び 交付金	1,417 (9.8%)	7,215 (37.1%)	6,986 (33.7%)	5,679 (29.3%)	4,963 (27.6%)	5,118 (28.8%)	4,914 (28.1%)	5,784 (32.5%)	6,161 (33.4%)	4,165 (24.5%)	▲ 1,996	▲ 32.4%
自主財源	13,114 (90.2%)	12,257 (62.9%)	13,723 (66.3%)	13,730 (70.7%)	12,997 (72.4%)	12,652 (71.2%)	12,585 (71.9%)	11,990 (67.5%)	12,309 (66.6%)	12,836 (75.5%)	527	4.3%

※ 当初予算ベース。

※ 平成26年度の補正予算以降、地方消費者行政活性化交付金(基金)から地方消費者行政推進交付金へ移行し、平成30年度当初予算以降は、地方消費者行政強化交付金へ移行しているため、「基金及び交付金」欄については、平成25年度までは基金のみの額、平成26年度以降は基金と交付金の合計額となっている。

(注1)平成23年度予算のみ最終予算ベース。

(1-2) 消費者行政予算の推移：平成29年度最終予算は前年比増 (V-1(3)②)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年度差
全自治体計	16,439	19,350	20,708	20,441	18,763	17,980	17,295	17,355	17,921	566
基金及び 交付金	4,263 (25.9%)	6,891 (35.6%)	6,986 (33.7%)	6,911 (33.8%)	6,442 (34.3%)	5,873 (32.7%)	5,398 (31.2%)	5,651 (32.6%)	5,924 (33.1%)	273
自主財源	12,177 (74.1%)	12,459 (64.4%)	13,723 (66.3%)	13,530 (66.2%)	12,322 (65.7%)	12,108 (67.3%)	11,897 (68.8%)	11,704 (67.4%)	11,997 (66.9%)	293

※ 最終予算ベース。

※ 平成26年度の補正予算以降、地方消費者行政活性化交付金(基金)から地方消費者行政推進交付金へ移行しているため、「基金及び交付金」欄については、平成25年度までは基金のみの額、平成26年度以降は基金と交付金の合計額となっている。

(2) 消費者行政予算のない市区町村数：平成30年度は前年比増 (V-1(4)③)

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
市区町村数	223	144	114	139	135	138	141	160	125	132

※平成29年度までは最終予算であり、平成30年度は当初予算である。

※ 赤枠内は「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」の調査結果。

1

2. 相談窓口の状況

(1) 消費生活センターの数：市区町村（政令市を除く。）では前年比増 (I-1(2)①)

各年4月1日現在

	平成 21年	平成 22年	平成 23年	平成 24年	平成 25年	平成 26年	平成 27年	平成28年		平成29年		平成30年	
								前年差	前年差	前年差	前年差		
全自治体計	501	611	684	724	745	763	786	799	13	830	31	855	25
都道府県	123	116	113	110	106	103	102	97	▲ 5	94	▲ 3	88	▲ 6
(うちサブセンター数)	(76)	(69)	(66)	(63)	(59)	(56)	(55)	(50)	(▲ 5)	(47)	(▲ 3)	(41)	(▲ 6)
政令市	26	30	30	31	31	31	31	31	0	31	0	31	0
(うちサブセンター数)	(8)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)	(11)		(11)		(11)	
市区町村(政令市を除く)	351	462	538	579	603	624	648	661	13	693	32	725	32
広域連合、一部事務組合	1	3	3	4	5	5	5	10	5	12	2	11	▲ 1

(2) 市区町村(政令市を除く。)における相談窓口(消費生活センターを含む。)の設置状況

：センター設置率は上昇している (I-1(3))

各年4月1日現在

	平成 21年	平成 22年	平成 23年	平成 24年	平成 25年	平成 26年	平成 27年	平成28年		平成29年		平成30年	
								前年差	前年差	前年差	前年差		
相談窓口設置の市区町村数 (設置率)	1,375 (77.6%)	1,490 (86.1%)	1,580 (91.4%)	1,603 (93.1%)	1,627 (94.5%)	1,717 (99.8%)	1,721 (100.0%)	1,721 (100.0%)	0	1,721 (100.0%)	0	1,721 (100.0%)	0
うちセンター設置 (センター設置率)	379 (21.4%)	525 (30.3%)	636 (36.8%)	725 (42.1%)	773 (44.9%)	814 (47.3%)	862 (50.1%)	932 (54.2%)	70	1,019 (59.2%)	87	1,084 (63.0%)	65
うち単独設置	348	462	536	577	601	622	647	660	13	691	31	724	33
広域連携	31	63	100	148	172	192	215	272	57	328	56	360	32
うち相談窓口設置	996	965	944	878	854	903	859	789	▲ 70	702	▲ 87	637	▲ 65
うち単独設置	989	959	939	869	843	893	849	783	▲ 66	694	▲ 89	635	▲ 59
広域連携	7	6	5	9	11	10	10	6	▲ 4	8	2	2	▲ 6
相談窓口未設置の市区町村数 (未設置率)	396 (22.4%)	241 (13.9%)	148 (8.6%)	119 (6.9%)	95 (5.5%)	4 (0.2%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0	0 (0.0%)	0	0 (0.0%)	0
(参考)市区町村数	1,771	1,731	1,728	1,722	1,722	1,721	1,721	1,721	0	1,721	0	1,721	0

※「広域連携」は、広域連合、一部事務組合又はその他の広域的な連携により相談窓口(消費生活センターを含む。)を設置している自治体の数。

※ 赤枠内は「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」の調査結果。

2

3. 消費者行政担当職員の配置状況

(1) 消費生活相談員の配置：相談員数は前年比増、資格保有者は前年比増（Ⅱ-3(3)）

各年4月1日現在

	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年		平成29年		平成30年	
								前年差	前年差	前年差	前年差	前年差	前年差
全体	2,800	3,146	3,321	3,391	3,371	3,345	3,367	3,393	26	3,434	41	3,438	4
うち資格保有	2,140 (76.4%)	2,328 (74.0%)	2,490 (75.0%)	2,569 (75.8%)	2,549 (75.6%)	2,612 (78.1%)	2,659 (79.0%)	2,701 (79.6%)	42	2,704 (78.7%)	3	2,797 (81.4%)	93
うち消費生活相談員資格試験合格者※	-	-	-	-	-	-	-	-	-	514 (19.0%)	-	967 (34.6%)	453
うち資格未保有	660 (23.6%)	818 (26.0%)	831 (25.0%)	822 (24.2%)	822 (24.4%)	733 (21.9%)	708 (21.0%)	692 (20.4%)	▲16	730 (21.3%)	38	641 (18.6%)	▲89

※改正消費者安全法（平成28年4月1日施行）第10条の3に規定する登録試験機関による消費生活相談員資格試験に合格した者。

(2) 消費者行政担当の事務職員の配置：事務職員数は前年比減（Ⅱ-2(3)）

各年4月1日現在

	平成21年	平成22年	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年		平成29年		平成30年	
								前年差	前年差	前年差	前年差	前年差	前年差
全体	5,190	5,226	5,180	5,182	5,158	5,200	5,183	5,230	47	5,255	25	5,209	▲46
うち専任職員	1,494	1,570	1,588	1,560	1,528	1,531	1,497	1,489	▲8	1,478	▲11	1,440	▲38
うち兼務職員	3,696	3,656	3,592	3,622	3,630	3,669	3,686	3,741	55	3,777	36	3,769	▲8

※ 赤枠内は「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」の調査結果。

3

4. 消費生活相談員の処遇等の状況

(1) 消費生活相談員の平均報酬額（1時間当たりの報酬単価）（Ⅲ-2(3)）

：平均報酬額は全体で微増

単位：円、各年4月1日現在

	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年		平成29年		平成30年		増減率
						前年差	前年差	前年差	前年差	前年差	前年差	
全体	1,499	1,507	1,510	1,526	1,520	1,537	17	1,552	15	1,561	9	0.6%
都道府県	1,443	1,466	1,437	1,456	1,469	1,489	20	1,507	18	1,511	4	0.3%
政令市	1,657	1,650	1,615	1,626	1,634	1,644	10	1,639	▲5	1,645	6	0.4%
市	1,459	1,466	1,477	1,500	1,481	1,495	14	1,514	19	1,525	11	0.7%
区	2,249	2,237	2,241	2,253	2,268	2,277	9	2,292	15	2,283	▲9	▲0.4%
町村	1,369	1,384	1,455	1,425	1,431	1,466	35	1,466	▲0.2	1,483	17	1.2%

※全体には、広域連合及び一部事務組合を含む。

(2) 雇止めの規定等の有無：

雇止めの規定等がある自治体は減少

平成30年4月1日現在

	全自治体		「無」		「有」		その他（相談員なし等）	
	前年差	前年差	前年差	前年差	前年差	前年差	前年差	
都道府県	47	0	47	0	0	0	0	0
政令市	20	0	20	0	0	0	0	0
市区町村等	1,729	0	1,714	44	12	▲1	3	▲43
合計	1,796	0	1,781	44	12	▲1	3	▲43

※雇止めの規定等がある自治体の有る都道府県：岩手県（1市）、宮城県（2市）、群馬県（1市）、石川県（1市）、長野県（1市）、岐阜県（1市1町）、福岡県（2市）、沖縄県（2市）

※「雇止め」：条例、規程等（人事等の内部規程を含む。）において、非常勤職員として任用する消費者行政担当者について任用回数に上限を設け、上限を超えた場合には同一者を任用しないという規定、若しくは同様の効果を持つ規定を置いている場合、又は一定の任用回数を超えた者を再度任用しない人事慣行が確認される場合をいう。

(3) 消費生活相談員の処遇改善：改善を図った自治体は横ばい（Ⅲ-2(5)②）

単位：円、各年4月1日現在

	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年								
	うち 交付金等活用	うち 交付金等活用														
全体	130 (7.2%)	88 (67.7%)	111 (6.2%)	78 (70.3%)	114 (6.3%)	84 (73.7%)	138 (7.7%)	103 (74.6%)	189 (10.5%)	123 (65.1%)	248 (13.8%)	162 (65.3%)	274 (15.3%)	179 (65.3%)	271 (15.1%)	169 (62.4%)
都道府県	11 (23.4%)	7 (63.6%)	5 (10.6%)	3 (60.0%)	7 (14.9%)	3 (42.9%)	8 (17.0%)	3 (37.5%)	17 (36.2%)	7 (41.2%)	21 (44.7%)	9 (42.9%)	24 (51.1%)	11 (45.8%)	23 (48.9%)	9 (39.1%)
政令市	8 (42.1%)	4 (50.0%)	4 (20.0%)	2 (50.0%)	2 (10.0%)	1 (50.0%)	3 (15.0%)	1 (33.3%)	5 (25.0%)	0 (0.0%)	5 (25.0%)	1 (20.0%)	7 (35.0%)	4 (57.1%)	8 (40.0%)	4 (50.0%)
市区町村等	111 (6.4%)	77 (69.4%)	102 (5.9%)	73 (71.6%)	105 (6.1%)	80 (76.2%)	127 (7.3%)	99 (78.0%)	167 (9.7%)	116 (69.5%)	222 (12.8%)	152 (68.5%)	243 (14.1%)	164 (67.5%)	240 (13.9%)	156 (65.0%)

※各年4月1日現在で、前年4月2日以降に報酬単価引上げにより消費生活相談員の処遇改善を図った自治体数と割合。

※ 赤枠内は「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」の調査結果。

4

5. 事業の実施状況

(1) 相談・あっせん件数：相談件数は前年比増（VI-1(3)）

	平成21年度	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	前年度差	平成29年度	前年度差
全自治体計	1,063,167	1,013,557	982,434	953,652	1,030,219	1,044,958	1,031,187	988,906	▲ 42,281	1,036,855	47,949
うちあっせん件数	73,610	73,000	70,471	71,790	82,493	86,303	86,316	86,633	317	86,072	▲ 561
あっせんの割合	6.9%	7.2%	7.2%	7.5%	8.0%	8.3%	8.4%	8.8%	0.4	8.3%	▲0.5
都道府県	404,624	361,013	330,690	305,641	317,264	309,448	300,208	277,039	▲ 23,169	275,778	▲ 1,261
うちあっせん件数	20,591	19,148	17,669	17,432	19,237	20,275	18,540	17,790	▲ 750	17,727	▲ 63
あっせんの割合	5.1%	5.3%	5.3%	5.7%	6.1%	6.6%	6.2%	6.4%	0.2	6.4%	0.0
政令市	182,369	187,135	189,889	181,143	199,389	200,419	197,733	190,978	▲ 6,755	192,870	1,892
うちあっせん件数	12,244	13,907	13,258	12,255	12,878	12,386	12,451	12,525	74	12,176	▲ 349
あっせんの割合	6.7%	7.4%	7.0%	6.8%	6.5%	6.2%	6.3%	6.6%	0.3	6.3%	▲0.2
市区町村等	476,174	465,409	461,855	466,868	513,566	535,091	533,246	520,889	▲ 12,357	568,207	47,318
うちあっせん件数	40,775	39,945	39,544	42,103	50,378	53,642	55,325	56,318	993	56,169	▲ 149
あっせんの割合	8.6%	8.6%	8.6%	9.0%	9.8%	10.0%	10.4%	10.8%	0.4	9.9%	▲0.9

※あっせん：単なる事業者への連絡や取次ぎではなく、事業者との間に立って、解決策を提示することなどにより、解決することを指す。

(2) 自治体職員、消費生活相談員の研修への参加：市区町村等の約25%では職員や相談員が研修に参加（VI-2(3)①）

	都道府県							政令市							市区町村等						
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
研修参加自治体数	47	47	47	47	47	47	47	20	20	20	20	20	20	20	1,308	1,291	1,310	1,310	1,316	1,299	1,286
研修不参加自治体数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	420	438	418	419	413	430	443
参加自治体数の割合	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	75.7%	74.7%	75.8%	75.8%	76.1%	75.1%	74.4%

※ 赤枠内は「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」の調査結果。

5

5. 事業の実施状況

(3) 講習等（出前講座を含む。）の実施：全ての都道府県・政令市で消費者向け講習等を開催（VI-3(2)）

	都道府県			政令市			市区町村等		
	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度
講習等実施自治体数	47	47	47	20	20	20	956	948	969
出前講座実施自治体数	45	43	43	20	19	19	842	836	868
出前講座未実施自治体数	2	4	4	0	1	1	887	893	861
講習等未実施自治体数	0	0	0	0	0	0	773	781	760
実施自治体の割合	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	55.3%	54.8%	56.0%
出前講座実施自治体の割合	95.7%	91.5%	91.5%	100.0%	95.0%	95.0%	48.7%	48.4%	50.2%

(4) 庁内外における連絡会議等の設置（庁内外連携）（VI-6(2)）

：ほとんどの都道府県・政令市で連絡会議等を設置

（平成30年4月1日現在）

	市内の他部署を集めた会議等を設置			他の自治体、団体等との会議等を設置			（参考）全自治体数
	平成28年	平成30年	設置率	平成29年	平成30年	設置率	
	自治体数	自治体数		自治体数	自治体数		
全体	280	287	16.0%	661	674	37.5%	1,796
都道府県	43	45	95.7%	46	46	97.9%	47
政令市	18	17	85.0%	14	12	60.0%	20
市区町村等	219	225	13.0%	601	616	35.6%	1,729

(5) 外部有識者、専門家の活用（VI-6(3)①）

：すべての都道府県・政令市で外部有識者等を活用

（平成30年4月1日現在）

	活用している自治体数			活用していない自治体数			（参考）全自治体数
	平成29年	平成30年	割合	平成29年	平成30年	割合	
	自治体数	自治体数		自治体数	自治体数		
全体	603	599	33.4%	1,193	1,197	66.6%	1,796
都道府県	46	47	100.0%	1	0	0.0%	47
政令市	20	20	100.0%	0	0	0.0%	20
市区町村等	537	532	30.8%	1,192	1,197	69.2%	1,729

※ 赤枠内は「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」の調査結果。

6

6. 法執行の実施状況

(1) 各関係法令に基づき都道府県・政令市において法執行を実施（VI-4(1)）

	都道府県						政令市							
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
景品表示法 ※1	22	29	62	503	905	930	925	0	0	0	4	4	5	8
指示	22	29	62	3	-	-	-	0	0	0	0	-	-	-
措置請求	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	-	-	-
合理的根拠の提出要求	-	-	-	0	1	0	3	-	-	-	0	0	0	0
措置命令	-	-	-	0	3	1	8	-	-	-	0	0	0	0
その他行政指導	-	-	-	500	901	929	914	-	-	-	4	4	5	8
JAS法 ※2	26	31	33	22	9	-	-	1	1	0	0	0	-	-
指示	26	30	32	21	8	-	-	1	1	0	0	0	-	-
命令	0	1	1	1	1	-	-	0	0	0	0	0	-	-
食品衛生法	217	242	250	204	221	231	250	66	68	95	126	109	126	117
物品廃棄命令	10	26	23	15	18	20	24	6	0	8	10	10	2	7
営業停止命令	158	185	201	159	178	155	169	31	30	44	81	84	93	75
営業禁止命令	49	31	26	30	25	56	57	29	38	43	35	15	31	35
営業許可取消命令	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
健康増進法 収去	51	50	51	50	0	0	0	7	3	3	3	3	3	3
米トレーサビリティ法	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	0	0
勧告	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	0	0
命令	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	0	0
食品表示法	-	-	-	-	-	11,568	10,347	-	-	-	-	-	3,623	4,166
指示	-	-	-	-	-	10	10	-	-	-	-	-	1	12
命令(法第6条第5項)	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	-	0	1
命令(法第6条第8項)	-	-	-	-	-	0	1	-	-	-	-	-	1	0
収去	-	-	-	-	-	11,558	10,336	-	-	-	-	-	3,621	4,153

	都道府県						政令市							
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
家庭用品品質表示法	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
指示	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
公表	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
特定商取引法	82	81	97	55	54	36	37	0	0	0	0	0	0	0
指示	15	28	27	8	17	11	13	0	0	0	0	0	0	0
業務停止命令	67	53	70	47	37	25	24	0	0	0	0	0	0	0
割賦販売法	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
改善命令	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
業務停止命令	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
許可・登録取消	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
資金業法	28	18	24	9	16	24	16	0	0	0	0	0	0	0
業務改善命令	1	4	6	1	5	12	12	0	0	0	0	0	0	0
業務停止命令	14	10	12	4	7	10	4	0	0	0	0	0	0	0
登録取消	13	4	6	4	4	2	0	0	0	0	0	0	0	0
旅行業法	29	5	14	6	4	9	9	0	0	0	0	0	0	0
業務改善命令	0	5	12	2	1	3	6	0	0	0	0	0	0	0
業務停止命令	0	0	0	0	2	5	3	0	0	0	0	0	0	0
登録取消	29	0	2	4	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
宅建業法	261	246	306	239	216	139	203	0	0	0	0	0	0	0
指示	73	76	62	33	25	25	27	0	0	0	0	0	0	0
業務停止命令	36	51	64	69	59	31	40	0	0	0	0	0	0	0
免許取消	152	119	180	137	132	83	136	0	0	0	0	0	0	0
消費生活関係条例	345	344	337	357	314	288	320	164	157	214	137	146	126	38
指導	309	316	309	311	290	280	301	160	145	204	134	146	124	38
勧告	19	21	12	19	14	6	10	3	2	6	2	0	1	0
公表	17	7	16	27	10	2	9	1	10	4	1	0	1	0
禁止命令	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

※「-」は調査していない項目。

※1 不当景品類及び不当表示防止法。法改正に伴い、「指示」及び「措置請求」は施行前(平成26年11月)までの件数、「合理的根拠の提出要求」及び「措置命令」は施行後(平成26年12月)からの件数を表示。

※2 日本農林規格等に関する法律(JAS法)。JAS法の品質表示基準に係る部分は食品表示法(平成27年4月1日施行)に統合されたので、平成28年度以降は実績がない。

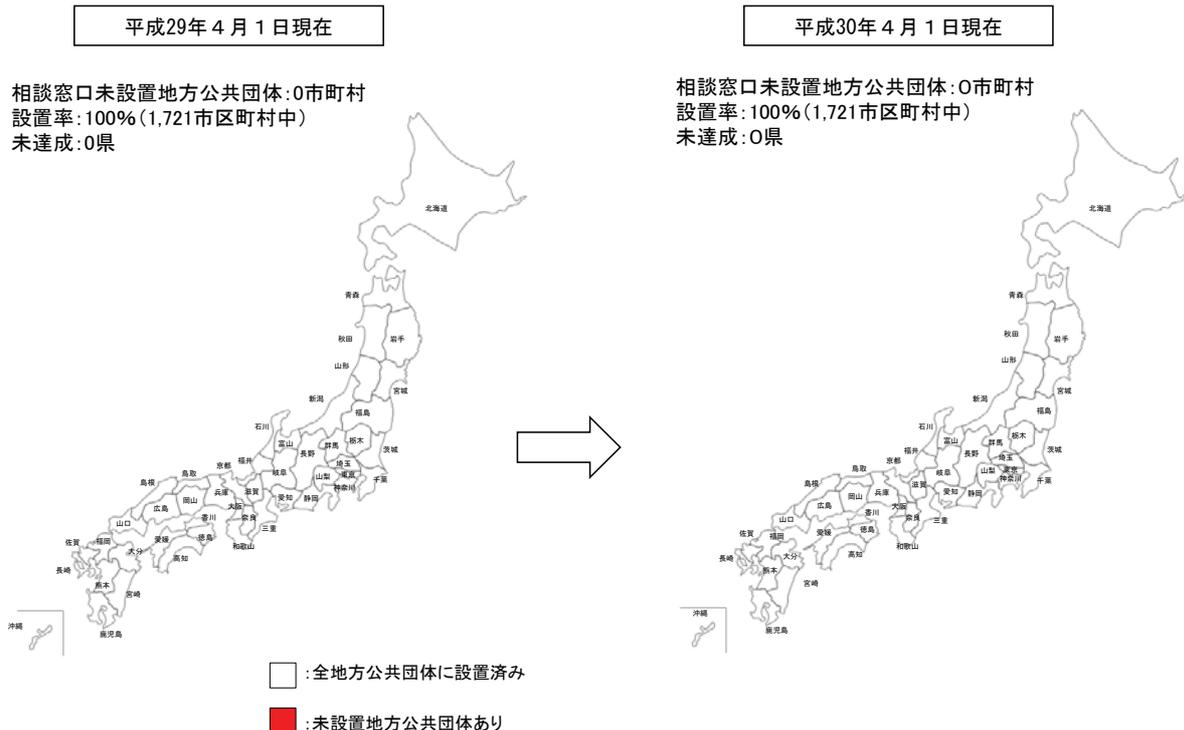
※ 赤枠内は「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」の調査結果。

「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況

<p>政策目標1 相談体制の空白地域解消</p> <p>1-1 相談窓口未設置の自治体を解消</p>	<p>【2017年4月1日 → 2018年4月1日】</p> <p><未設置地方公共団体></p> <p>0市町村 → 0市町村</p>
<p>政策目標2 相談体制の質の向上</p> <p>2-1 消費生活センター設立促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・人口5万人以上の全市町 ・人口5万人未満の市町村の50%以上 <p>【消費生活相談員】</p> <p>2-2 管内自治体の50%以上に配置</p> <p>2-3 資格保有率を75%以上に引上げ</p> <p>2-4 研修参加率を100%に引上げ(各年度)</p>	<p>【2017年4月1日 → 2018年4月1日】</p> <p><達成都道府県(設置・配置市町村数、資格保有者数等)></p> <ul style="list-style-type: none"> ・30道府県 → 35道府県 (507市区町 → 517市区町) ・20道府県 → 21道府県 (533市町村 → 587市町村) ・41道府県 → 43道府県 (1,404市区町村 → 1,452市区町村) ・24道府県 → 26道府県 (2,704人 → 2,797人) ・9県 → 11県 (平均参加率: 90.9% → 91.8%)
<p>政策目標3 適格消費者団体の空白地域解消</p> <p>3-1 適格消費者団体が存在しない3ブロック(東北、北陸、四国)に適格消費者団体の設立促進</p>	<p>【2017年4月1日 → 2018年9月末】</p> <p><適格消費者団体数></p> <p>14団体 → 19団体(全ブロックで設置済)</p> <p>「特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく」(平成29年4月25日認定)</p> <p>「特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ」(平成29年5月15日認定)</p> <p>「特定非営利活動法人消費者支援群馬ひまわりの会」(平成30年2月5日認定)</p> <p>「特定非営利活動法人えひめ消費者ネット」(平成30年6月19日認定)</p> <p>「特定非営利活動法人消費者支援かながわ」(平成30年8月3日認定)</p>
<p>政策目標4 消費者教育の推進</p> <p>4-1 消費者教育推進計画の策定</p> <p>消費者教育推進地域協議会の設置</p> <p>(全都道府県・政令市)</p>	<p>【2017年4月1日 → 2018年9月末】</p> <p><推進計画の策定></p> <p>46都道府県・15政令市 → 47都道府県・18政令市</p> <p><推進地域協議会の設置></p> <p>45都道府県・17政令市 → 47都道府県・18政令市</p>
<p>政策目標5 「見守りネットワーク」の構築</p> <p>5-1 消費者安全確保地域協議会の設置</p> <p>(人口5万人以上の全市町)</p>	<p>【2017年3月末 → 2018年9月末】</p> <p><人口5万人以上の設置地方公共団体></p> <p>24市区町 → 88市区町</p> <p>(人口5万人以上の全市町で設置済:2県(徳島県、兵庫県))</p>

1

<政策目標1> 相談窓口未設置の自治体を解消



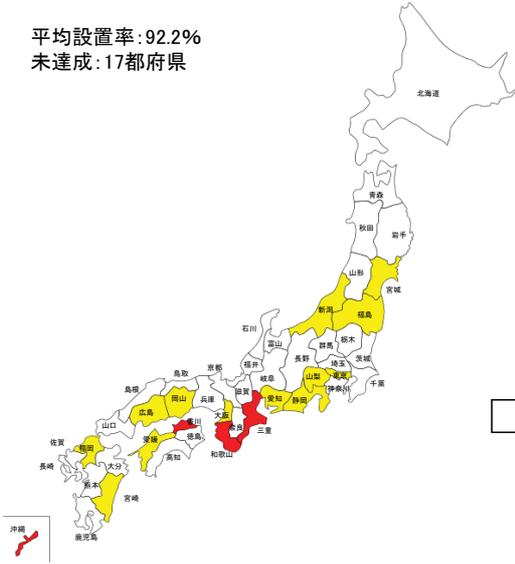
出所: 消費者庁「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」

2

<政策目標2-1①> 消費生活センター設立促進(人口5万人以上の全市町)

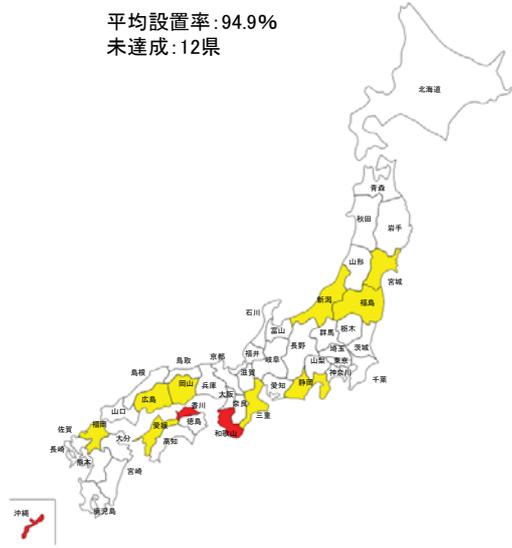
平成29年4月1日現在

平均設置率:92.2%
未達成:17都府県



平成30年4月1日現在

平均設置率:94.9%
未達成:12県



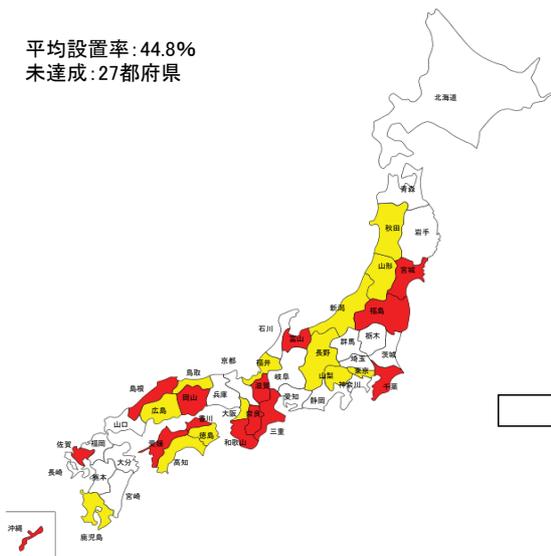
- :設置率 100% (30道府県 → 35道府県) 个東京都、山梨県、愛知県、大阪府、宮崎県
 - :設置率 50%以上100%未満 (13道府県 → 9県) 个三重県
 - :設置率 50%未満 (4県 → 3県)
- ※対象自治体:人口5万人以上の管内市町村

出所:消費者庁「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」

<政策目標2-1②> 消費生活センター設立促進(人口5万人未満の市町村50%以上)

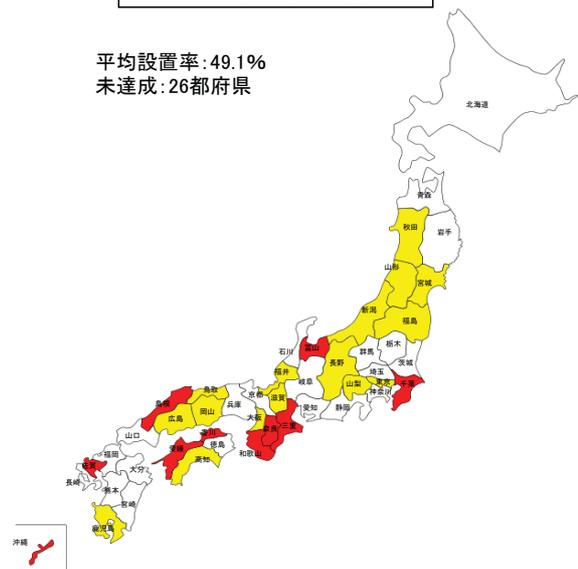
平成29年4月1日現在

平均設置率:44.8%
未達成:27都府県



平成30年4月1日現在

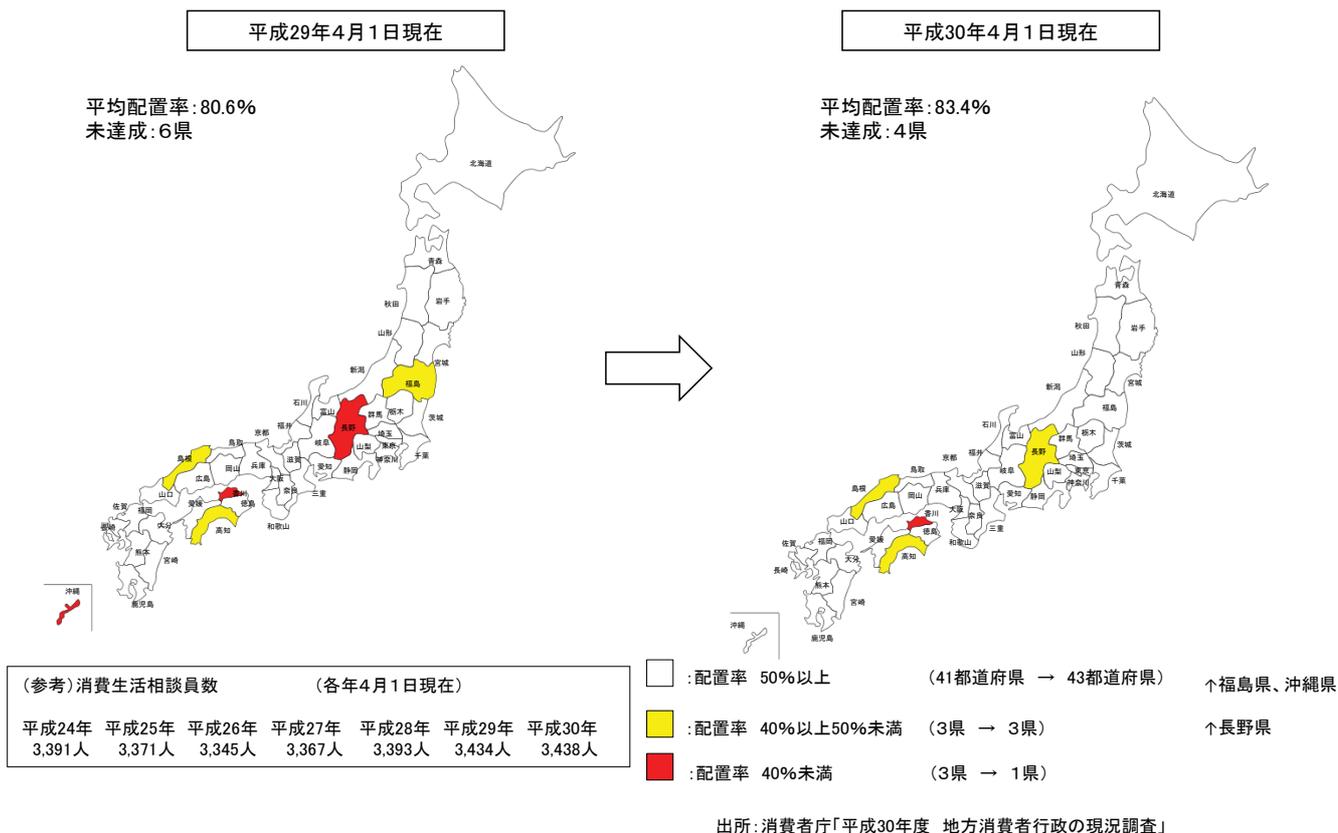
平均設置率:49.1%
未達成:26都府県



- :設置率 50%以上 (20道府県 → 21道府県) 个徳島県
 - :設置率 20%以上50%未満 (13道府県 → 16道府県) 个宮城県、福島県、滋賀県、岡山県
 - :設置率 20%未満 (14県 → 10県)
- ※対象自治体:人口5万人未満の管内市町村

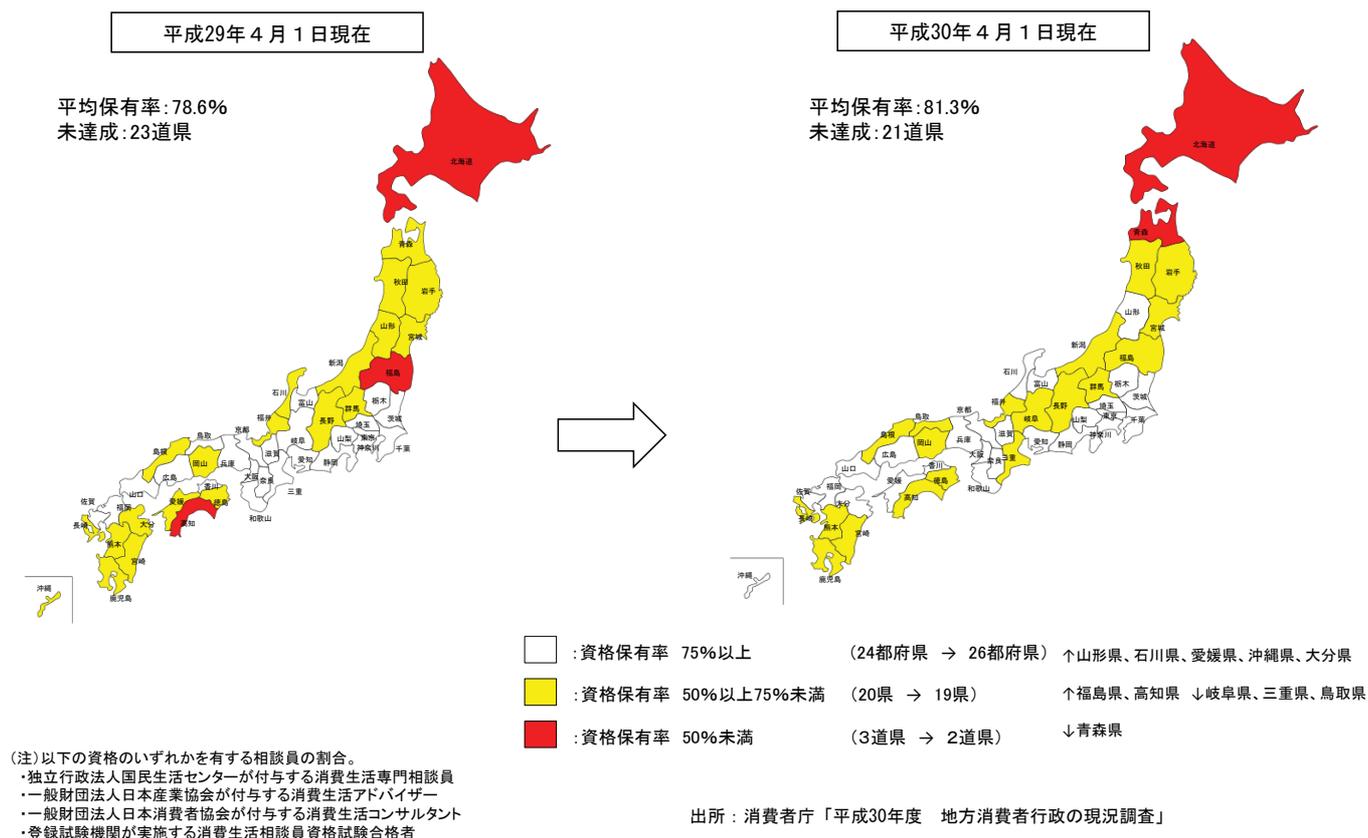
出所:消費者庁「平成30年度 地方消費者行政の現況調査」

<政策目標2-2> 管内自治体の50%以上に消費生活相談員を配置



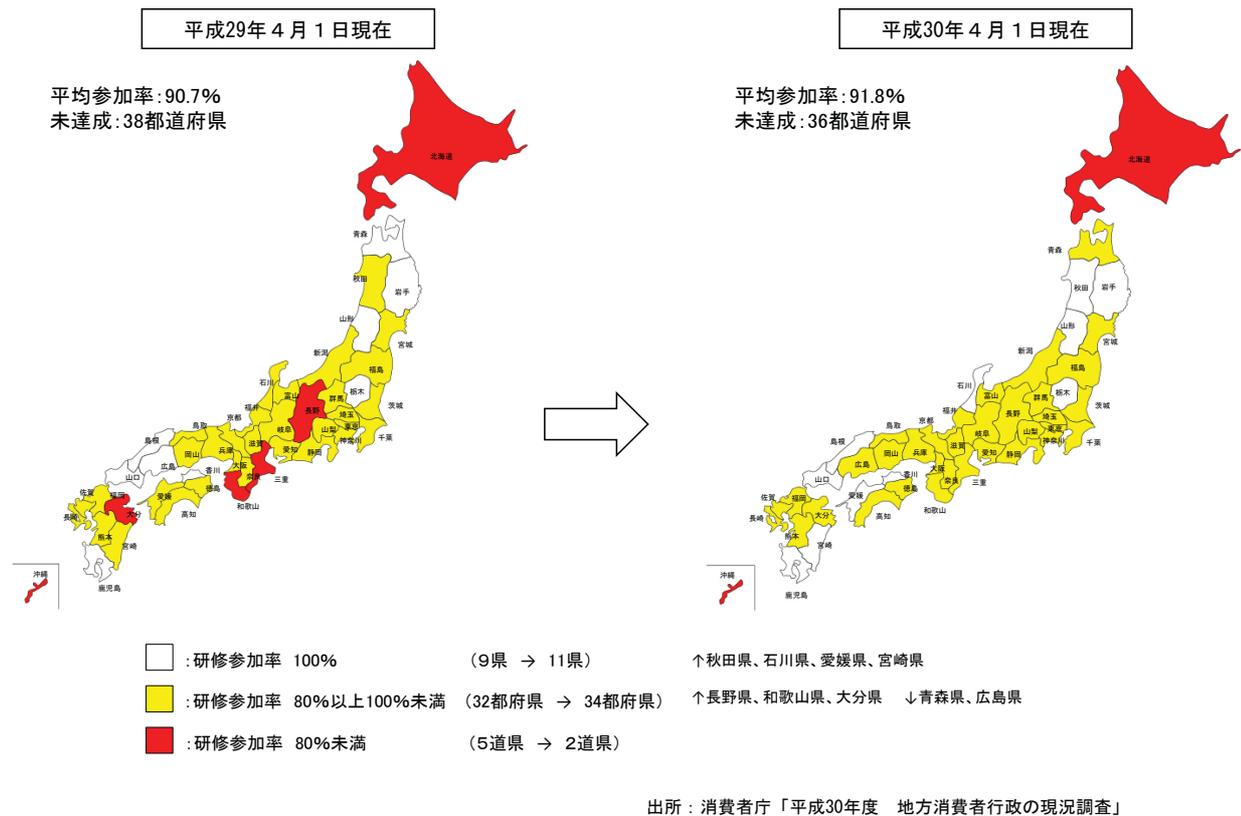
5

<政策目標2-3> 消費生活相談員の資格保有率を75%以上に引上げ



6

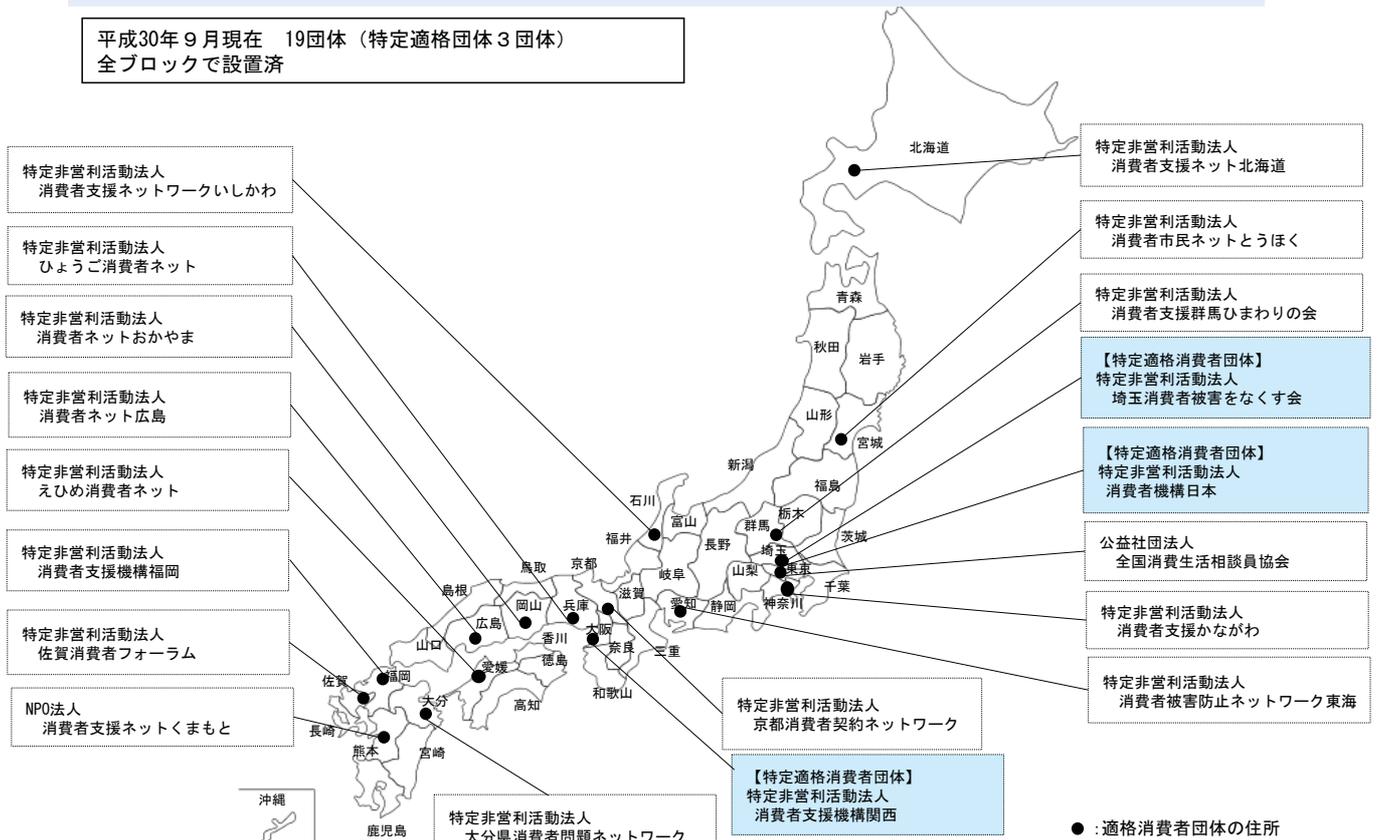
<政策目標2-4> 消費生活相談員の研修参加率を100%に引上げ(各年度)



7

<政策目標3> 適格消費者団体が存在しない3ブロック(東北・北陸・四国)に設立促進

平成30年9月現在 19団体 (特定適格団体3団体)
全ブロックで設置済

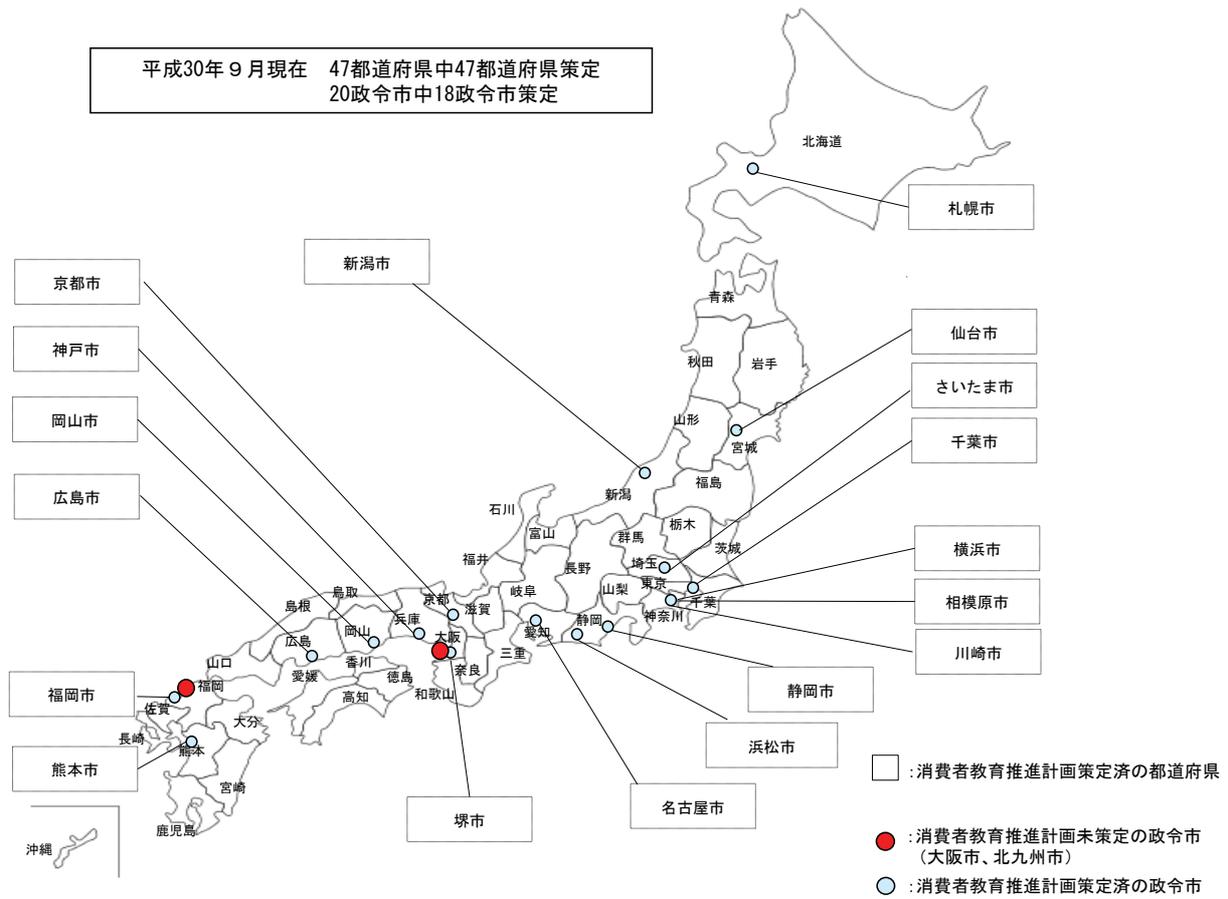


(注) 適格消費者団体とは、消費者全体の利益擁護のために差止請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けた団体。(消費者契約法第2条第4項)
 (注) 青色は特定適格消費者団体

8

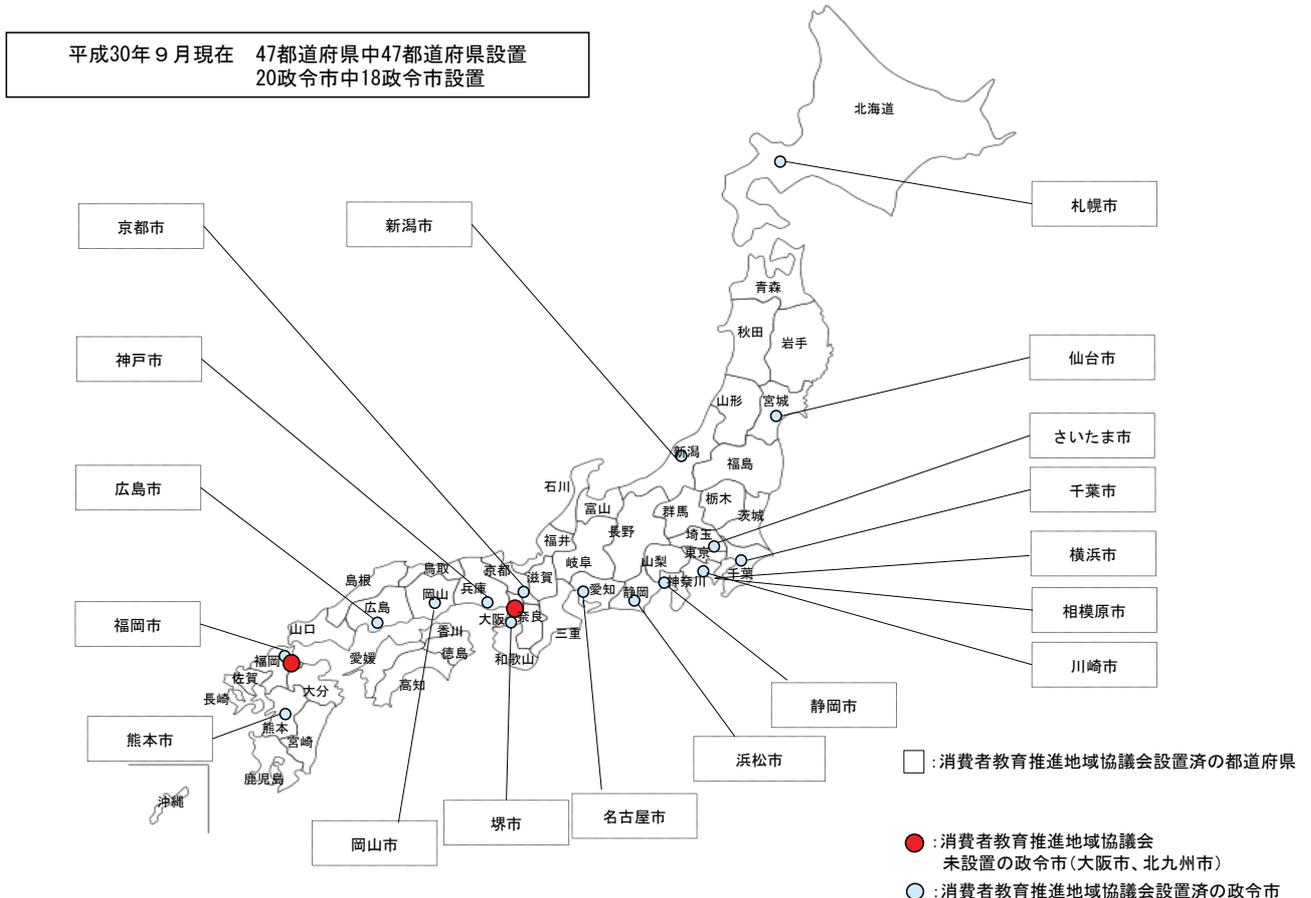
<政策目標4>

消費者教育の推進:消費者教育推進計画の策定(全都道府県・政令市)



<政策目標4>

消費者教育の推進:消費者教育推進地域協議会の設置(全都道府県・政令市)



地方公共団体における消費者安全確保地域協議会

- ・ 高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった人などの消費者被害を防ぐため、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

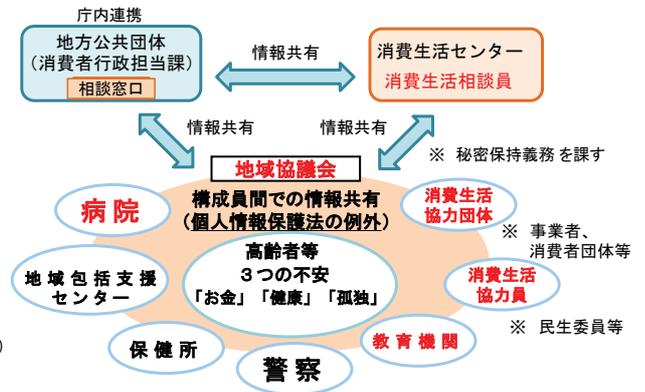
【背景】

- ・ 認知症の方を含め、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
⇒消費者安全法の改正（平成26年6月成立）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**を組織することが可能に

【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保ち、その状況を見守ることその他の必要な取組を実施
- ・ 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（病院、地域包括支援センター、介護サービス事業者、保健所、民生委員・児童委員等）
 - ・ 警察・司法関係（法テラス、弁護士、司法書士等）
 - ・ 教育関係（教育委員会等）
 - ・ 事業者関係（商店街、コンビニ、生協、農協、宅配事業者、金融機関等）
 - ・ 消費者団体、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



【今後の取組と課題】

- ・ 地方公共団体における消費者安全確保地域協議会の設置促進（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）（2018年9月20日時点 179地方公共団体（うち、人口5万人以上の市区町は88市区町））
- ・ 消費者安全確保地域協議会設置済地方公共団体の**先進事例集**及び**運営の手引きの作成**
- ・ 徳島におけるモデル事業（全県的に地域協議会を構築）の全国展開

消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置促進

目標

地方消費者行政強化作戦 <政策目標5>「見守りネットワーク」の構築

5-1 消費者安全確保地域協議会の設置(人口5万人以上の全市町)

現状

協議会設置自治体数: 179自治体(うち5万人以上の市区: 88自治体) ※平成30年9月現在
全国の5万人以上の市区(550自治体)に対し、約15%に留まっている。

設置意義が市町村の消費者行政部局や関係者間で共有できていないことが一因との指摘

消費者安全確保地域協議会設置の意義

- ◆ 消費生活相談に関する情報を地域の見守りを行う構成員である福祉関係者、民生委員、事業者等の中で共有されることによって、消費者被害への意識が高まり、被害の早期発見につなげることができる。
- ◆ 見守り活動の中で得た情報を地域協議会に提供ができ、個人情報の取扱いも含めた消費生活センターへの連絡手段を明確化することで、被害の早期解決や拡大防止、未然防止につなげることができる。
- ◆ 協議会の事務局は、当該地方公共団体内の他の部署が保有している名簿（介護保険台帳、療養手帳交付台帳等）や消費生活相談から得た情報、協議会の構成員が見守り活動の中で得た情報等を基に見守りリストを作成し、「更なる精度の高い見守りリスト」を作成することでより実効的な見守りが可能となる。
- ◆ 消費者被害の発見を端緒に円滑に福祉のサービスにつなげることが可能となる。

消費者庁の取組

- ・ 消費者安全確保地域協議会設置済地方公共団体の**先進事例集**及び**運営の手引きの作成**（作成中）
- ・ 徳島におけるモデル事業（全県的に地域協議会を構築）の全国展開
- ・ 都道府県内**市町村への説明会への参加**
- ・ 高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会において、全国団体への設置促進の依頼
- ・ 「地方消費者行政強化交付金」による財政支援

参考資料

- ◆ 「改正消費者安全法の実施に係る地方消費者行政ガイドライン」(平成27年3月)
<http://www.caa.go.jp/region/pdf/guideline1.pdf>
- ◆ 「消費者安全法第11条の2の運用に関するガイドライン」(平成27年3月)
<http://www.caa.go.jp/region/pdf/guideline2.pdf>
- ◆ 「消費者安全確保地域協議会に関するQ&A(地方公共団体向け)」(平成29年4月)
http://www.caa.go.jp/region/pdf/region_index11_170426_0001.pdf
- ◆ 「地方公共団体における消費者安全確保地域協議会設置事例」(平成29年4月)
http://www.caa.go.jp/region/pdf/region_index11_170426_0018.pdf
- ◆ 「消費者安全確保地域協議会における個人情報の取扱いの促進について(依頼)」(平成29年7月21日消教地第307号)
- ◆ 平成28年度国と地方のコラボレーションによる先駆的プログラム「地域消費者被害防止ネットワーク活動強化事業実施報告書」(平成29年3月北海道)
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ks/sak/houkokusho.pdf>
- ◆ 「消費者安全確保地域協議会」設置事例集 in 徳島(平成30年9月26日公表)
http://www.caa.go.jp/future/project/project_011/pdf/project_011_180928_0002.pdf

指定消費生活相談員について

- 都道府県の消費生活相談員の中から、市町村の行う消費生活相談の事務に関し、助言等の援助を行うことを職務とする「指定消費生活相談員」を指定することが、都道府県の努力義務に。

【背景】

- どこに住んでいる消費者であっても、一定程度質の担保された相談を受けられる必要があり、消費生活相談員の質の一層の向上が必要。
 - 小規模自治体では相談員1名で対応している場合も多い。このため、「実践に即した助言を受けられない」、「研修の機会等が少ない」等の問題から、市町村間で消費生活相談体制の質及び量に格差が生じている。
- ⇒十分な知識・経験を持つ都道府県の消費生活相談員による市町村支援を行う体制を確立するため、「指定消費生活相談員」の指定を都道府県の努力義務に

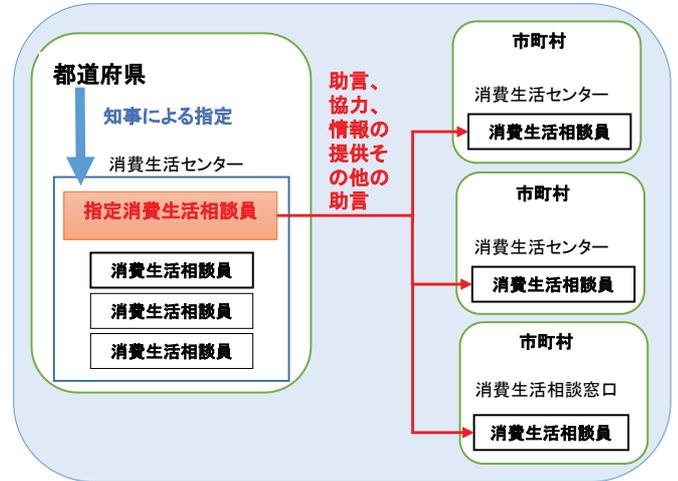
【制度の概要】

- 指定消費生活相談員の指定に係る要件
 - ①消費生活相談員試験に合格
 - ②実務経験5年以上⇒十分な知識、技術、豊かな実務経験を有する必要がある。
- 指定消費生活相談員の役割
市町村の行う消費生活相談及びあっせんの事務の実施に関し、「助言、協力、情報の提供その他の援助」を行う。

(具体例)

- 市町村の消費生活相談員等から問合せがあった場合に助言を行う。
- 市町村の消費生活相談について共同で処理を行う。
- 市町村の消費生活相談窓口を巡回し、その場で受け付けた相談に関して助言を行う。

指定消費相談員制度イメージ



【今後の予定】

- 消費者安全法第10条の4(指定消費生活相談員)
平成31年4月1日施行予定

指定消費生活相談員制度の概要

消費者庁 消費者教育・地方協力課

指定消費生活相談員制度(平成31年4月1日施行予定)概要

- 指定消費生活相談員は市町村の消費生活相談業務に関し助言、協力、情報の提供その他の援助を行う。
- 都道府県知事は指定消費生活相談員を指定するよう努めなければならない。
- 指定消費生活相談員は、消費生活相談員試験に合格した者であって、消費生活相談の事務に通算して5年以上従事したものとする。

1. 指定消費生活相談員の配置

- 都道府県知事は、都道府県の消費生活相談員の中から「指定消費生活相談員」を指定するよう努めなければならない。

2. 指定消費生活相談員の職務

- 都道府県の「指定消費生活相談員」は、市町村の消費生活相談員が行う事務(苦情・相談処理、あっせん)の実施に関して、助言、協力、情報の提供その他の援助を行う。
(例)市町村からの問合せの際の助言、相談の共同で処理、市町村の消費相談窓口の巡回及びその場で受け付けた相談に関する助言等。
(援助の実施方法は各都道府県の援助の経緯や地域の実情に応じて行われるとことが適当である)

3. 指定消費生活相談員の資格

- 次の要件を満たした者の中から任用。
- 「消費生活相談員資格試験」に合格した者(景表法等改正法附則第3条第1項及び第2項で試験合格者とみなされる者は含まれない)
 - 通算して5年以上の実務経験を有する者

＜イメージ図＞

1. これまでの総括

- 地域の消費者問題に携わる団体・グループの「交流の場」、地域の多様な主体の連携・協働のきっかけの場として、平成22年度より開始。
- 平成22年度から平成29年度までに各都道府県での開催がほぼ一巡（山梨県のみ未実施）し、消費者団体間の「交流の場」というきっかけづくりとしては一定の成果が出ていると考えられる。
- 一方で、現在消費者庁の重要課題として、消費者安全確保地域協議会の設置促進、若年者への消費者教育の推進、SDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けて、消費者団体関係者のみならず、幅広い分野における関係者との更なる連携・協働が重要となっている。

2. アウトプット（次の目指す姿）

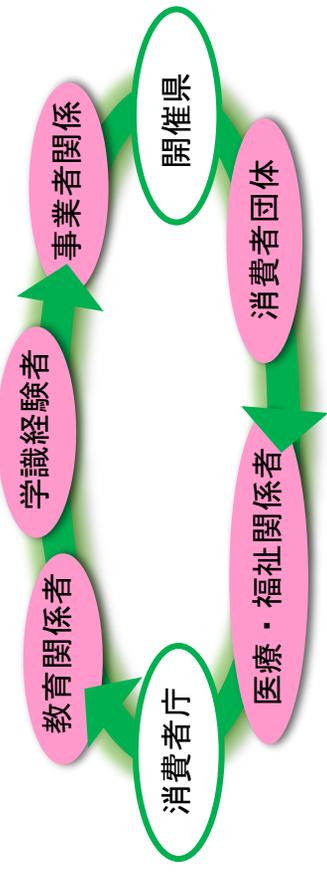
“地域”の多様な主体の連携・協働のきっかけの場にとどまらず、当面の重要課題の解決を見据えた、その場限りではない継続性のあるつながりの場とする。

3. 平成30年度の取組

- 平成29年度までの8ブロックの実行委員会との共催形式から衣替えし、消費者庁と開催県との共催で4箇所で開催。（うち1箇所は消費者教育テーマで文部科学省と連携）。
- 2部制とし、第1部において開催県で選定した消費者庁に関する有識者との意見交換、2部では、参加者との情報共有、交流の場となる情報交流セッションを含む一般向け公開セミナーを開催。（プログラムは今後調整）
- 本フォーラム以外にも、地方消費者庁の充実のため、消費者団体等から意見交換の要望があれば消費者庁職員の派遣も検討する。

⇒ 第1部

地域有識者、開催県、消費者庁との意見交換



⇒ 第2部
一般向け公開セミナー



消費者教育の推進について

消費者庁消費者教育・地方協力課
消費者教育推進室

○ 消費者教育推進のこれまでの取組

「消費者基本法改正」 平成16年6月2日施行

・保護から自立支援へ

「消費者教育の推進に関する法律」 平成24年8月22日成立、同12月13日施行

消費者庁に「消費者教育推進会議」設置 平成25年3月6日第1回会議

・ 委員相互の情報交換 ・ 「基本方針」作成・変更に見解

「消費者教育の推進に関する基本方針」 平成25年6月28日閣議決定

- ・ 消費者教育推進会議における更なる議論
- ・ 地方公共団体における消費者教育推進協議会の設置、消費者教育推進計画の策定等の取組

「消費者教育推進会議取りまとめ」 平成27年3月5日公表

- ・ 消費者市民社会における消費者の具体的な行動例
- ・ 多様な担い手による消費者教育の実践に向けた事例の提示
- ・ 地域における多様な主体の連携・協働に向けた提案・事例の提示

「第二期消費者教育推進会議」 平成27年7月～平成29年6月

- ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点整理
- ・ 社会情勢等の変化に対応した課題

「第三期消費者教育推進会議」 平成29年8月～平成31年7月

- ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直し
- ・ 社会情勢等の変化に対応した課題(若年者への効果的な消費者教育 他)

「消費者教育の推進に関する基本方針」変更 平成30年3月20日閣議決定

- ・ 社会情勢等の変化を踏まえた変更 ・ 重点的に取り組む喫緊の課題を「当面の重点事項」として提示

○ 消費者教育推進法

消費者教育の推進に関する法律の概要

(平成24年12月13日施行(平成24年8月22日公布))

国と地方の責務と実施事項	
国	地方公共団体
<p>責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施</p> <p>責務(第5条) 団体の区域的社会的経済的状況に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)</p>	<p>責務(第5条) 団体の区域的社会的経済的状況に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)</p>
<p>財政上の措置(第8条) 推進に必要な財政上の措置その他の措置(地方は努力義務)</p>	<p>都道府県消費者教育推進計画 市町村消費者教育推進計画 ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)</p>
<p>基本方針(第9条) ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等</p>	<p>消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更(意見)</p>
<p>基本理念(第3条) ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成 ・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的支援</p> <p>体系的推進 ・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮 効果的推進 ・場(学校、地域、家庭、職場)の特性に対応 ・多様な主体間の連携 ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供 ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携</p>	<p>消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更(意見)</p> <p>委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体、学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)</p>
<p>消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～施策への協力・自主的活動(第7条) ～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)</p>	<p>努力義務(国および地方) ○学校における消費者教育の推進(第11条) 発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用 ○大学等における消費者教育の推進(第12条) 学生等の被害防止のための啓発等 ○地域における消費者教育の推進(第13条) 高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供 ○人材の育成等(第16条)</p>
	<p>努力義務(国および地方) ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条)</p>
	<p>(検討)(附則) ○法律の施行後5年を目途として、施行状況に検討を加え、必要がある場合には所要の措置を講ずる。</p>

○ 消費者教育の推進に関する基本的な方針

平成25年6月28日 閣議決定
(平成30年3月20日 変更)

平成30年度～34年度の5年間で対象

- 基本方針＝消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)第9条の規定に基づき、
内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。
- 基本方針の位置付け＝誰も、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられることができる機会を提供するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要
⇒幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進
- 手段＝幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

I 消費者教育の推進の意義

- ・ 家計消費は国内総生産(GDP)の過半数(291.9兆円/538.4兆円)
⇒消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、更には経済の好循環の実現にとって大前提
- ・ インターネット利用の拡大、「デジタルコンテンツ」に関する相談件数の増加
- ・ 成年齢引下げについての検討も踏まえた実践的な消費者教育の重要性
- ・ 社会の安定と持続可能性の確保のため、消費者が自身の社会的役割を自覚し、行動することの重要性についての認識の高まり(SDGs)

消費者の自立を支援
被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
さらには、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成(消費者市民社会の形成に参画)

II 消費者教育の推進の基本的な方向

○ 消費者教育の体系的推進のための取組の方向



消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うべき

・ **ライフステージに応じた様々な教育の場**(学校、地域、家庭、職場等)を活用して効果的に消費者教育を行う
⇒それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージが様々な主体において共有されることが重要

・ **消費者の特性**(年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量など)に配慮し、**対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫**
⇒例えば、高等学校段階までに契約などについての実践的な消費者教育を行う、要支援者に対する教育については、本人だけでなくその支援者への働き掛けを行う、など

○ 各主体の役割と連携・協働

- ・ 国と地方公共団体
- ・ 消費者行政と教育行政
- ・ 地方公共団体と消費者団体、事業者等

地域における多様な主体間のネットワーク化
(結節点としての消費者教育推進地域協議会)

○ 他の消費生活に関連する教育との連携推進

(環境教育・食育・金融経済教育・法教育・主権者教育等)

III 消費者教育の推進の内容

様々な場における消費者教育

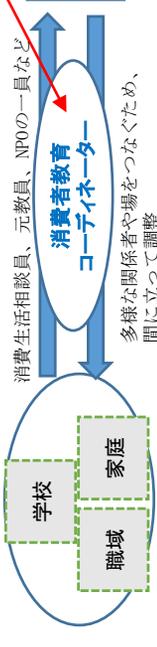
学校
(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)
・ 学習指導要領に基づく実践的な教育を推進
・ その着実な実施について周知・徹底

地域社会
(大学・専門学校等)
自立した社会人としての育成のため消費者教育に関する科目等の開設に期待
⇒特色ある取組事例や課題等の情報提供・啓発

職域
消費生活センターの拠点化
・ 社会教育施設等の活用
・ 国からは情報提供等の支援
・ 見守りネットワーク構築の促進、その活用による消費者教育の実施

職域
・ 職域における消費者教育の内容、事業者にとつてのメリットなどの認識を共有
・ 事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現



多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整

人材(担い手)の育成・活用

(小学校・中学校・高等学校・高等専門学校・特別支援学校等)
教職員の指導方向上が必要
・ 教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実
⇒美態把握と必要な情報提供
・ 国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進

(大学・専門学校等)
・ 地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築
・ 消費者教育推進地域協議会への参画を促進

・ 消費者団体・NPO等による消費者教育
・ 担い手育成拠点としての国民生活センター、消費生活センター、社会教育施設等の活用

・ 消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供
・ 積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実を期待

育成・配置の促進

消費生活相談員や専門家(弁護士、司法書士、行政書士等)などの外部人材

【16都道府県、9政令市で設置済み】

IV 関連する他の消費者施策との連携 V 今後の消費者教育の計画的な推進

- 食品と放射能に関する理解増進
- 事故・トラブリング情報の迅速な分析・原因究明
- 食品表示の理解増進

消費者教育の体系イメージマップ

Ver.1.0

成人期

高校生期

中学生期

小学生期

幼児期

特に高齢者

成人一般

特に若者

周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期

精神的、経済的に自立し、消費者市民社会と協働し、様々な人々と協働し取り組む時期

生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期

生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期

行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期

主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期

様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れられる時期

各期の特徴

重点領域

消費者市民社会の構築	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮する習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮しよう	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期
商品等の安全	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝え合おう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝えよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを理解しよう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手を知ろう
生活の管理と契約	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう	契約とその他のルールを理解し、くらしに活かそう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	商品を選択し、契約そのものをよく知り、よりよい契約の仕方を知ろう	商品を選択し、契約そのものをよく知り、よりよい契約の仕方を知ろう	商品を選択し、契約そのものをよく知り、よりよい契約の仕方を知ろう	商品を選択し、契約そのものをよく知り、よりよい契約の仕方を知ろう	商品を選択し、契約そのものをよく知り、よりよい契約の仕方を知ろう
情報とメディア	支え合いながら情報と情報技術を活用しよう	支え合いながら情報と情報技術を活用しよう	情報と情報技術を活用し、適切に利用するくらしをしよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えてよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

○ 消費者教育ポータルサイト

消費者庁、関係府省、関係機関及び地方公共団体が作成した教材等を**消費者教育ポータルサイト**に掲載

消費者教育ポータルサイト

文字サイズ 標準 大 特大

→ 当サイトについて → 検索 → 消費者教育関連情報 → 掲載 → お問い合わせ

消費者教育ポータルサイトとは

学校や社会の様々な場面で消費者教育を実施したいと考えている方や自学されている方が、教材、講座、取組の情報を検索したり、掲載したりすることができます。

「消費者教育ポータルサイト」は、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトです。

検索

消費者教育に関する教材、講座、取組を検索したい方はこちらから

- ↓ 消費者教育の体系イメージマップ検索
ライフステージ（幼児期～高齢者）とジャンル（重点領域）の組み合わせから、相応しい教材、講座、取組を検索します
- ↓ フリーワード検索
- ↓ 条件絞り込みで探す
- ↓ 「消費者教育の担い手向けナビゲーション」からの情報検索
自分の立場（あなたは？）、相手の立場（誰に？）、使う場所（どこで？）といった質問に答えていくことで、教材、講座、取組を検索します



掲載

消費者教育に関する教材、講座、取組を掲載したい方はこちらから

- 「教材」の登録フローム
「教材情報の入力にあたってのご注意」「記入の手引き」を御確認の上、登録を行ってください
- 「講座」の登録フローム
「講座情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください
- 「取組」の登録フローム
「取組情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください



消費者教育ポータルサイトとは

消費者教育を担う講師、学校の教職員、専門家、地域住民と関わりのある者を主な利用者として置かれた消費者教育の教材・サービス等の情報検索サイト。国や地方公共団体、消費者団体、事業者団体等から情報等が提供され、消費者教育の教材が800件、取組が532件、講座が282件登録されている（2017年8月末時点）。

○ 若年者への消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え（※）、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また自立した消費者の育成のため、若年者への実践的な消費者教育の推進は喫緊の課題

※成年年齢を引き下げる民法の改正は、平成30年6月13日可決、同月20日公布（平成34年4月施行予定）

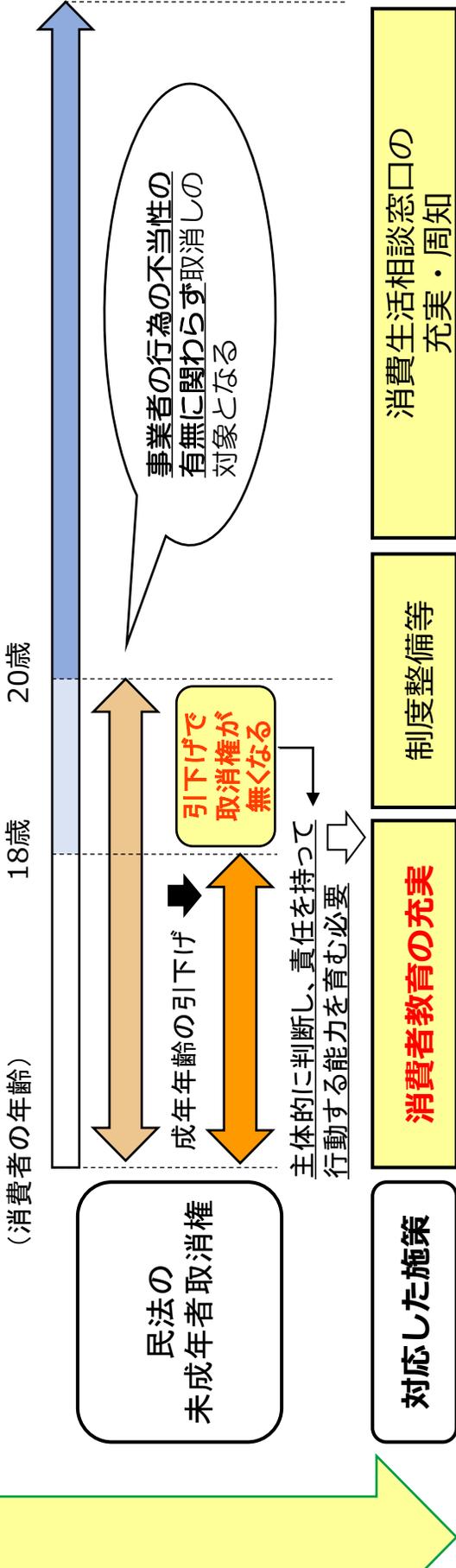
佐々木さやか君

この成年年齢の引下げに当たっては、若者がその年齢でしっかり自立するという、それだけの環境整備、これが重要だと思っております。（中略）学生の方々とか若い皆さんとお話をしても、もう本当に自分が社会に出て大丈夫だろうか、こういう不安を抱いている方もいらっしゃる、こういう印象を他方で私は受けております。例えば消費者被害とか、そういったことも心配をされますけれども、消費者教育を充実をしたり、いろいろ制度の整備も必要だろうと思っております。

（平成30年3月5日参議院・予算委員会）

内閣総理大臣(安倍晋三君)

成年年齢の引下げに係る民法改正法案に関しては、現在、今国会への提出を目指し、所要の準備を進めているところであります。政府としても、委員御指摘の消費者被害を防止する施策など、成年年齢の引下げに向けた環境整備については、改正法案の成立後も引き続き政府一体となって取り組む必要があるものと認識をしております。



「消費者教育の推進に関する基本的な方針」

（平成30年3月20日 変更の閣議決定）

「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」

（平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定）

社会経済情勢等を踏まえて重点的に取り組むことが求められる喫緊の課題として、若年者への消費者教育を「当面の重点事項」に位置付け

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、取組を推進

「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」

(平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

関係省庁(消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁)が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、実践的な消費者教育の実施を推進するため、以下の取組を推進

高等学校等における消費者教育の推進

- ・ 学習指導要領の徹底
- ・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化
実践的な能力を身に付ける教材「**社会への扉**」を活用した授業の実施の推進等
- ・ 実務経験者の学校教育現場での活用
消費者教育コーディネーターの育成・配置等による実務経験者の活用の推進



・ 教員の養成・研修

「若年者の消費者教育分科会」による検討と取りまとめを受けた消費者教育推進会議における審議を踏まえ、**教員による消費者教育の指導力向上のための取組**を推進

大学等における消費者教育の推進

- ・ 大学等と消費生活センターとの連携支援・出前講座の実施
- ・ 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及

2020年度までには、

- ・ 全ての都道府県の全高校で「**社会への扉**」を活用した授業が実施されること
- ・ 全都道府県に**消費者教育コーディネーター**が配置されることを目指す

- 教職課程における消費者教育の内容の充実
- 有機的に連携した継続的な体制の構築
- 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実
- 外部人材等の活用及び育成

その他

全ての都道府県等において、**消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会の策定・設置**をを目指す等

○ 若年者の消費者教育分科会取りまとめ

(平成30年6月29日公表)

若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム
(平成30年2月20日若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長
連絡会議決定)「21」④ 教員の養成・研修」に対応する検討結果

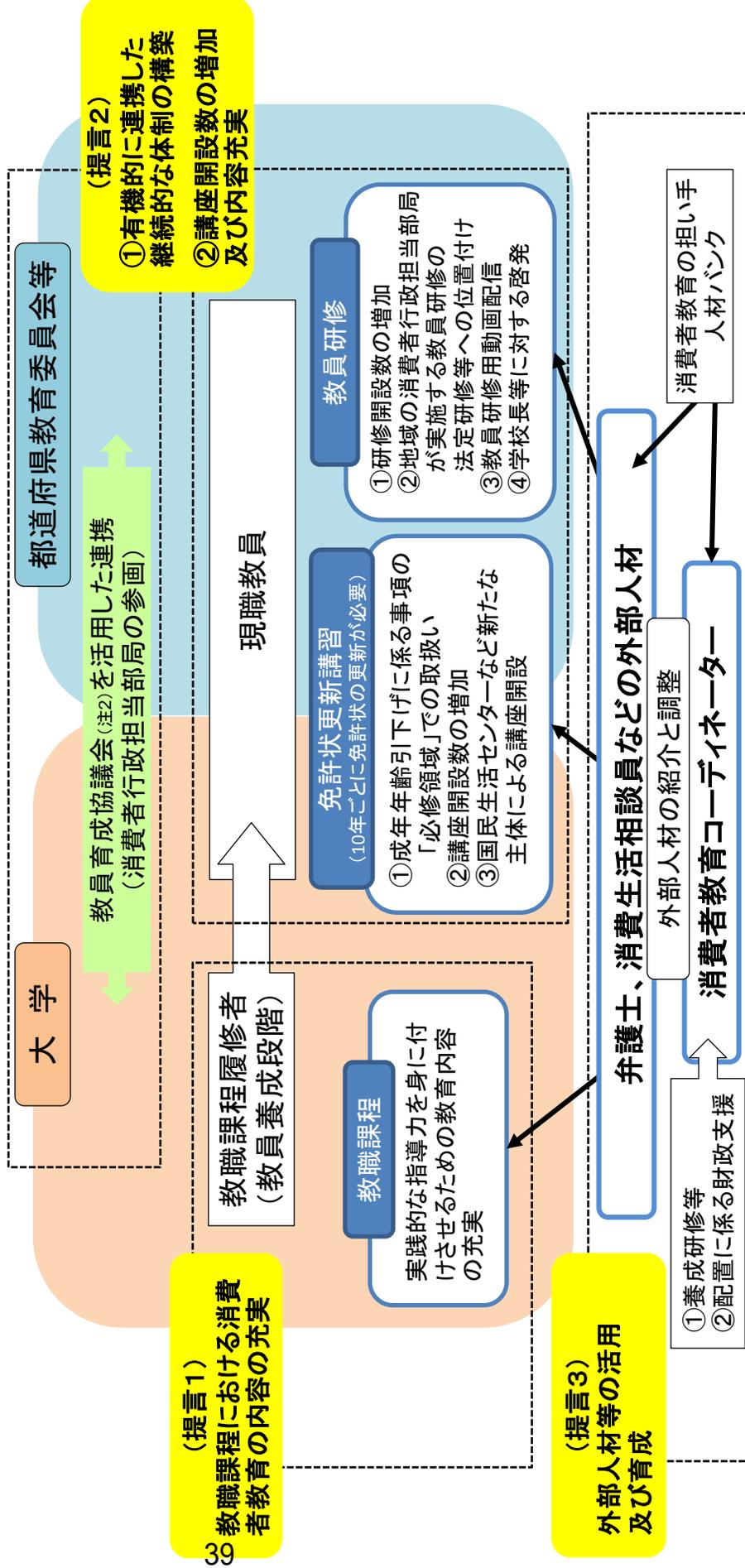
学習指導要領では、公民科、家庭科等で消費者教育
(改訂ごとに内容も充実)

改訂の動きに対応して大学の教職課程等も充実が必要
(消費者教育に係る授業科目を開設していない大学:公民科約60%、家庭科約30%(注1))

教員の指導力向上が
喫緊の課題

成年年齢を引き上げる
改正民法の成立
(平成34年4月1日施行予定)

教員の指導力向上のための提言と具体的方策



(注1) (消費者庁調べ)平成26年度から平成28年度の間で教員を輩出した大学に対して、教科に関する科目における、消費者教育に係る授業科目の開設の有無について調査した結果による。
(注2) 教育養成協議会とは、教育公務員特例法第22条の5に規定する、校長及び教員としての資質の向上に関する指標の策定に関する協議等を行う場である。

○「エシカル消費」普及・啓発

- ・消費者の意識の変化 → 環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを
選択して消費することへの関心の高まり
- ・公正かつ持続可能な社会の形成への参画 → 消費者教育の視野が消費者市民社会の形成へ拡大（「消費者教育の推進に関する法律」
平成24年法律第61号）

「倫理的消費」調査研究会

人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費（エシカル消費）」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を広め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行うため、平成27年5月から平成29年3月まで、「倫理的消費」調査研究会を開催。

主な検討事項

- (1) 倫理的消費の必要性とその効果
 - ・倫理的消費の歴史
 - ・倫理的商品（エシカルプロダクト）の事例
- (2) 倫理的消費の定義・範囲
- (3) 倫理的消費の度合い（エシカル度）を計る基準、指標
- (4) 我が国における倫理的消費の実態調査
- (5) 海外における倫理的消費の実態調査
- (6) 倫理的消費を広く普及させていく上での課題と対応

研究会取りまとめ

～あなたの消費が世界的未来を変える～
平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

○倫理的消費（エシカル消費）とは「地域の活性化や雇用なども含む、人や環境に配慮した消費行動」（消費者基本計画）

配慮の対象とその具体例

人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル商品 資源保護等に関する認証がある商品
地域	地産地消 液状地産品
国際貢献	エシカルファッション

- エシカル消費に取り組む必要性と意義
 - ・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を含有課題の解決には消費者一人一人の行動が不可欠
 - ・「安心」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要
- 推進方策の方向性
 - ・国民による幅広い議論の喚起、意識の向上
 - ・事業者による消費者とのコミュニケーションの促進
 - ・様々な主体、分野の協働によるムーブメント作り

広く国民間での理解とその先の行動を期待

持続可能な開発目標（SDGs）
目標12：つくる責任、つかう責任

エシカル・ラボ

「エシカル・ラボ」は、「エシカル消費（倫理的消費）」の意味や必要性などについて、広く国民に考え方を普及するための情報提供を行うとともに、地方公共団体による主体的な普及・啓発活動の促進を目指すことを目的として平成27年から4回開催しているシンポジウム。

平成30年度は、秋田県秋田市、山口県山口市、京都府（予定）の3地域で開催。各地域におけるエシカル消費の取組を発見するとともに、その情報を発信することを旨として、行政機関、学生、事業者や生産者など様々な立場から「エシカル消費」について発表。



多様な主体による活動への参加

青森県消費生活大学講座 子ども霞が関見学デー エシカルフェスタ2018



今後の方策

- 普及・啓発シンポジウム「エシカル・ラボ」の開催
 - 先進的取組の収集・発信
 - 地方における様々な主体や分野の協働によるムーブメントづくりの促進
- のほか、徳島県を実証フィールドとする「新未来創造プロジェクト」の活用や民間活力との連携等を通じ、国民へ理解と行動を働きかける

○「エシカル消費」のリーフレット

URL: http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/pdf/ethical_180409_0001.pdf

【あなたの消費が世界の未来を変える】

エシカル消費ってなあに？

近ごろよく耳にする「エシカル消費」という言葉。その正しい意味をご存じでしょうか？
 簡単にすると「倫理的消費」。なんだか少し堅苦しいですね。
 でも「消費」という行動は、食べることや使うこと、買物など、わたしたちの毎日の生活そのもの。
 「エシカル消費」はより良い社会に向けた、人や社会、環境に配慮した消費行動のことです。
 このキーワードを認識しながら日々を過ごしていると、世界の未来が変わります。

消費生活センター
Consumer Education Center of Japan

表面

「エシカル消費」でどんなことが応援できるでしょうか。
 具体例の一部を見てみましょう。

環境 環境への配慮
エコ商品を選ぶ
リサイクル素材を使ったものや資源消費等に際する配慮がある商品を購入。

社会 社会への配慮
寄付付き商品を選ぶ
売上金の一部が寄付につながる商品。

人 人への配慮
働いている人の生活に響きがある商品を選ぶ
働きたい人がいる人を支援している事業者の商品。

地域 地域への配慮
地元の商品を買う
地元産品によって地域活性化が図れる商品。

生物多様性 生物多様性への配慮
FSCの森林産品を選ぶ
FSCの森林産品は、適切な管理のもとで伐採された木材や紙類から作られています。

エシカル消費って
つまり
何をかうか考えるとき
ひとつの尺度です

世界の未来を変えるのは、あなたの日々の消費です。

SDGs 17 持続可能な開発目標

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

環境省 消費生活センター

裏面

○ 消費者月間

消費者月間とは

「消費者保護基本法(消費者基本法の前身)」が昭和43年5月に施行されたことからその施行20周年を機に、昭和63年から毎年5月を「消費者月間」とし、統一テーマを設定し、消費者、事業者、行政が一体となって、**消費者問題に関する教育・啓発等の事業を集中的に実施**

平成30年度

統一テーマ「**ともに築こう 豊かな消費社会 ～誰一人取り残さない～**」

SDGsを取り上げること、消費者・事業者・地方公共団体・国などの様々な主体が、「消費者が安全・安心で豊かに暮らすことができる社会の実現」という同じ目標を目指しているという認識を今一度共有し、「誰一人取り残さない」ためにそれぞれが自分のできることを見付け、ともに連携しながら行動していくためのきっかけとなることを期待。

平成30年度 消費者月間シンポジウム

平成30年5月28日(月)にイノホール&カンファレンスホール(東京都千代田区)で開催

・第一部

基調講演 国谷 裕子氏 「新しいモノサシ・SDGsで考えよう」

パネルディスカッション 「SDGsの達成に向けた消費者政策のあり方とステークホルダーの役割」
消費者庁からの報告 「子ども事故防止の効果的な対策とは」

・第二部

消費者支援功労者被表彰者紹介 他



パネルディスカッション

平成30年度 消費者支援功労者表彰表彰式

平成30年5月28日(月)に総理官邸で実施

消費者利益の擁護・増進のために各方面で活躍されている方々を表彰する制度として昭和60年より実施

・内閣総理大臣表彰 5件

被表彰者及び主な活動実績

- ・内閣府特命担当大臣表彰 19件
- ・ベスト消費者サポーター一章 48件

※サポーター一章については各地方公共団体より授与



地方公共団体等の月間関連事業

全国で講演会、パネル展示等の関連事業を実施⇒消費者庁ホームページにおいて周知



消費者庁は、安全・安心で豊かな社会の実現に向けた取組を通じ「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に寄与します



188 消費者ホットライン

Q. 消費者月間 検索

平成30年度消費者月間ポスター

○ 消費者教育推進大使

「消費者教育推進大使」(2014～)

地方公共団体公認マスコミキャラクターに対して消費者庁長官が委嘱

- ・消費者教育の推進及び消費者市民社会の概念の普及 など

平成30年9月現在

名称	地方公共団体	名称	地方公共団体
1 家康くん	浜松市	まもりん、みもりん	北九州市
2 一生犬鳴！イヌナギン！	大阪府泉佐野市	ニヤン吉	神奈川県
3 すだちくん	徳島県	チー坊	東京都調布市
4 クウとかいな	滋賀県草津市	パオくんとクマゲラくん	北海道幕別町
5 ふくタン、こうタン、はばタン	兵庫県	こまどりのPiPi	愛媛県
6 コアラのハッピー	名古屋市	テルミちゃん	青森県
7 チャマリン、チャマゴン	福井県勝山市	しろうくま	札幌市
8 まなりくん	大阪府藤井寺市	みとちゃん	茨城県水戸市
9 もずやん	大阪府	てるみ～にや	川崎市
10 くらっしー	埼玉県	はあすちゃん	山口県岩国市
11 萩にやん	山口県萩市	くまっただちゃん	高知県



20. てるみ～にや(川崎市)



21. はあすちゃん(山口県岩国市)



22. くまっただちゃん(高知県)