

# 令和8年度地方消費者行政強化交付金について

---

---

---

令和8年2月  
消費者庁地方協力課

# 地方消費者行政強化交付金について

令和8年度当初予算案：15.0億円  
令和7年度補正予算：17.6億円

- 衆・消費者特委決議、骨太方針2025、消費者基本計画等を踏まえ、交付金の見直しを図る。具体的には、
- (1) 身近な相談窓口の充実など、これまでの成果が**推進事業終了により後退しないための適切な対策**を講じる。また、高齢化の加速、単身世帯増、デジタル化等の環境変化に対応するため、
  - (2) 「待ち」の対応から転換し、**地域に積極的に出向く出前講座や見守り活動の充実**の取組、
  - (3) 相談員の**担い手確保のための計画的・効果的な取組**、SNSにおけるトラブルなど**複雑・高度な相談への対応力強化**、
  - (4) **広域連携による効率的な相談体制の構築**、
- 等を支援し、消費者被害の未然防止・救済機能の維持・強化を図る（地方消費者行政のバージョンアップ）。

## 新たな枠組み

## 支援メニュー

推進事業

(定額)

新たな支援の枠組

### 地方消費者行政機能維持事業

- ① 相談機能維持・未然防止強化型
- ② 広域連携推進型
- ③ 地方消費者行政推進型

### 地方消費者行政機能強化事業

- ④ 相談・見守り連携強化型 (先行実施)
- ④ 相談・見守り連携強化型
- ⑤ 広域連携強化型
- ⑥⑦ 担い手確保、人材育成・強化型
- ⑧ 重点課題対応型

強化事業

(1/2)

### ① 相談機能維持・未然防止強化型 (補助率：定額)

- ✓ 相談機能維持、被害の未然防止活動強化を前提に、推進事業活用自治体が、消費者基本計画期間中（令和8～11年度）消費生活センター等の運営を継続できるよう支援（定額）

### ② 広域連携推進型 (令和11年度まで定額、その後原則2/3※)

- ✓ 広域連携による消費生活センターの運営を支援（令和16年度までの間の措置）  
※令和15年度以降の補助率については、次期消費者基本計画策定時に判断・決定

### ③ 地方消費者行政推進型 (定額)

- ✓ 従前の推進事業（活用期間の特例により令和9年度まで継続）

### ④ 相談・見守り連携強化型 (原則1/2)

- ✓ 消費生活相談員が相談に従事しつつ、出前講座、見守り活動を行う者へ情報提供を行うなど、相談と見守りの連携強化や新たな役割、業務の高度化等に相応しい処遇の実現を支援

### ⑤ 広域連携強化型 (原則2/3)

- ✓ 中心となる自治体の消費生活センターの機能強化を支援

### ⑥⑦ 担い手確保、人材育成・強化型 (原則1/2)

- ✓ 都道府県による消費生活相談員の計画的育成・確保の取組を支援
- ✓ SNSトラブルなど複雑・高度な相談に対応する者の配置等を支援

### ⑧ 重点課題対応型 (原則1/2)

- ✓ 既存の強化事業を改組。時々の重点課題への取組を支援

令和7年度 (2025)      令和8年度 (2026)      令和9年度 (2027)      令和10年度 (2028)      令和11年度 (2029)      令和12年度 (2030) ...

消費者基本計画 (令和7～11年度)

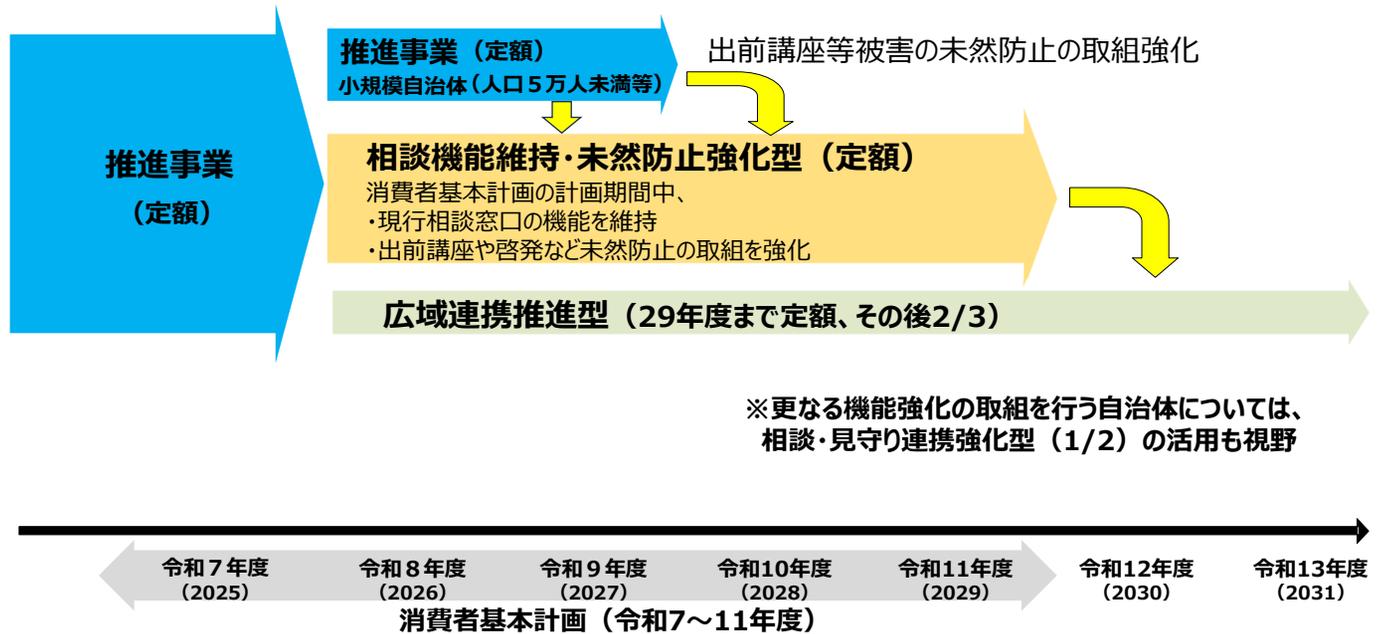
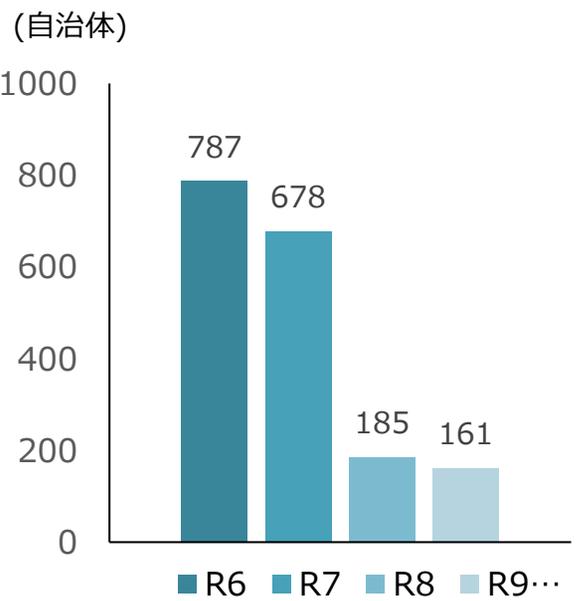
# ①相談機能維持・未然防止強化型

補助率：定額

- 消費者庁創設（2009年）以降、着実に進展してきた身近な相談窓口の充実という成果が後戻りしないよう、地方消費者行政強化交付金の推進事業の活用期限を終えた地方公共団体が、被害の未然防止の取組を強化しつつ、引き続き相談機能を維持する取組を支援。
- 2025年度に推進事業を活用している自治体は、消費者基本計画の計画期間中（～2029年度）、引き続き現行の相談窓口の機能維持と消費者被害の未然防止のための取組を強化する方策を盛り込んだ「相談機能維持・未然防止強化プラン」を策定。
- 同プランに盛り込まれた取組を計画期間中に支援。
- 活用期限終了後は、広域連携の形成やさらなる機能強化を図る取組を支援。

推進事業活用自治体数

相談機能維持と高齢化・単身世帯増加等の環境変化への対応促進支援策のイメージ



対象：令和7年度（2025）時点で、地方消費者行政強化交付金推進事業を活用している自治体  
 対象経費：消費生活相談員の報酬・手当等、啓発、専門家の活用、研修実施、研修参加等に要する費用

## ②広域連携推進型

補助率：定額→2/3

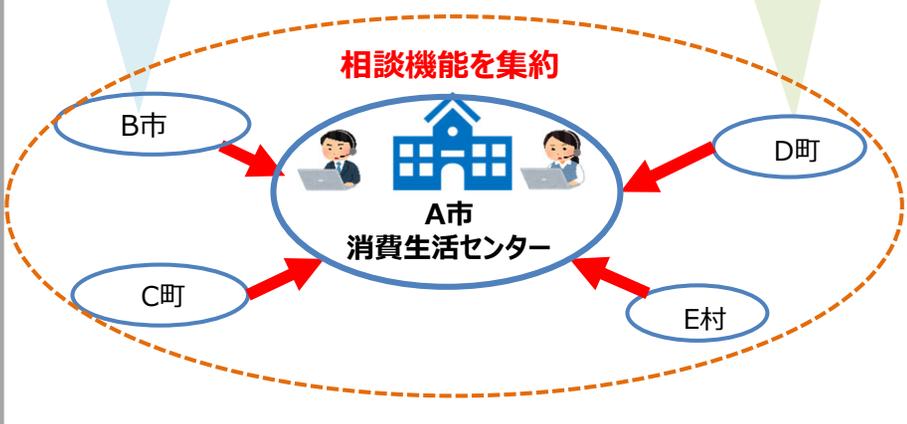
- 人口減少の加速、自治体の行政資源（人材、財源）の制約が高まる中、広域連携により効率化を図りつつ、消費生活センター又はそれに相当する機能を維持し、持続可能な相談体制を構築する取組を支援。
- その際、地域の実情に応じて多様な広域連携の手法を支援。※令和16年度（2034年度）までの時限措置

### 事業内容

日常生活圏や通勤圏など、地理的・経済的・歴史的一体性を有する地域において、市町村連携による広域的な消費生活センターを新たに立上げ、あるいは新たに参加する取組に対し、消費生活センターの施設改修、機器配備、消費生活相談員の配置、見守り活動、出前講座の実施等を支援。

相談機能を集約しつつも、周辺市町村は消費者行政を放棄するのではなく、簡易な相談対応や消費生活センターへの取次ぎ、見守り活動や啓発等を実施

オンライン会議システムの活用など、広域化に伴う物理的な距離をICTを活用してカバーする取組を支援



### 主な広域連携の方式

| 方式      | 内容・例  |
|---------|---|
| 中心市集約方式 | 中心となる市に相談員を配置するなど、消費生活センターの機能を集約。周辺市には相談員を配置せず、分担金を中心市に支払い広域連携に参加。エリア全体の相談に対応。  |
| 相互乗入方式  | 相談員を配置する自治体が連携し、それぞれの窓口に相談員の配置を維持しつつ、エリア全体の相談に対応することで、消費生活センターに相当する機能を維持。<br>例) A市：相談員1名週4日、B町：相談員1名週4日<br>↓<br>A市：相談員1名週3日、B町：相談員1名週3日<br>※A市、B町の住民は、A・B町双方の窓口利用可（週4日以上利用可）      |
| 巡回方式    | 相談員が構成市町村の窓口を巡回する方式。週4日以上構成市町村の窓口へ巡回しつつ、エリア全体の相談に対応することで、消費生活センターに相当する機能を確保。<br>例) A市：相談員X週4日配置、B町：相談員X週1日配置<br>↓<br>A市：週3日相談員X配置、B町：週1日相談員X配置<br>※A市、B町の住民は、A・B町双方の窓口利用可（週4日利用可） |

対象：市町村

対象経費：消費生活センターの施設改修費・機器配備費、報酬・手当等、活動経費、研修参加費

補助率：令和11年度（2029）まで定額、その後原則2/3（※令和15年度（2033）以降の補助率については、次期消費者基本計画策定時に判断・決定）

# ④相談・見守り連携強化型

補助率：原則1/2

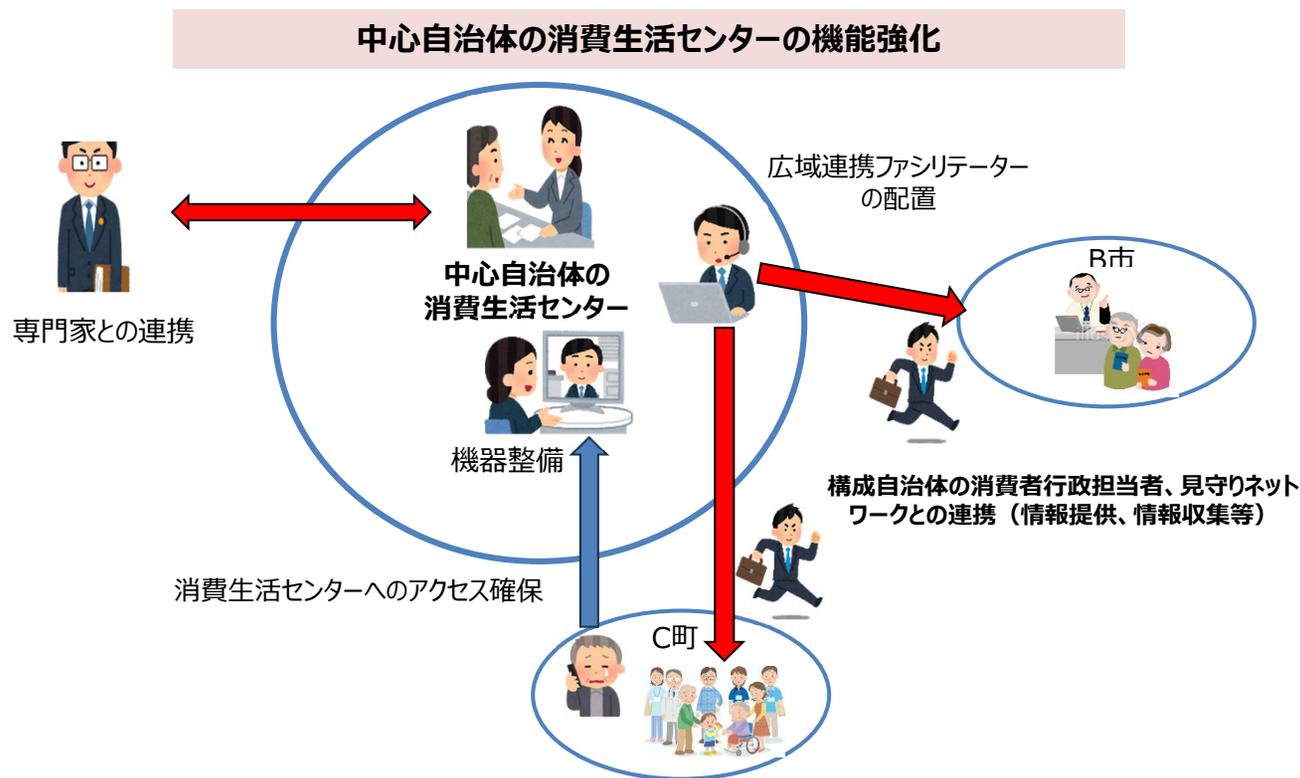
- 独居高齢者、認知症高齢者は、「被害に遭ってること自体に気づいてない」、「被害に遭っても一人で抱え込んでしまう」傾向があり、高齢化の加速、単身世帯が今後さらに増加する中、相談を待っているだけでは、被害が埋もれてしまうケースが拡大する恐れ。
- 日常業務等で消費者に接する機会が多い地域の多様な主体が連携し、消費者へのきめ細やかな情報提供、被害の探知、消センへの取次ぎを行い、被害の未然防止や救済機能の強化を図るとともに、類似の被害の拡大防止を図るため、国（消費者庁等）への情報集約を強化する必要。
- このため、新たなPIO-NETシステムの導入により相談業務の効率化・相談員の負担軽減を図りつつ、
  - ① 見守りネットワークの実効性向上のため、相談員が地域に出向いてネットワーク構成員への情報提供等の実施や、消費者トラブルの背後にある様々な課題の解決に向けた消費生活センターと福祉部局等関係機関との連携強化（見守り活動支援等）
  - ② 類似の被害拡大防止に向けて、国の対応の基盤となる消費者トラブル情報のより迅速・詳細な報告（国への迅速かつ詳細な情報通知）を行うために消費生活センターの機能強化に取り組む市町村を支援。
- 令和8、9年度は、先行的に取り組む自治体を支援。



## ⑤広域連携強化型

補助率：原則2/3

- 要配慮消費者の増加等の環境変化に対応するための機能を備えた新たな地方消費者行政の推進体制を広域連携により構築するためには、消費生活センターを配置する中心自治体と周辺自治体の有機的な連携を確保することが不可欠。
- そのためには、消費生活センターの相談員が、周辺自治体の消費者行政担当者や見守りネットワーク構成員等に消費者トラブルの現状や注意すべき情報等を提供し、周辺自治体での見守り活動の実効性向上等を図る必要があり、中心自治体の消費生活センターの体制強化が不可欠。
- また、中心自治体への消費生活センターの機能集約により物理的距離が拡大する周辺自治体の住民によるアクセスの確保が重要となる。
- 広域連携の中心となる自治体に対し、構成する市町村との連携を担う相談員（広域連携ファシリテーター）の配置やそれに伴う機器配備・施設改修、周辺自治体の住民からの消費生活センターへのアクセス確保（デジタル技術の活用）などの機能強化を支援。



対象：広域連携の中心となる市町村

対象経費：消費生活センターの機器配備・施設改修費、報酬・手当等、活動経費、研修参加費

補助率：原則2/3

※相談・見守り連携強化型で求める見守り活動支援等や国への迅速かつ詳細な情報通知に加えて、広域連携の中心自治体に生じる追加的な業務（周辺自治体との連携）に鑑み、補助率を2/3とする。

## ⑥⑦担い手確保、人材育成・強化型

補助率：原則1/2

- 深刻化する消費生活相談員の担い手不足に対し、市町村が個別に対応するのではなく、**都道府県**が管内の相談員の配置状況や見通し等を踏まえて、**相談員の養成・確保・育成を一貫して計画的に実施する取組を支援**（1.2.）。
- 高度化、複雑化する相談に対し、**都道府県、政令市等比較的大規模な消費生活センターの特定領域の相談対応力強化**(3.(1))、都道府県による**市町村への支援力の強化**(3.(2))を図る取組を支援。

### ⑥担い手確保、人材育成・強化型（人材確保）

#### 1.担い手の掘り起こし 補助率：1/2

消費者庁の消費生活相談員養成講座と連携し、

(1)民間企業等へ消費生活センターや相談員の業務の**PR**

(2)**実践的講座**の開催

により**相談員候補者を発掘・養成**



#### 2.相談員育成事業（OJT） 定額

相談修習生を県や市町村の消費生活センターに配置し、**OJT**(実務訓練)を通じ計画的に育成し、就業を促進

①**県の消費生活センター**で、指定消費生活相談員等による指導を受けつつ知識・技能を習得

②**市町村の消費生活センター**で、ベテラン相談員の指導や県の指定消費生活相談員の助言を受けつつ、知識・技能を習得

※ 1. 2の事業を一貫して消費者団体やNPO等に委託する方式も可

※相談修習生1名につき、活用期限3年以内

#### 3.人材の強化

##### (1)特定領域相談への対応力強化

(都道府県、政令市)

補助率：原則1/2

SNSを通じたトラブルへの対応などに専門知識を有する者(※)を**特定領域相談対応員**として消費生活センターに配置することにより、高度化・複雑化する相談に対応するための体制整備を支援

※SNSを通じたインターネット取引、金融取引等の特定の専門分野に精通する人材を想定

##### (2)市町村支援力の強化

(都道府県)

補助率：原則1/3

巡回指導や市町村の相談員からの問い合わせへの対応などに対応する**市町村支援員を配置**(指定消費生活相談員含む)し、管内市町村の相談員への支援体制を強化する取組を支援



都道府県は「消費生活相談担い手確保・育成プラン」を作成し、人材の掘り起こし・確保・育成まで一貫して計画的に実施

- 対象：1. 都道府県 2. 都道府県、市町村 3. (1) 都道府県、政令指定都市 3. (2) 都道府県  
 対象経費：1. コンテンツ作成経費、謝金、会場借料、委託費等 2. 報酬・手当等、謝金、研修参加費、活動経費、委託費等  
 3. 報酬・手当等、研修参加費、活動経費

## ⑧重点課題対応型

補助率：原則1/2

- 安全・安心な消費生活の実現のために国が特に必要と考え推進する施策を地域において実施する取組や、特に緊急的・集中的な対応が求められる課題への取組を支援することにより、消費者政策全体の機能強化を図る。
- 現行の強化事業のメニューを再編し、自治体がより使いやすいメニュー構成へ変更。

| 強化事業メニュー                                    |   |
|---|---|
| 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)消費生活相談体制の充実・強化                           | ① 消費生活相談のデジタル対応を行うための体制整備（定額）<br>② 相談員の業務のテレワーク化に向けた体制整備<br>③ 相談機能の強化<br>④ 対応困難者への対応力強化<br>⑤ 広域連携の立上げ・運営・拡充 |
| (2)配慮を要する消費者に対する相談・見守り体制の整備・運用              | ① 配慮を要する消費者（高齢者、障害者、外国人等）への対応力強化<br>② 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の構築・運営（機能強化）                                   |
| (3)消費者教育・啓発への取組                             | ① 消費者教育の推進<br>② 風評被害の払拭のための取組<br>③ 食品表示制度の普及・啓発<br>④ 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                             |
| (4)SDGsへの取組                                 | ① エシカル消費の普及・促進<br>② 消費者志向経営<br>③ 食品ロス削減の取組  |
| (5)法執行体制強化、事業者コンプライアンス確保                    | ① 法執行体制の強化<br>② 公益通報者保護制度の推進  |
| 2. 国の重要政策に係る消費生活相談員等レベルアップ事業                |   |
| (1) 国が指定するテーマの研修への参加<br>(2) 国が指定するテーマでの研修開催 |   |
| 3. 靈感商法を含めた悪質商法対策事業（定額）                     |   |



| ⑥重点課題対応型 支援メニュー             |   |
|-----------------------------|---|
| 1. 消費生活相談体制の充実・強化           | ① 消費生活相談のデジタル対応を行うための体制整備<br>② 配慮を要する消費者（高齢者、障害者、外国人等）に対する相談対応力の強化<br>③ 専門的知識を要する相談への対応力強化<br>④ 国が指定するテーマの研修への参加<br>⑤ 国が指定するテーマでの研修開催 |
| 2. 消費者の安全・安心の確保             | ① 消費者被害の周知・啓発、見守り活動の活性化<br>② 法執行体制の強化<br>③ 公益通報者保護制度の普及・啓発<br>④ 消費者団体訴訟制度の活用<br>⑤ 消費者安全法第47条第2項の規定に基づく法定受託事務                          |
| 3. 消費者教育等の推進                | ① 消費者教育の推進<br>② 風評被害の払拭のための取組<br>③ 食品表示制度の普及・啓発<br>④ エシカル消費の普及・促進<br>⑤ 消費者志向経営の普及・促進<br>⑥ 食品ロス削減の普及・促進                                |
| 4. 特に緊急的・集中的に対応が求められる取組（定額） | ① 新PIO-NETシステムへの円滑な移行<br>② 災害等に乗じた消費者被害の周知・啓発、相談機能の回復   |

対象：都道府県、市町村  
対象経費：啓発経費、研修参加・開催経費等



廃止

# 參考資料

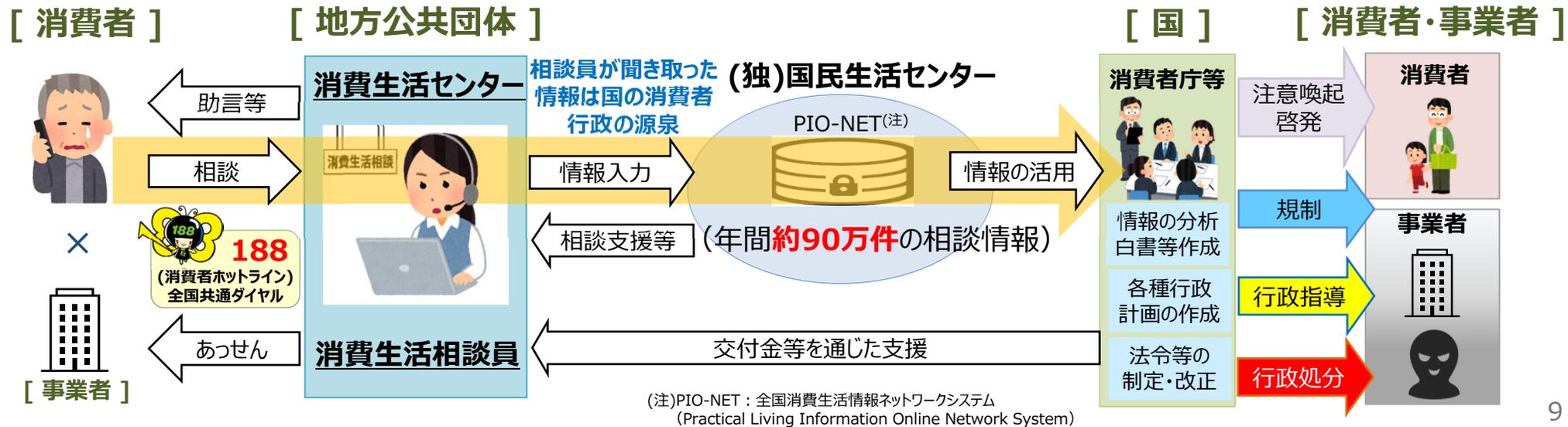
# 地方消費者行政について

## 1. 沿革・概要

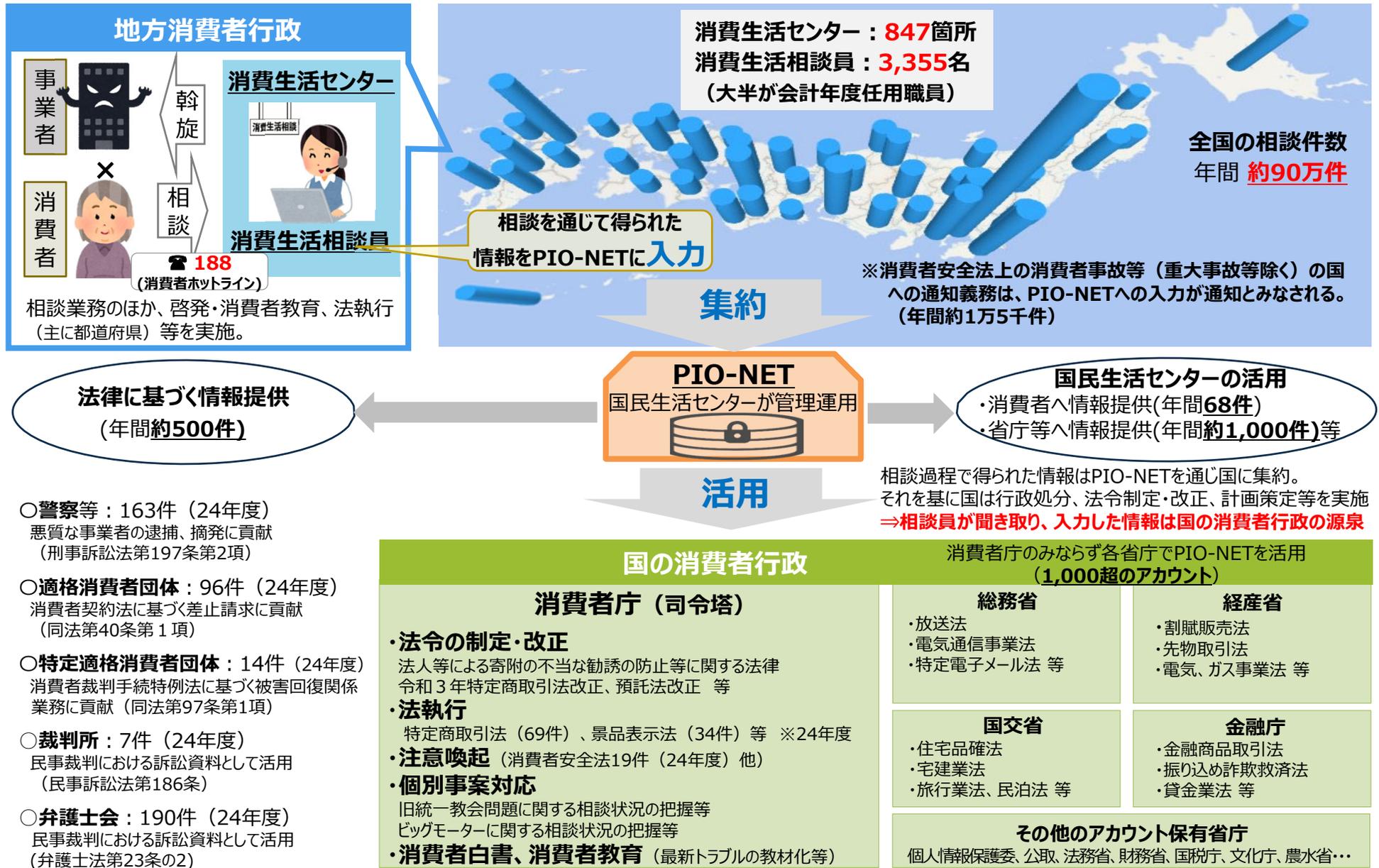
- **消費者庁創設時（2009年）**、消費者安全法で事務として規定。交付金等を通じ、消費生活センター設置等を支援。
- **地方公共団体の主な事務**：①**消費生活相談・あっせん・情報収集等**、②**見守りネットワーク**を通じた高齢者等の配慮を要する消費者の被害防止・救済、③**消費者教育・啓発**、④**事業者指導・法執行等**。
- **消費生活センター**：**847か所**、**消費生活相談員**：**3,355名**、**年間約90万件の相談情報**を集約。

## 2. 国と地方の関係

- **地方公共団体**：**住民サービスの一環**として消費者からの相談対応やあっせん等を実施。
- **国（消費者庁）**：地方支分部局を持たず、地方公共団体が実施する消費生活相談に関する情報集約を通じ各地の消費者問題の実情把握を行い、**それを基に政策を企画・立案・執行**。
- 相談員が聞き取った情報は、国の消費者行政を支える基盤であり、**現場の相談機能の安定・充実は、国にとっても不可欠**。



# 消費者行政における国と地方との関係



消費者庁は、地方支分部局を持たず、自治体との間で形成されたネットワークを通じ消費者問題の実情把握を行い、政策を企画・立案し、執行

⇒地方消費者行政の充実、国の消費者行政にとっても死活的問題

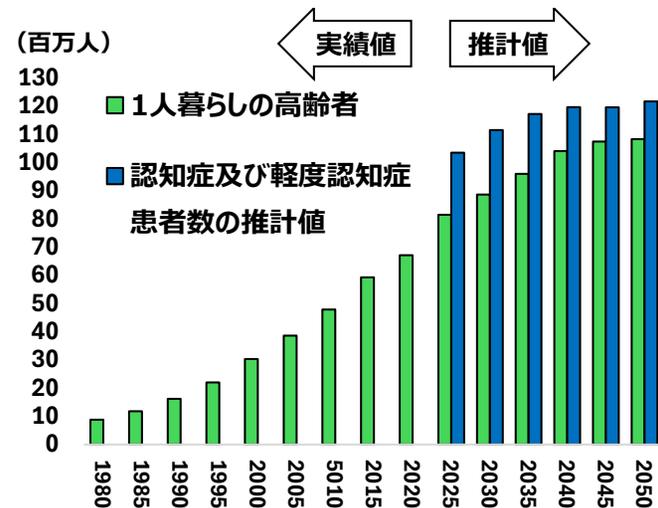
# 地方消費者行政を取り巻く環境変化

- 消費者の変化：自ら相談に出向くことが困難な高齢者や認知症の高齢者など、配慮を要する消費者が増加
- デジタル化：新たなサービスや取引形態、複雑な決済経路など、消費者トラブルがますます高度化・複雑化
- 人口減少・人手不足：相談員の担い手確保や行政資源の制約の高まりによる消費生活センターの運営の持続性が課題に

## 消費者の変化

### 高齢化・単身世帯の増加

～65歳以上一人暮らし、(軽度)認知症高齢者の推移～

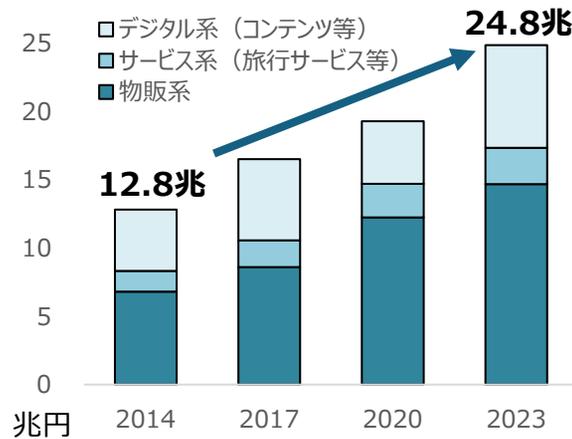


### 要配慮消費者増加の例

- ・高齢化・独居化の進展  
- 独居高齢世帯数 約816万世帯 (2025年推計値)
- ・認知症・軽度認知症高齢者数の増加

## デジタル化

### 日本のBtoCのEC市場の拡大

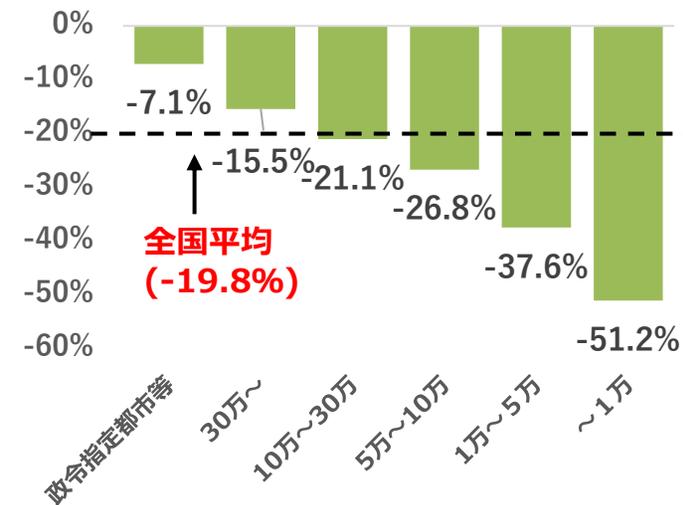


### 高度化・複雑化する消費者トラブルの例

- ・定期購入、サブスク、暗号資産 (契約形態等の多様化)
  - ・取引PF、キャッシュレス決済等 (取引関係者の多様化)
  - ・SNS広告・勧誘 (立証の困難化)
- ※個人のモバイル端末の保有率-97.4% (2023年)

## 人口減少・人手不足

### 市区町村の人口規模別の人口減少率 ～2015年から2050年の減少率～



### 懸念される課題の例

- ・消費生活相談員の確保
- ・小規模な自治体における消費生活センターの維持

# 環境変化を受けた消費者トラブルの性質の変化と必要なアプローチ

○ 環境変化を受けた消費者トラブルの性質変化に適切に対応するためには、これまでとは異なるアプローチが必要。

## 消費者の変化

### ○独居高齢者、認知症高齢者の行動の特徴

- ・被害に遭っていること自体に気づいてない
- ・被害に遭っても一人で抱え込んでしまう  
傾向

⇒自ら相談できない（しない）配慮を要する消費者の増加

⇒相談を待っているだけでは、被害が埋もれる



## 待ちの対応から積極的に向向く

- ・「待ち」の相談対応から、見守り活動、出前講座などのアウトリーチ的取組の強化  
**（消費者安全確保地域協議会の活性化、消費生活協力団体・協力員の拡大）**
- ・掘り起こした被害を消費生活センターにつなぐ仕組みの構築 **（「相談」と「見守り」の連携強化）**
- ・福祉等へつなぐことで生活再建を支援

## デジタル化

### ○デジタル取引の主な特徴

- ・取引と取引外の境目の不明確化  
どこからがBtoC取引であるかが判別し難い
- ・AI等を始めデジタル技術を活用したより巧  
妙な働きかけや決済への誘導
- ・取引関係者の複雑化・階層化  
販売事業者、プラットフォーム、決済事業者、運搬事業者等
- ・越境取引  
被害回復の困難化

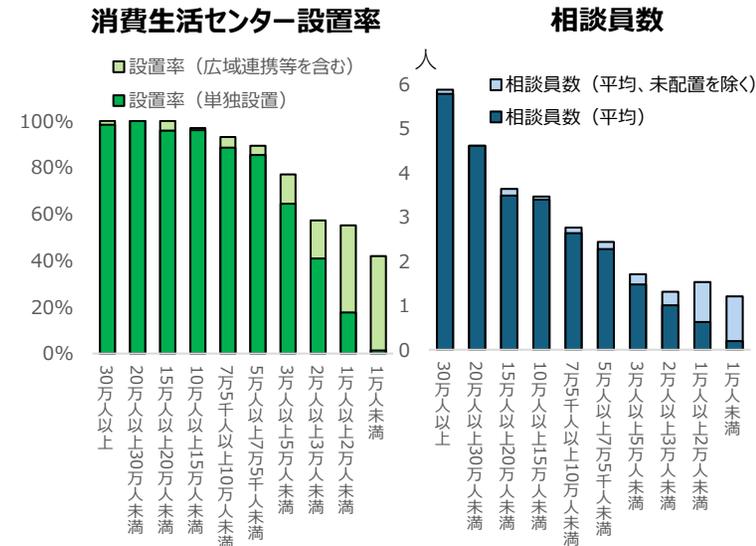


## 高度・複雑な相談への対応力強化

- ・都道府県等の消費生活センターにおける高度・専門相談への対応力強化 **（高度専門相談対応員の配置）**
- ・相談員への研修充実 **（オンライン・対面含め研修機会を確実に保証）**

## 人口減少・人手不足

### ○人口規模別の消費生活センター・相談員配置状況



## 効率的な担い手確保や相談体制の構築

- ・市町村個別の対応のみならず、**都道府県による効率的な人材確保・育成策の推進**
- ・日常生活圏、通勤圏などを踏まえた複数市町村の連携による**広域的な消費生活センターの運営**

（備考）1. 令和6年度「地方消費者行政の現況」（消費者庁）により作成

2. 図表12の「広域連携等を含む」については、複数市町村の連携により消費生活センターを運営しているケースで、当該広域連携に参加している自治体全てを消費生活センターの設置自治体としている。

3. 図表13の相談員数については、各自治体の消費生活センター等に配置されている相談員総数の平均値であり、必ずしも当該自治体の窓口で常時相談対応に従事している相談員数ではない場合があることに留意が必要。

# 地方消費者行政2.0への移行

消費者庁  
創設前

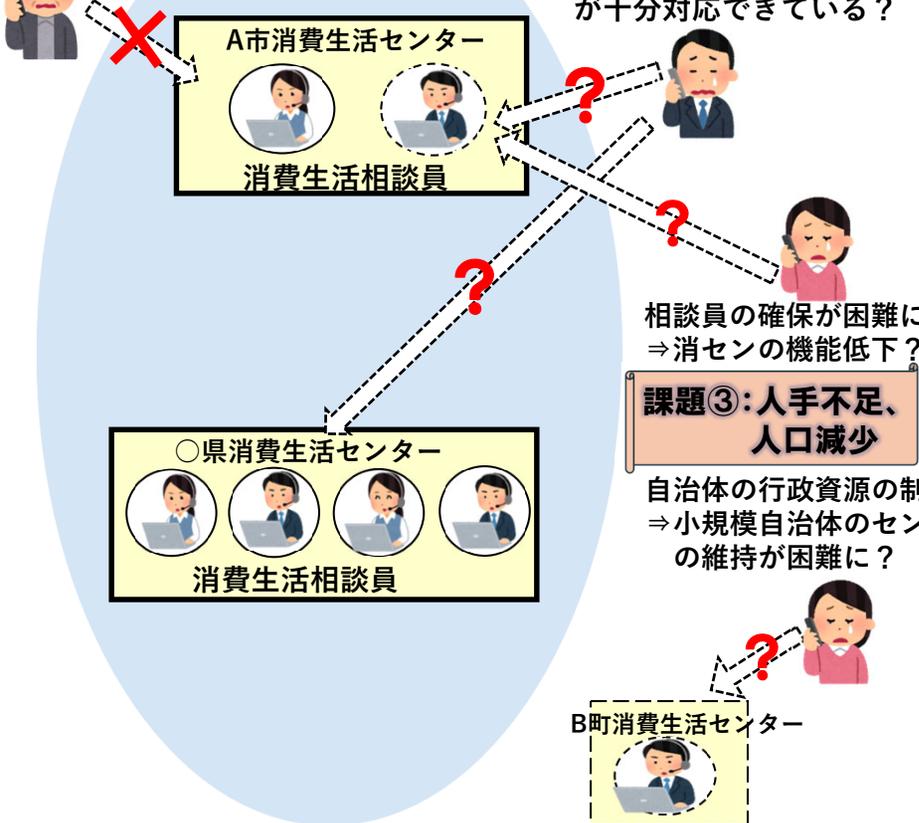
消費者庁  
創設後

- 消費生活センター数（市区町村）：351箇所
- 消費生活センター及び相談員の法的位置づけなし
- 地方消費者行政活性化基金等による支援
- 消費者安全法の制定  
⇒消費生活センター数（市区町村）は736箇所に増加  
**地域における身近な相談窓口が充実**

## <現状と課題>

### 課題①：高齢化の加速、単身世帯の増加

自ら相談しない  
(できない)  
相談を「待って」いるだけでは、  
救えなくなる消費者が増加



### 課題②：デジタル取引拡大 複雑なトラブルに消セン が十分対応できている？

これまでと同様の推進体制では、  
救えない消費者が増えていく

### 課題③：人手不足、 人口減少 自治体の行政資源の制約 ⇒小規模自治体のセンター の維持が困難に？



## <課題への対応>

- 対応①：アウトリーチ的機能の強化(相談・見守り連携)【市町村】
- 対応②：消費生活センターの機能高度化【都道府県等】
- 対応③：計画的・戦略的人材育成(都道府県)、広域連携促進【市町村】

十五年間の成果を土台として、近年の環境変化に対応すべく、地方消費者行政をバージョンアップ

