

## 地方消費者行政強化作戦 2020 策定に関する懇談会とりまとめ（素案）

### 1. 「地方消費者行政強化作戦 2020」策定に向けた視点

- 消費者行政の現場は、「地方」にあるとの認識の下、地方消費者行政の充実・強化に向けては、現行の地方消費者行政強化作戦の進捗状況を踏まえ、①引き続き取り組むべき課題、②新たに取り組むべき課題について整理
- 各ステークホルダーが、「自分事」として消費者行政の充実・強化に取り組む意義を実感できるような目標を掲げる必要<sup>1</sup>。
- 地方消費者行政の充実・強化に向けては、国・地方公共団体、消費者団体、専門家等のステークホルダーの役割を意識し、各主体が連携して、一体となって取り組む体制を築くことが重要。
- 目標の設定については、定量的な目標だけではなく、実質面を評価する必要。
- 国からの支援の在り方や強化作戦を実施するための財源確保も含めて、目標達成の実効性を担保するための方策の検討も極めて重要。

### 2. 「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況

- 地方消費者行政推進交付金等の支援を通じて、具体的に主として都道府県ごとの5つの政策目標を設定し、国・地方公共団体が連携して強化作戦の達成に向けて取組を実行。
- この結果、多くの分野で進捗が見られたが、目標の達成には至っていない分野も見られている。

#### <政策目標 1> 相談体制の空白地域の解消

消費生活相談窓口は、1721 市町村で設置がなされており、すべての都道府県で相談体制の空白地域は解消されており、目標は達成している。

#### <政策目標 2> 相談体制の質の向上

（消費生活センターの設置促進）

人口 5 万人以上の市町では、目標達成は 35 都道府県、平均設置率 94.9%と相当程度の進展がみられる。一方で、人口 5 万人未満の市町村では、目標達成は 21 道府県、平均設置率は 49.1%と進捗に遅れが見られる。

---

<sup>1</sup> 地方消費者行政における重要な取組を充実させることで、将来的に法律上、「義務」として位置づけられるよう取り組む必要がある。

また、県内すべての市町村で消費生活センターが設置されている都道府県は、7県となっている。

(消費生活相談員)

消費生活相談員の配置については、目標達成は43都道府県、平均設置率83.4%と相当程度の進展がみられる。資格保有率については、平均保有率81.3%と一定程度進捗がみられるが、目標達成は26都府県と地域ごとにバラツキがみられる。研修参加率については、目標達成は11県であるが、平均参加率91.8%となっており、相当程度の進展がみられている。

<政策目標3> 適格消費者団体の空白地域の解消

現在、適格消費者団体は21の団体が認定を受けており、全ブロック(8ブロック)すべてで少なくとも一つの団体が設置されており、目標は達成している。

<政策目標4> 消費者教育の推進

現在、消費者教育推進計画は、47都道府県、19政令市で策定済み、消費者教育推進地域協議会も47都道府県、19政令市で設置されており、相当程度の進展がみられている。

<政策目標5> 消費者安全確保地域協議会の設置

現在、消費者安全確保地域協議会は、人口5万人以上の全市町で設置できているのは2県であり、全国の設置率も設置数も19.8%にとどまっている。

### 3. 地方消費者行政が取り組むべき新たな課題

- 現行の「地方消費者行政強化作戦」においては、「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けることができる地域体制の整備」を目指して取組。一方で、消費者行政を取り巻く環境は、高齢化、高度情報化、国際化等変容しており、新たな問題も発生。
- 特に、2015年に国連で採択されたSDGsへの取組は政府が一体となって取り組むべき課題となっており、消費者行政のSDGsへの貢献という新たな視点による取組も重要。
- 具体的な課題としては、「エシカル消費の推進」、「消費者志向経営の推進」、「食品ロス削減の推進」等のSDGsへの取組の促進、訪日・在日外国人の増加に対応した消費生活相談体制の整備、消費者ホットライン188の認知度向

上や SNS の活用等による若年者の消費者相談の掘り起こしなども重要課題。

- 地域の消費者団体の活動が縮小しており、消費者教育・普及啓発の担い手の確保を行うとともに、消費者団体の活動が適切に行われるよう活躍の場の提供や支援について検討すべき。

#### 4. 地方消費者行政の推進における国・都道府県・市町村、消費者団体等の役割

地方消費者行政の推進にあたっては、法の趣旨に基づき、国・都道府県・市町村、消費者団体、専門家等が連携し取組を進める必要があるとの認識の下、それぞれの役割を整理<sup>2</sup>。

##### (消費生活相談)

- 消費生活相談は、消費者（相談者）の被害の未然防止・拡大防止など、消費者の権利を守るための基礎的なサービスであることに加え、消費者行政の企画・立案にも資する重要な取組であり、地方消費者行政を支える基幹事務。
- 都道府県は、「市町村の事務の実施に関し、市町村相互間の連絡調整及び市町村に対する必要な助言、協力、情報の提供その他の援助」、市町村は、「事業者に対する消費者からの苦情に係る相談・あっせん」を行うことが基本的枠組みであり、そのセンター設置率が上昇するなど基盤は整いつつあるため、都道府県、市町村の業務分担を法の趣旨に基づき行うことが必要。
- 国・都道府県は、消費生活相談が高度化、複雑化<sup>3</sup>する中において、一人相談員体制の市町村をはじめ、相談事案の蓄積、処理の検討体制の不足などの課題を解消するための措置を講ずる必要。

##### <具体的取組>

- 国及び国民生活センターは、地方の消費生活相談員の育成<sup>4</sup>を図るとともに、消費生活相談の質の向上に向けて、消費者行政職員及び消費生活相談員が参

---

<sup>2</sup> 例えば、消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号）においては、消費生活センターの設置や消費者教育の推進を地方公共団体が行う自治事務として位置づけるとともに国等が必要な支援を行うこととされている。

<sup>3</sup> 加えて、個人情報保護法の改正によるオプトアウト制度の活用など、相談業務の多様化にも対応することが求められる。

<sup>4</sup> 消費生活相談員の高齢化や担い手不足などが課題として挙げられている。

加しやすい研修機会の提供<sup>5</sup>、Q&Aなどの積極的な提供のほか、消費生活センターへのPI0-NETの配備の充実、広域連携を活用した消費生活相談体制の事例提供など地方公共団体における消費生活相談が適切に行われるよう、消費生活相談体制の基盤の強化に努める。

- 都道府県は、指定消費生活相談員制度を活用した市町村支援の充実を図り、巡回相談の実施や相談解決、あっせんに係る技術的指導<sup>6</sup>、市町村相談員の研修受講や都道府県センターにおけるOJT研修を可能とするためのバックアップ体制の整備等<sup>7</sup>を行う。
- 都道府県は、より身近な消費生活相談窓口で相談が受けられる体制を整備するため、広域連携による消費生活センターの配置に向けた調整を行うなどの役割も求められる。さらに、訪日・在日外国人の増加を踏まえ、困難な消費生活相談の多言語対応への積極的な取組、若年者の消費者相談をより広く受けつけるためのSNS相談の実施等も進める必要。
- 市町村については、引き続き、消費生活センターの整備や消費生活相談員の確保に努めるとともに、消費生活相談の質を高めるための研修への積極的な参加や相談員の研修の機会確保のための行政職員による相談バックアップ体制なども検討。
- また、地方公共団体は、国からの支援も活用しつつ、消費生活相談員の専門性に配慮した適切な処遇の実現も含め就業環境の改善に向けて取組を進める必要。

### (消費者教育)

- 消費者教育を受けることは消費者にとっての権利であるとともに、消費者教育を行うことで、消費者被害の防止及び合理的意思決定をできる消費者を育成し、健全な消費社会を形成することにつながるという重要な役割を担っており、消費生活相談と並ぶ地方消費者行政の基幹業務。
- 消費者の特性、ライフステージに応じた消費者教育が提供される必要があるが、特に民法の成年年齢引き下げを見据え、特に若年者の消費者教育の推進

---

<sup>5</sup> 一人相談員で出張での研修が困難である場合には、都道府県による相談バックアップ体制や市町村職員自らがバックアップするなどの仕組の構築の他、オンデマンドによる遠隔研修の充実などの体制整備を検討するべきである。

<sup>6</sup> 例えば、高度な相談事案や広域的にあっせんが多数生じている事案については、都道府県センターが一元的に相談を受けるなどの役割分担も考えられる。

<sup>7</sup> 例えば、市町村から消費生活相談員のOJT研修受入期間中に、都道府県センターの消費生活相談員を派遣するなどのバックアップ体制が考えられる。

が重要。

- 消費者教育推進法（平成 24 年法律第 61 号）に基づき、国は基本方針等の総合的な施策を策定、実施。地方公共団体は消費生活センターや教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状況に応じた施策を策定し、実施。

#### <具体的取組>

- 国は、消費者教育教材「社会への扉」等の教材の提供、消費者教育ポータルサイトの充実のほか、事例の提供などを通じ、地域における消費者教育が充実するようソフト面の支援を充実。また、従来の消費者教育の分野に加えて、エシカル消費や食品ロス削減の推進をはじめとする SDGs への取組など新たな分野に関しては、積極的な情報提供等の支援を行うことに加え、地方での新たな取組が可能となるよう財政的な支援を検討。
- 都道府県は、国からのソフト面の支援を十分に活用しつつ、消費者教育推進地域計画や消費者教育推進地域協議会を活用し、市町村との役割分担も意識した消費者教育推進の具体的なロードマップを描く。更に消費生活センターを消費者教育の拠点として、消費者教育コーディネーターも活用し、市町村とも連携しながら、消費者の特性、ライフステージに応じた消費者教育が全国的に行き届くよう企画・立案。
- 市町村は、国や都道府県から提供される啓発資材等も積極的に活用しつつ、より多くの住民に消費者教育の機会が提供されるよう努める必要。
- 消費者団体は、国、都道府県、市町村等と連携して、消費者への普及啓発に積極的に協力。

#### （消費者被害の未然防止・拡大防止のための地域の見守り活動）

- 消費者被害の未然防止・拡大防止のためには、主体的に相談することが困難である等の消費生活上特に配慮を要する消費者に対して、地域での見守り活動を充実させることが重要。
- 見守り活動の実施に当たっては、福祉部局等の関係行政機関、消費生活協力員、協力団体等が連携することが重要であり、消費者安全確保地域協議会を活用した実質的な見守り活動の促進することが必要。

#### <具体的取組>

- 国は、消費生活協力員、協力団体等の見守り活動の担い手育成や取組活動の事例提供などを通じて地域で見守り活動が活性化するよう支援。

- 都道府県は、福祉部局や関係機関との連携の促進、情報提供を行うなど、市町村における消費者安全確保地域協議会の設置を支援<sup>8</sup>。
- 市町村は、消費者安全確保地域協議会を構築し、消費生活相談員、協力団体等の積極的な活用により、地域の見守り活動を充実。
- 消費者団体は、消費生活相談員、協力団体の育成に協力し、地域の見守り活動に積極的に参加。

（事業者への法執行等）

- 地方公共団体には、消費者関連法の法執行権限が一部付与されており、適切に法執行がなされることが重要である。また、公正な市場の形成に向けては、消費者側の意識や行動だけではなく、事業者の消費者志向経営を推進することも重要である。

＜具体的取組＞

- 国は、研修の充実や人的体制への支援等を行い地方公共団体が付与された執行権限を適切に行使できるよう取り組む必要がある。また、消費者志向経営の趣旨等の理解促進に努めることが求められる。
- また、国は、法執行の端緒にもつながる PIO-NET の入力事務につき、研修の充実等<sup>9</sup>の支援を実施する必要があるほか、特定適格消費者団体、適格消費者団体が活動しやすい環境の整備を検討していくことが求められる。
- 主として都道府県は、消費者関連法の適切な執行のための体制整備に努めることが必要である。また消費者団体や市町村と連携して県内の事業者の消費者志向経営の推進に努める必要がある。

（その他）

- 地域の消費者行政の推進に向けて、都道府県は、国が策定する消費者基本計画を参考に、地域版消費者基本計画を策定し、適切に計画が実行されるための体制整備に取り組むことが求められる。また、市町村は県が策定した地域版消費者基本計画に基づき、地域の実情に応じた消費者行政を展開すること

---

<sup>8</sup> 都道府県が福祉部局や関係者と連携した消費者安全確保地域協議会を設置することも有効である。例えば、市町村の消費者安全確保地域協議会の設置促進のほか、都道府県消費生活センターへ寄せられた相談を県福祉部局や市町村センターと連携し、事案の解決を図ることなどが考えられる。

<sup>9</sup> PIO-NET の入力事務については、国の法執行に資する事務であることから、地方財政法第 10 条における国からの恒久的な財政支援の対象とすべきとの意見もある。

が求められ、消費者行政職員の研修への積極的な参加等を通じて、人材育成にも取り組む必要がある。

## 5. 「地方消費者行政強化作戦 2020」の目標設定について

上記4.の趣旨も踏まえ、国・都道府県・市町村、消費者団体、専門家等がそれぞれの役割を認識しつつ、互いに連携して、地方消費者行政の充実に取り組むことを「地方消費者行政強化作戦 2020」とする。

「地方消費者行政強化作戦 2020」では、その進捗状況の把握のため、以下の具体的政策目標の設定を検討すべき。

### <政策目標1> 消費生活相談体制の強化

#### ◆ 消費生活センターの促進

- ・ 県内人口カバー率 90%以上（新）（※）

（※）広域連携による消費生活センターの設置を積極的に支援

### <政策目標2> 消費生活相談の質の強化

#### ◆ 消費生活相談員

- ・ 管内自治体の 50%以上に配置
- ・ 資格保有率を 75%以上に引上げ
- ・ 研修参加率を 100%に引上げ（各年度）
- ・ 指定消費生活相談員を配置（都道府県）（新）

#### ◆ 消費者行政職員

- ・ 研修参加率を 80%に引上げ（新）

（※）担当の管理職（課長級）が必ず研修を受けるための目標値についても検討

### <政策目標3> 消費者教育の推進

#### ◆ 若年者の消費者教育の推進

- ・ 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した全高校での授業実施（新）
- ・ 若年者の消費者ホットライン188の認知度（P）（新）

#### ◆ 地域における消費者教育推進体制の確保

- ・ 消費者教育コーディネーターの配置（全都道府県、政令市）（※）（新）

（※）消費生活センターを拠点に消費者教育コーディネーターを活用した取組の実質的評価についても検討

◆ SDGs への取組（※）

（※）「エシカル消費の推進」、「消費者志向経営の促進」、「食品ロス削減の推進」等の各分野への取組の評価についても目標値を検討。

＜政策目標 4＞ 高齢者の消費者被害防止のための取組

◆ 消費者安全確保地域協議会の設置

・ 県内人口カバー率 50%以上（P）

◆ 地域の見守り活動の充実

・ 地域の見守り活動への消費生活協力員、協力団体の活用（新）

＜政策目標 5＞ 地方版消費者基本計画の策定

◆ 地方版消費者基本計画の策定（全都道府県）（新）（※）

（※）計画の実施状況についても評価を検討。

## 6. 「地方消費者行政強化作戦 2020」を進めるための方策について

- 「地方消費者行政強化作戦 2020」を進めるにあたっては、上記 4. を踏まえて、各ステークホルダーがそれぞれ主体的に取組を進めることが重要。
- 特に「地方消費者行政強化作戦 2020」を進める上で必要な財源が確保されるよう取り組む必要がある。
- 消費者庁は「地方消費者行政強化キャラバン」に続き、継続的に都道府県・市町村に対し、具体的に地方消費者行政及び自主財源確保の重要性を訴える。また、地方の声を丁寧に聞き取ることで交付金の運用や国が自ら行うことが効率的と考えられる事業の実施も含め、地方公共団体が目標達成に向けて取り組むことが可能となるよう支援方策の拡充を検討すべき。
- 地方公共団体は国からの支援や消費者団体の協力も最大限に活用しつつ、地方交付税措置も踏まえ、自主財源に裏付けられた財源の確保を含む消費者行政の充実のためのロードマップを描く<sup>10</sup>とともに、実施した事業について適切に評価・検証することが必要。

---

<sup>10</sup> 平成 30 年度において、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推進費が 270 億円に対して、地方における広義の消費者行政予算の自主財源は約 128 億円と 48%にとどまっている。なお、都道府県分（標準団体 170 万人）は 96,306 千円、市町村分（標準団体 10 万人）は 15,219 千円が基準財政需要額として算定されている。



- 新たな課題に対応できるよう、毎年度進捗状況の把握・評価を行うとともに、必要に応じて改定を行うなど、消費者基本計画を推進するための枠組みを活用し、PDCAによる進捗管理を徹底。