

**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（案）**

**令和元年 8 月**

消費者行政の現場は「地域」にあり、地方消費者行政の充実・強化は消費者政策の推進における最重要課題の一つである。

平成 27 年 3 月からは、消費者基本計画（平成 27 年 3 月 24 日閣議決定）を踏まえた「地方消費者行政強化作戦」を基に、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備することを目指し、地方公共団体における消費者行政の基盤整備等の立ち上げ支援を行う地方消費者行政推進交付金等の財政支援も活用しながら、取組を進めてきた。

これまで立ち上げ支援として措置されてきた「地方消費者行政推進交付金」による支援が平成 29 年度に一区切りを迎える中で、平成 30 年度からは、「地方消費者行政強化交付金」を措置し、①これまでに地方消費者行政推進交付金等によって整備してきた体制について円滑に地方公共団体の取組に移行できるよう引き続きの支援、②国の重要消費者政策や新たな課題への対応を可能とするための支援を行っている。

一方で、地方公共団体からは、未だ地方消費者行政の財政基盤や推進体制は脆弱であるとの声も多く聞かれるところであり、消費者庁では、平成 31 年 1 月から 3 月にかけて、「地方消費者行政充実のためのキャラバン」を実施し、47 都道府県の知事・副知事との意見交換を行うとともに、現場の消費者行政職員・消費生活相談員等と現下の消費者行政の課題等について、意見交換を行ってきた。

本懇談会では、こうした中で、課題として浮き彫りとなってきた「地方公共団体の自主財源に裏付けられた消費者行政予算の拡充による基礎体力の向上」、「更なる地方消費者行政の充実・強化に向けて実施すべき国からの支援」も見据え、今後の地方消費者行政の目指すべき姿を示す「地方消費者行政強化作戦 2020」の策定に向けて、計 5 回の議論を重ねてきた。

本とりまとめは、計 5 回の議論を踏まえ、「地方消費者行政強化作戦 2020」の策定に向けた考え方をとりまとめたものである。

## 1. 「地方消費者行政強化作戦 2020」策定に向けた視点

- 近年の消費者を取り巻く環境は、人口減少・少子高齢化の進展、経済のデジタル化の進展、グローバル化の進展等により大きく変容している。また、地域の人口減少や国・地方公共団体における厳しい財政状況など様々な課題を抱えているという制約条件も生じている。このような状況を踏まえ、「地方消費者行政強化作戦 2020」は、作戦の実行を通じて「地域住民のより豊かで安全・安心な消費生活を実現する」ものでなければならない。更に、住民自

身がその効果を実感できる目標設定を行うことが求められる。

- 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、専門家等がそれぞれの役割を認識した上で、地域で取り組む各主体がその意義を実感し、地域において活動しやすい環境を整えることが必要。作戦の実行を「自分事」として捉え、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であり、各主体が目指すべき共通の目標を設定することが必要。
- 上記の認識の下、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
- 目標の設定については、定量的な目標に努める必要があるが、評価に際して、豊かで安全・安心な消費生活の実現に資する実質面を評価する必要。
- 目標の設定のみならず、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を検討し、作戦に位置づけることも極めて重要。
- 「地方消費者行政強化作戦 2020」は、第 4 期消費者基本計画の策定も見据え、今後概ね 5 年で取り組むべき施策を中心に設定するものであるが、中長期的に実現すべき地方消費者行政の姿も十分に意識した段階的な取組という観点も考慮しながら、検討する必要がある<sup>1</sup>。

## 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、主として都道府県ごとに5つの具体的な政策目標を設定し、国・地方公共団体が連携して強化作戦の達成に向けた取組を実行。
- この結果、多くの分野で一定の進捗が見られたが、目標の達成には至っていない分野も見られている。

(具体的な政策目標の進捗状況)

### <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。すべての都道府県で相談体制の空

---

<sup>1</sup> 例えば、強化作戦の実施により地方における消費者行政の取組が充実し、その必要性に対する認識が高まることにより、法令上、努力義務とされている事務について、全ての地方公共団体が行うべき事務として位置づけられることなどを目指して取組を進める必要がある。

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。

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いる。全ブロック(9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、18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、全国の人口5万人以上の市町における設置率も19.8%にとどまっている。

(引き続き、取り組むべき課題について)

- <政策目標 1>、<政策目標 3>、<政策目標 4>については、概ね目標は達成されたが、一方で、<政策目標 2>、<政策目標 5>については、目標の達成までは道半ばとなっている。
- <政策目標 2>、<政策目標 5>に掲げた目標については、いずれも消費者

の安全・安心の確保のためには重要な政策であることから、取組が進んでいない要因を把握し、更なる推進策を検討した上で、「強化作戦 2020」においても引き続き取り組むべき課題とすべき。

- <政策目標 3>、<政策目標 4>に掲げた目標については、概ね目標を達成したが、いずれも基盤となる体制整備の目標であることから、今後は実質的な取組に着目した目標を設定し、引き続き取り組むべき課題とすべき。

### 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」を目指して取組を推進。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、大きく変容しており、新たな課題も発生。
- 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、消費者行政として「誰一人取り残さない」との理念を掲げるSDGsの達成にも貢献するという視点も、これまで以上に重要。
- 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」等を通じたSDGsへの取組の促進を進めることが必要。また、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や成年年齢の引下げを踏まえた消費者ホットライン 188 の周知や SNS の活用による消費生活相談の掘り起こしなどにも対応していくことが必要。
- 地域の消費者行政の推進を支える消費者団体の活動に縮小傾向がみられるという課題も生じている。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の在り方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

- 強化作戦の実施を「自分事」として捉え、各主体が連携して取組を進めるためには、消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号）などの消費者関連法の趣旨に基づき、国・都道府県・市町村、消費者団体、専門家等がそれぞれの役割について十分認識した上で、適切に連携して、具体的な取組につな

げることが重要<sup>2</sup>。

- 作戦の推進を見据え、消費者関連法に定められた地方消費者行政の主要な事務について、その位置づけと各主体の役割を整理。

## （１）消費生活相談

### <役割と課題>

- 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、消費者政策の企画・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。
- 消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号）において、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」「各市町村の区域を越えた広域の見地を必要とする苦情の処理のあっせん等」を行うことが規定され、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」を行うことが規定されている。
- このように、住民に最も身近な市町村において消費生活相談を受け、都道府県は、市町村の実施が適切に行われるよう援助をすることが求められている<sup>3</sup>。法施行以来、消費生活センター設置率が上昇するなど基盤は整いつつある現在、都道府県、市町村の役割分担を明確にし、改めて同法の趣旨を踏まえた事務の実施をすべき。
- 国・都道府県は、消費生活相談が高度化、複雑化<sup>4</sup>する中において、一人相談員体制をはじめとした市町村等における、相談処理のノウハウの蓄積や検討体制の不足などの課題を解消するための事務に重点を置くことが必要。

---

<sup>2</sup> 例えば、消費者安全法においては、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。事務の実施にあたっては、地方消費者行政に係る事務のうち、国の事務の性質を有すると考えうる事項や地域格差の是正については、消費者安全法の改正により、恒久的な財政支援の対象とすべきとの意見もある。

<sup>3</sup> 市町村の適切な援助のためには、都道府県センターにおいても、高度な知識を要する相談や広域の見地を必要とする苦情処理のあっせん等の相談業務についてノウハウを蓄積することが必要であり、都道府県センターの強化が求められる。

<sup>4</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。

## ＜具体的取組＞

### （国及び国民生活センター）

- 地方の消費生活相談員の育成、処遇改善に向けた取組<sup>5</sup>など、消費生活相談員の確保に向けた支援を行うとともに、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加しやすい研修機会の提供<sup>6</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PIO-NETの配備の充実、広域連携<sup>7</sup>を活用した消費生活相談体制やSNSを活用した消費生活相談の事例提供など、地方公共団体における消費生活相談が適切に行われるために必要な消費生活相談体制の基盤の強化に努める。

### （都道府県）

- 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>8</sup>、市町村の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>9</sup>を行う。
- また、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、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ことが必要。
- 都道府県は、国からの支援も活用しつつ、相談員の専門性に配慮した適切な

---

<sup>5</sup> 消費生活相談員の高齢化や担い手不足などが深刻な課題として挙げられており、国が消費生活相談員の育成、確保を担う必要がある。また、処遇改善に向けては、地方公共団体において、会計年度任用職員制度の導入後の適切な処遇改善が行われるよう働きかけること等も求められる。

<sup>6</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>7</sup> 広域連携の活用は、単独での設置が困難な小規模な自治体が協力して消費生活センターを設置することができるというメリットがあるが、その際に、単独設置の場合と比較して、行政の関わりが薄くなることや庁内連携がしにくくなる等のデメリットが生じることのないよう留意をすることが必要。

<sup>8</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>9</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。

処遇の実現<sup>10</sup>も含め、消費生活相談員の就業環境の改善に向けて取組を進めることが必要。

(市町村)

- 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。
- 市町村は、国からの支援も活用しつつ、相談員の専門性に配慮した適切な処遇の実現も含め、消費生活相談員の就業環境の改善に向けて取組を進めることが必要。

## (2) 消費者教育

<役割と課題>

- 消費者教育を受けることは消費者の権利であるとともに、消費者教育を通じて、消費者被害の防止や自立した消費者を育成することは、健全な消費社会の形成を図る上で極めて重要であり、消費生活相談と並ぶ地方消費者行政の基幹業務として位置づけられる。
- 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、民法の成年年齢引下げを見据え、特に若年者の消費者教育の推進を図ることが重要な課題。
- 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、それぞれの地方公共団体の直面する社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、実施することが必要。

<具体的取組>

(国及び国民生活センター)

- 消費者教育教材「社会への扉」等の教材の提供や教育プログラムの開発、消費者教育ポータルサイトの充実、消費者教育の現場で取り扱うべき最新の消費者被害についての情報提供のほか、各地域における消費者教育コーディネーターを活用した消費者教育の取組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強化。
- また、従来からの消費者教育の分野に加え、エシカル消費や食品ロス削

---

<sup>10</sup> 市町村に対する助言、協力、情報提供、その他の援助を行うなど、専門的かつ高度な事務を担うことが想定される指定消費生活相談員についての処遇改善等も求められる。



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する消費者教育の実施については、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を可能とするための財政的な支援を検討。

(都道府県)

- 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き、取組を推進する<sup>11</sup>。
- 更に消費生活センターを消費者教育の拠点として位置づけ、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県的に提供されるよう企画・立案する。

(市町村)

- 国や都道府県から提供される啓発教材等も積極的に活用しつつ、自ら率先して、ライフステージに応じた消費者教育の機会が、より多くの住民に提供されるよう、積極的な取組を推進することが必要。

(消費者団体)

- 専門的知識を有する地域における消費者教育の担い手として、国、都道府県、市町村等と連携して、出前講座の実施や消費者への情報発信などを積極的に実施。また、適切な消費者行政政策の企画・立案に資するため、活動の中で把握した消費者の関心やニーズを、国・都道府県・市町村に意見発信・政策提言をすることが必要。

### (3) 地域の見守り活動の実施

<役割と課題>

- 高齢者等の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を対象とした、地域による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、福祉や警察等の関係行政機関、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効的な見守り活動を促進することが必要。

<具体的取組>

---

<sup>11</sup> ライフステージに応じた消費者教育の機会が全県的に提供されるわたるよう、消費者教育イメージマップも参照しながら、各ステージの取組を計画し、進捗管理を行うことなどが想定される。

(国及び国民生活センター)

- 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、協議会の立ち上げ等に対する財政的支援などを通じて地域で見守り活動が活性化するよう支援。
- 厚生労働省や警察等の関係行政機関等との連携を図るとともに、地方公共団体における連携事例の情報発信を行う。

(都道府県)

- 福祉や警察等の関係行政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>12</sup>。

(市町村)

- 消費者安全確保地域協議会を構築し、消費生活協力員、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)

- 消費生活協力員、協力団体の育成に協力し、地域の見守り活動の中心的役割を担うという自覚の下、消費者被害の情報発信や地域における効果的な見守り手法を検討するなど、積極的に取り組む。

#### (4) 事業者への法執行、公正な市場の形成に向けた取組等

<役割と課題>

- 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。
- 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なく、事業者側において消費者志向経営を推進することも重要。

<具体的取組>

(国及び国民生活センター)

- 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、法執行の端緒にもつながらる PIO-NET の入力事務につき、研修の充実等<sup>13</sup>の支援を実施する必要がある。

---

<sup>12</sup> 都道府県が福祉や警察等の関係行政機関やその他の関係機関等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都道府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>13</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、消費者安全法を改正し、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

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。

- その他、消費者志向経営の趣旨等の理解促進に努めるなど、公正で持続可能な市場の形成に取り組むことが求められる。  
(都道府県)
- 付与されている法執行権限の適切な行使及び広域的事案に関し国が行う法執行に係る相互協力<sup>14</sup>など、消費者関連法の適切な執行のために国からの支援等も十分に活用して体制整備に努めることが必要である。
- また、地域の消費者被害の拡大防止や被害救済のため、国からの支援等も十分に活用し、地域における特定適格消費者団体や適格消費者団体の設立や活動の充実に向けて、情報面や財政面の支援<sup>15</sup>も含めて積極的に協力することも重要。
- 更に、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。

#### (5) 地方消費者行政推進に向けた計画の策定等

##### <役割と課題>

- 地方消費者行政の推進に向けては、(1)～(4)に掲げた事務等について、国・都道府県、市町村等がそれぞれの役割を踏まえつつ、計画的に進めることが必要。

##### <具体的取組>

(都道府県)

- 地域における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。

(市町村)

---

の意見もある。更に、地方消費者行政に係る事務のうち、国の事務の性質を有すると考えうる事項や地域格差の是正についても、消費者安全法の改正により、恒久的な財政支援の対象とすべきとの意見もある。

<sup>14</sup> 消費者安全法第44条における都道府県知事による要請については、同法第8条第1項第3号において、市町村との間で消費者事故等の発生に関する情報を交換すること等が都道府県の事務として定められていることから、都道府県知事のみ要請を認めているが、より迅速な対応を可能とするため、市町村長に広げることが必要との意見もある。

<sup>15</sup> 直接的な財政支援のみならず、活動場所の提供などの支援も有効である。

- 県が策定した地域版消費者基本計画も踏まえ、地域の実情に応じた消費者行政を展開するとともに、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 1. の考え方を踏まえたうえで、地方消費者行政の充実に取り組むべき具体的な政策目標を設定し、上記 4. に示した、国・都道府県・市町村、消費者団体、専門家等が互いに連携しつつ、それぞれの役割を果たすことにより、目標達成に向けた具体的な取組を推進する。
- 具体的な政策目標の設定に当たっては、可能な限り定量的な目標を設ける必要があるが、定量的に評価することができないものについても、豊かで安全・安心な消費生活の実現に資する実質的な取組の評価を行うことが重要であり、定性的であっても取り組むべき目標として設定する。

### <政策目標 1> 消費生活相談体制の強化

- 消費生活相談は、地方消費者行政が消費者に対して提供するサービスの中でも最も重要かつ基礎的なサービスであることに加え、消費者政策の企画・立案に資する重要な取組。より多くの消費者が身近な窓口で適切な相談が受けられるよう、消費生活センターの更なる設置を促進することが必要。
- 一方で、小規模自治体においてセンターの設置が進んでいない背景としては、財政制約や地域内の行政需要の点から、設置が困難である場合がある。こうした背景も踏まえ、広域連携を活用しつつ消費生活センターの設置を促進<sup>16</sup>することで、目標達成を図ることが重要。

### ◆ 消費生活センターの設置促進

- ・ 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

---

<sup>16</sup> 平成 31 年度に措置されている「地方消費者行政強化交付金」は、平成 30 年度以降に新たな消費生活センター設置に係る経費には使用することができないことから、新規で広域連携による消費生活センターを設置する場合に係る費用について、国からの財政支援を検討すべきとの意見もある。

### ＜政策目標 2＞ 消費生活相談の質の向上

- 消費生活相談は、地方消費者行政の中でも最も重要かつ基礎的なサービスであり、高度化・複雑化する新たな消費者問題に対応する必要もあることから、引き続き、「地方消費者行政強化交付金」等も活用しつつ、消費生活相談の質の強化に取り組むことが必要。
- また、相談員の配置や研修の参加については、担い手不足の他、小規模市町村における一人相談員の研修時のバックアップ体制等に課題がある。こうした課題も踏まえ、国・都道府県・市町村の適切な役割分担を踏まえた強化策の推進が必要であり、指定消費生活相談員制度の活用や OJT による研修の受入などによる都道府県センターの機能強化、消費者行政職員によるバックアップ、地方研修・オンデマンドを活用した遠隔研修の充実などの施策により、以下の目標の達成に向けて取り組むことが重要。

#### ◆ 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）

### ＜政策目標 3＞ 消費者教育の推進

- 消費者教育においては、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、強化作戦 2020 においては、民法の成年年齢引き下げを見据え、特に喫緊の重要課題となっている若年者に対する消費者教育推進のための目標を定めることが必要。
- これまでに整備してきた消費者教育推進計画や消費者教育推進地域協議会の実質的な活動を評価するための新たな指標として、消費者被害等に関する知識や消費生活センター、消費者ホットラインの認知度の向上等に関する目標を定めることが重要。
- 更に、自立した消費者の育成に資する SDGs への取組については、国として取り組むべき課題であり、地域の活動を通じて取り組むことが有効な課題である。施策の推進に当たっては、「地方消費者行政強化交付金」も活用しつつ、こうした課題に取り組む消費者団体の育成も含め、担い手の育成を図ることが必要。

#### ◆ 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（新）
- ・若年者の消費生活センターの認知度（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<sup>17</sup>（全都道府県、政令市）（新）

◆ SDGs への取組<sup>18</sup>

- ・「エシカル消費の推進」（新）
- ・「消費者志向経営の促進」（新）
- ・「食品ロス削減の推進」（新）

＜政策目標 4＞ 高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動の充実

- 高齢者等の消費者被害の防止については、福祉部局等の関係部局とも連携し、地域の見守り力を高めて対応することが極めて重要であるが、現時点では、消費者安全確保地域協議会の設置が進んでいない。
- 設置が進んでいない背景としては、消費者安全確保地域協議会を設置することの意義が十分に認識されておらず、関係者の協力を得にくいことが考えられる。このため、消費者安全確保地域協議会の実質的意義の評価を適切に行うことを通じて、庁内連携を強化することが必要。更に、消費者団体等の参画等も通じた担い手の育成も含め、見守り関係者の理解を深めていくことが必要。
- また、協議会の設置については、人口の少ない町村部であっても見守り活動を行うことが重要であることから、人口規模に関わらず、より多くの高齢者等の消費者が見守られる体制を構築することが重要。

◆ 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<sup>19</sup>（新）

<sup>17</sup> 消費生活センターを拠点とする消費者教育コーディネーターを活用した消費者教育の取組への実質的評価については、消費者教育推進会議等の議論を踏まえ、検討する。

<sup>18</sup> 個別の施策の取組の目標については、認知度の向上等が考えられるが、調査の設計、実現可能性等も勘案しながら、定性的な目標設定も含めて検討を進める必要がある。

<sup>19</sup> 県人口に占める県内の協議会設置市町村の人口の合計の割合を県内人口カバー率とする。

◆ 地域の見守り活動の充実<sup>20</sup>

- ・ 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）
- ・ 見守り活動を通じて実現した消費者被害の未然防止、拡大防止<sup>21</sup>（新）

＜政策目標 5＞ 特定適格消費者団体、適格消費者団体、消費者団体の活動の充実

- 特定適格消費者団体、適格消費者団体<sup>22</sup>、消費者団体は、消費者の安全・安心につながる活動の重要な担い手であることから、地方消費者行政強化交付金の活用等を通じて、地域における適格消費者団体、消費者団体の活動の充実を図ることを目標として掲げることが必要。

＜政策目標 6＞ 法執行体制の充実

- 地方における消費者被害の未然防止・拡大防止のためには、法執行の強化を図ることが重要であり、こうした中で、適切な法執行がなされるための体制の充実についても目標として掲げることが必要。

＜政策目標 7＞ 地方における消費者政策推進のための体制強化

- 上記 1～6 の政策目標の達成に向けた取組を進めるためには、財源の確保も含めて、地方版の消費者基本計画の策定等を通じて、計画的に取組を進めることが必要。
- また、PDCA により、計画を策定した後の実施状況についての評価も適切に行われるべき。

---

<sup>20</sup> 消費者安全法上の消費者安全確保地域協議会のみならず、見守りネットワークによる活動を行っている自治体についての目標設定も検討すべき。

<sup>21</sup> 例えば、見守り活動によって、消費生活センターにつながった相談の件数等を指標とすることが考えられるが、各地方公共団体における件数の把握の方法等について実現可能性も含めて検討をする必要がある。

<sup>22</sup> 消費者契約法の一部を改正する法律案に対する附帯決議（平成 30 年 6 月 6 日参議院消費者問題に関する特別委員会）において、「差し止め請求制度及び集団消費者被害回復制度が実効的な制度として機能するよう、適格消費者団体及び特定適格消費者団体に対する財政支援の充実、PIO-NET に係る情報開示の拡大、両制度の対象範囲を含めた制度の見直しその他必要な施策を行うこと」とされていることも踏まえた対応を検討する必要がある。

- 地方消費者行政の推進のための体制強化を図るために、行政職員の研修参加を促す。
- ◆ 地方版消費者基本計画の策定及び計画の実施（全都道府県）（新）
- ◆ 消費者行政職員の質の向上
  - ・研修参加率<sup>23</sup>を80%に引上げ（新）

## 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、上記の1～5を踏まえて、各ステークホルダーがそれぞれの役割を十分に認識しつつ、主体的に取組を進めることが重要。
- 「地方消費者行政強化作戦 2020」を進める上で、国・地方公共団体ともに必要な財源が確保されるよう取り組む必要がある。
- このため、消費者庁は、「地方消費者行政強化キャラバン」に続き、「地方消費者行政強化作戦 2020」の目標の設定の考え方について丁寧に説明するとともに、施策の進捗状況を適切に評価することなどを通じて、具体的に地方消費者行政及び自主財源確保の重要性を都道府県・市町村に対して具体的かつ、継続的に訴える。
- また、交付金の運用の在り方や国が自ら行うことが効率的と考えられる事業内容も含め、地方公共団体が国と連携を図りつつ、目標達成に向けて積極的に取り組むことが可能となるよう、地方からの声に丁寧に耳を傾けつつ、国からの実質的な支援方策の拡充についても検討すべき。
- 特に、国として重要な課題に取り組む先進的な地域のモデル事業の実施や、消費生活相談員、消費生活協力員の育成などを通じた地域における重層的な消費者行政推進体制の構築に取り組む必要がある。
- 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

---

<sup>23</sup> 消費者行政職員の研修参加率の設定にあたっては、担当管理職（課長級）は研修必須とするほか、新たに習得すべき知識が、消費生活相談員とは異なる。このため、消費者行政職員が受講する研修の内容については、行政職員向けのプログラムに限定するなどの留意しなければならない。また、国や国民生活センターは、一定水準を備えた行政職員向けプログラム等を開発することが求められる。



政の充実のためのロードマップを描く<sup>24</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。

- 新たな課題に対応できるよう、隣接領域との適切な連携を図るとともに、「地方消費者行政強化作戦 2020」について、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。

---

<sup>24</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。