

地方消費者行政専門調査会報告書

《概要》

〈目次〉

はじめに	1
第1 現状	2
第2 20年後の我が国の主な課題と消費者行政	3
第3 20年後の消費者行政が目指すべき姿	4
第4 目指すべき姿の実現に向けた対応策	5

令和2年8月

消費者委員会 地方消費者行政専門調査会

はじめに

1

- 消費者行政の現場は「地域」であり、地方消費者行政の充実・強化は、現在の消費者政策の推進における最重要課題。
- 将来、①人口は減少し、働き手も減少することから、消費者行政職員数は減少する、②高齢化率は4割程度に達し、超高齢化社会となる、③人口の減少等から資源制約が生じる、④これらのことから地方公共団体によるこれまでと同様のフルセットによるサービスの提供は成り立たない可能性がある、ことを議論の前提とする。
- 高齢者人口がピークを迎える2040年頃を見据え、将来においても、消費者が安全安心な消費生活を送ることができるよう、消費者行政の目指すべき姿と、その実現に向けた基本的な考え方及び取組の方向性を整理。施策の具体化に向けて、速やかに検討を開始し、取組を推進することが必要。

地方消費者行政専門調査会専門委員

(座長)	
新川 達郎	同志社大学大学院総合政策科学研究科教授
(座長代理)	
山本 隆司	東京大学大学院法学政治学研究科教授
池本 誠司	弁護士
伊集 守直	横浜国立大学大学院国際社会科学研究院教授
大森 節子	NPO法人C・キッズ・ネットワーク理事長
尾嶋 由紀子	公益社団法人全国消費生活相談員協会常務理事
首藤 英里子	千葉県生活協同組合連合会会長理事
西田 佳史	東京工業大学工学院教授
八木 洋介	株式会社people first代表取締役
山田 啓二	京都産業大学法学部教授

(注)1. 池本誠司委員は第25回より。なお、第5次消費者委員会委員であり、第20回から第24回は、オブザーバーとして調査・審議に参画。
2. 生駒芳子委員、清水かほる委員は、第6次消費者委員会委員であり、第25回より、オブザーバーとして調査・審議に参画。

開催実績(2019年6月～2020年8月)

第20回	地方消費者行政に関する問題意識と課題、今後の検討の進め方
第21回	ヒアリング(1)
第22回	ヒアリング(2)
第23回	ヒアリング(3)
第24回	中間的な論点整理
第25回	消費者庁からのヒアリング、今後の検討の進め方
第26回	地方消費者行政に関するヒアリング(1)
第27回	地方消費者行政に関するヒアリング(2)
第28回	地方消費者行政に関するヒアリング(3)
第29回	地方消費者行政に関するヒアリング(4)
第30回	地方消費者行政に関するヒアリング(5)
第31回	取りまとめに向けた検討(骨子)(1)
第32回	近年の地方消費者行政の動向について 取りまとめに向けた検討(骨子)(2)
第33回	取りまとめに向けた検討(骨子)(3)
第34回	取りまとめに向けた検討(素案)
第35回	取りまとめに向けた検討(案)

(注)地方消費者行政専門調査会は、2010年4月から継続して設置されており、今般、本テーマの検討にあたり再開。そのため、初回は第20回となる。

1 消費者問題の現状 (P3)

- 消費生活相談件数は年間90~100万件程度で高止まり。
- 消費者被害・トラブルの推計額は、約5兆円。
- 急速な情報化、デジタル化、グローバル化の進展、事業者の競争激化等を背景に、消費者問題も多様化・複雑化し、悪質商法の手口も巧妙化。
- 新型コロナウイルス感染症拡大の下で、消費者問題（商品の不足、詐欺的行為等）が発生し、消費者の生活スタイルにも影響（非対面、デジタル化を余儀なるされる等）。

【表1 消費者相談件数】

(単位:万件)

年度	1985	1986	2008	2009	2010	2018	2019
相談件数	8.9	13.3	94.1	89.2	88.4	99.6	93.5

※ 出典:独立行政法人国民生活センター「PIO-NETにみる2019年度の消費生活相談の概要」

【表2 消費者被害・トラブル額の推計】

暦年	2017年	2018年	2019年
契約購入金額	約 5.7兆円	約 6.3兆円	約 6.0兆円
既支払額(信用供与を含む)	約 4.9兆円	約 5.4兆円	約 4.7兆円
既支払額	約 4.6兆円	約 5.3兆円	約 4.6兆円

※ 出典:消費者庁「令和2年版消費者白書」

2 地方消費者行政の現状 (P4)

- 地方消費者行政強化作戦2020に基づく地方消費者行政の強化の推進。
- 地方消費者行政に係る予算額は、地方交付税措置や消費者庁による基金・交付金等の拡充もあり、下支えされている。
- 地方公共団体においては、福祉、保健医療等行政需要の増大が著しい分野に対し、消費者行政の優先順位は必ずしも高くない。
- 消費者行政に携わる行政職員数は減少。
- 消費者安全法改正により規定された消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の設置は、全市町村の2割弱にとどまる。

【表3 消費者行政本課及び消費生活センターにおける消費者行政予算(狭義)】(単位:百万円)

年度	2009	2010	2011	2017	2018	2019
予算額計	13,952	16,868	18,121	15,209	14,512	14,608
うち基金及び交付金	4,098	6,589	6,554	5,265	3,663	3,331
うち自主財源	9,853	10,278	11,567	9,944	10,849	11,278

※ 出典:消費者庁「令和元年度 地方消費者行政の現況調査」により作成
2018年度までは最終予算。2019年度は当初予算。十万円単位を四捨五入。
自主財源は、基金及び交付金以外の予算額を指す。

第2 20年後の我が国の主な課題と消費者行政

1 20年後の消費者を取り巻く環境において予想される課題と展望 (P7)

【課題】

- 我が国の今後の人口の推移は、2065年頃まで人口減少が続く見通し。
- 高齢者人口は2040年頃に向けて増加を続け、高齢化率も4割程度に達する。
- 高齢化や過疎化が進展することにより、住民生活を支える地域社会の相互扶助の機能の弱まり等、「地域力」(住民自身による見守りや課題への対応力等)の低下。
- 単身世帯の増加、コミュニケーションの取り方の変化等を背景に、消費者は孤立を深める。
- デジタル情報化、非対面化が進展し、顔の見えない匿名社会が広がる。

【展望】

- ICT・AI技術を活用した消費者への情報提供等で消費者をサポート。
- 保健医療、生涯学習の発展等もあって、社会に積極的に関わるアクティブシニアの増加、アクティブシニア向けの新たな市場の登場等が経済を活性化。

2 20年後の地方消費者行政において予想される課題と展望 (P8)

【課題】

- 消費者行政職員数も減少することから行政サービスの供給制約要因に。消費生活相談員等専門人材の確保も困難。
- 行政の職員数減少等から行政の対応力は低下。

【展望】

- ICT・AI技術は消費者行政の効率化に寄与。
- 自然、伝統工芸等魅力ある資源を活用し、地方はエシカル消費、SDGsの実践の場に。

3 消費者行政の重要性の更なる増大 (P9)

- 単身世帯の増加による孤立化、匿名社会の広がり等により、消費者は一層様々な消費者問題に直面。他方、地域力は低下し、行政の人的・財政的制約は厳しく。
- 感染症や自然災害等緊急事態に備えた消費者行政への対応も急務。SDGsの達成も見据え、責任ある持続可能な消費と生産、安全安心な市場を国内で醸成することは不可欠。
- 人口の4割程度を占める高齢者が、生き生きと安全安心な消費生活を送ることができる社会を実現することも重要な課題。

第3 20年後の消費者行政が目指すべき姿

4

1 市町村、都道府県及び国が重層的に消費者の安全安心を守る消費者行政への転換 (P11)

- 身近な相談業務や見守り活動等については、引き続き市町村が中心になって担うこととしつつも、市町村、都道府県及び国の役割を明確化。
- それぞれが有機的に連携し、消費者の安全安心を重層的に守る行政への転換。

2 新たな支え合い見守り合う地域社会への転換 (P11)

- 市町村を中心とした地方公共団体と多様なステークホルダー※が連携。
※消費生活相談員、民生委員・児童委員、消費者団体、ボランティア、地域の課題解決に取り組む事業者等

3 複雑多様化した消費者問題から自らを守ることのできる消費者市民社会の形成 (P12)

- (1) 安全安心な市場
- (2) 自立した消費者による消費者市民社会
- (3) 高齢者も担い手として支える消費者市民社会
- (4) 安全安心な市場と自立した消費者を支えるICT・AI技術

4 感染症、自然災害等危機下において消費者の安全安心が確保された社会の実現 (P14)

- 緊急事態下においても、消費者を孤立させず、発生が予想される消費者問題を未然に防止できる社会が実現。

5 安全安心な消費生活を守る持続可能な消費生活相談体制の実現 (P14)

- 相談から解決までの一貫した対応力が整備。
- 警察等との連携、ADR、訴訟を見据えた対応を行う各分野の専門家との連携が構築。

6 目指すべき姿を実現するための社会的資源の確保、活用の実現 (P14)

- 消費者行政の優先順位が高まり、必要な財源、人材等は民間を含む幅広い分野から確保。

第4 目指すべき姿の実現に向けた対応策①

5

1 消費者行政主体の役割の変化と連携の強化 (P15)

【基本的な考え方】

- 市町村は、分野横断的に情報を共有。消費者問題に関わる異変があれば消費生活センター等につなげる仕組みを作る。
- 都道府県は、市町村相互間の連絡調整及び市町村に対する技術的援助、広域的な見地からの消費生活相談対応、情報収集、住民に対する情報提供等を担う。

【取組の方向性】

- 市町村は、地域住民に近いところで総合型行政の主演。福祉、保健医療、警察、教育行政等他の関連する行政分野と連携し、現場レベルの対応を総合的にを行う体制を構築することが望ましい。
- 都道府県は、市町村に対する補完、支援を強化し、専門性を高め、全体を調整する機能を強化。また、広域的な相談体制等の構築を支援することが望ましい。
- 消費者庁は、地方公共団体のコーディネート機能の強化に向け、情報提供等による支援を行い、財政的な支援についても検討。将来的には、「消費者行政コーディネートセンター」構想を推進し、地方公共団体のコーディネート機能の抜本的な強化を推進。

2 新しい消費者問題への対応力強化 (P16)

【基本的な考え方】

- 地方公共団体は、相談から問題解決までの一貫した対応力を備えるため、各分野の専門家と連携し、訴訟をも見据えた対応を行うことが必要。
- 消費者庁は、多様化・複雑化・高度化・グローバル化した消費者問題への高度な対応が可能となる体制の構築・整備を地方公共団体とともに進めていく必要。

【取組の方向性】

- 都道府県は、市町村の相談窓口や消費生活センターの消費生活相談員、弁護士、消費者団体等必要な関係者が参画し、問題を解決する実践的な対応力を備えた体制を構築・整備することが望ましい。
- 消費者庁は、参考となる先進的な取組事例をモデルとして示すなど、体制づくりを支援。

第4 目指すべき姿の実現に向けた対応策②

6

3 新しい消費者市民社会の形成に向けた対応策①

(1) 安全安心な市場を醸成するための仕組みづくり (P17)

【基本的な考え方】

○消費者が的確な情報を簡易かつ速やかに入手することができ、悪質な商品・サービスに騙されず、自らを守ることができる、被害救済制度により適切かつ迅速に対応され、悪質な商品・サービスが排除されていく市場の醸成が必要。

【取組の方向性】

○消費者庁は、国民生活センターや地方公共団体等と連携して、消費者自身が情報を発信し、交換できる双方向のプラットフォーム「消費生活情報プラットフォーム」を構築する。

(2) 自立した消費者を育成するための消費者教育・啓発活動の推進 (P19)

【基本的な考え方】

○消費者が自ら安全安心な商品・サービスを選別できるよう自立・成長していくため、消費者教育や啓発活動を一層推進。

【取組の方向性】

○消費者庁及び地方公共団体は、関係行政機関と連携し、オンラインによる教育・啓発に関する環境整備を一層進め、共有できる教材ライブラリを充実し「消費生活オンラインスクール」としてあらゆる世代の学習機会を十分に確保。

(3) 消費者自身が見守りの担い手として活躍する社会の構築 (P21)

【基本的な考え方】

○行政、民生委員・児童委員、消費者団体、地域の課題解決に取り組む事業者等、地域の様々な主体が連携する、地域コミュニティの再構築が重要。

【取組の方向性】

○消費者庁及び地方公共団体は、地域の見守り役となる「消費者見守りサポーター」として高齢者等の活躍を推進。

第4 目指すべき姿の実現に向けた対応策③

7

3 新しい消費者市民社会の形成に向けた対応策②

(4) 高齢者が活躍する社会の構築 (P22)

【基本的な考え方】

○高齢者が知識や経験を活かし、自ら商品・サービスを利用した際に得た気づきや学びを発信。高齢者による市場のモニタリング組織を構築する等、被害防止の役割を自ら担う存在となる。

○消費者分野からアクティブシニアの活躍を推進することで、全ての人が安全安心な消費生活を送ることができる社会を世界に先駆けて実現。

【取組の方向性】

○消費者庁及び地方公共団体は、高齢者その他の世代との連携や、高齢者と事業者とのマッチングを支援、いわゆる高齢者大学等の高齢者の学びの機会に消費者教育を更に積極的に取り入れ、高齢者が消費者行政の担い手として活躍することを支援。

(5) Society5.0を前提としたICT・AI技術等の活用 (P23)

【基本的な考え方】

○地方公共団体の他の行政部門が持っているICT・AI技術等のリソースを点検・発掘、消費者行政においても積極的に利用。

○サイバーセキュリティへの対応、情報の活用と個人情報の保護とのバランスの問題、情報弱者となりやすい一部の高齢者や若年層等に配慮しながら活用を推進。

【取組の方向性】

○消費者庁は、消費者行政に活用可能なICT・AI技術等の事例の提示やモデル事業を推進。

○消費者庁は、PIONEERに登録された情報のオープンデータ化等、ビッグデータとしての消費相談情報の利活用を推進。個人情報や特定の事業者名等保護されるべき情報を保護する等、オープン化する情報の内容に配慮。

○消費者庁及び地方公共団体は、専門人材の確保や職員の育成の在り方を検討。関係行政機関とも連携し、消費者のICTリテラシー向上のための消費者教育を強化することが望ましい。情報弱者への配慮も必要。

4 感染症、自然災害等危機下における消費者の安全安心を確保する対応体制の構築 (P26)

【基本的な考え方】

○行政と消費者との間の双方向の情報発信、消費者間による情報交換等、迅速に情報を入手し、適切な行動を取ることができるよう、互いに支え合える仕組みづくりが必要。

【取組の方向性】

○地方公共団体は、危機発生時にも見守りや被害救済等の取組が継続できるよう、危機管理体制を強化することが望ましい。業務継続計画や対応マニュアルの作成、福祉や警察等の他の行政部門や消費者団体等の地域の担い手と連携した「緊急事態時の消費者問題に対応できる公共私ネットワーク」の整備が重要。

5 持続可能な消費生活相談体制の構築 (P27)

(1) 広域センター化の更なる推進等による消費生活相談体制の強化

【基本的な考え方】

○過疎地域や小規模市町村等、地域の実情に応じて広域センター化を進め、消費生活相談体制を維持・強化。

【取組の方向性】

○市町村は、地域の実情に応じ、相談体制の広域連携による、相談体制の維持・強化。
○地方公共団体は、相談体制の充実・強化のため、公共私協働体制についても必要に応じて検討。

(2) 消費生活相談員の活躍の場の拡大

【基本的な考え方】

○消費者行政にとって必要不可欠な存在である消費生活相談員の確保に向けた取組の継続、更なる活躍の場の拡大を検討。業務の重要性、業務内容の必要性について周知。相談機能の充実と専門性強化の中で高度専門職として位置付け。

【取組の方向性】

○消費者庁は、消費生活相談員を、総合型行政化された中で充実した相談機能を担い、あっせん等を担う専門性を強化した高度専門職として位置付け。相談の知見を活かして教育・啓発活動の中心となる等多様な活躍の場の構築を一層推進。魅力ある職業であることを更に発信。

6 目指すべき姿を実現するための社会的資源の確保、活用 (P28)

(1) 財源の確保

【基本的な考え方】

○市町村においては総合型行政化、都道府県においては補完、支援、専門性、調整機能の強化、消費者庁においてはICT・AI技術等の基盤整備といった役割を明確化。それぞれの役割、機能に応じた財源を充実・強化。

【取組の方向性】

○消費者庁は、地方公共団体における消費者行政予算の充実に向けた取組を一層強化。
○消費者庁は、地方公共団体と協力して、市町村、都道府県、国それぞれの役割、機能を踏まえた行政の取組を実施していくための財源の在り方を検討。公共私を横断した視点を持ち、公的な財源調達にとどまらず、民間からの資源確保も含めた持続可能な財源確保の方策を検討。

(2) 人的資源の活用

【基本的な考え方】

○従来の担い手に加え、高齢者、高校生・大学生等、事業者とその従業員等、様々な人材を取り込んでいく必要。
○新たに活躍できる人材を育成、それらが互いに連携。
○適格消費者団体、消費者団体等に加え、これまで消費者問題に関わりが薄かった事業者等においても、消費者問題を解決する重要な担い手として捉え直し。

【取組の方向性】

○消費者庁及び地方公共団体は、人材の受入体制整備や専門人材の紹介や情報提供を行う仕組み「消費者行政専門人材情報プール」の構築に取り組むことが望ましい。

(3) 消費者行政に係るデータの整備・分析

【基本的な考え方】

○消費者行政の重要性やその効果を定量的に示し検証することが必要。

【取組の方向性】

○消費者庁は、定量的な効果測定を行い、エビデンスに基づく施策を実施できるようデータ整備を更に推進。