

「地方消費者行政活性化交付金」の創設

40.6億円(新規)

趣
旨

○消費者行政全体の充実・強化 ⇒ **地方との連携強化、地方消費者行政の充実強化が不可欠**

・地域での相談情報の集約 → 国による事業者への注意喚起・法的措置・制度の構築 → 地方消費者行政へのフィードバック・更なる強化

○身近な相談体制の整備は着実に進展しつつあるが、道半ば ⇒ **地方消費者行政の地力確保が課題**

・相談員配置市町村・・・713(全市町村の約4割)(21年)→987(約6割)(24年) / 相談員の配置数・・・2,800人(21年)→3,355人(24年)(555人増)

・相談窓口のない市町村・・・22.4%(21年)→6.9%(24年) / 相談員配置していない市町村・・・1,076(21年)→755(約4割)(24年)

⇒着実に改善しつつあるが、未だ7%の市町村の住民が身近な窓口で相談を受けられず、4割の市町村の住民が相談員による相談を受けられない

・市町村の消費者行政における自主財源の伸び率7.4%(地方財政0.4%)の一方で、地方消費者行政基金依存度は4割

⇒取組が緒についたところ、今後軌道に乗る段階

○高齢者の消費者トラブルの防止等 ⇒ **民間主体を含め、知恵と工夫を活かした裾野の広い取組が不可欠**

・消費者教育推進法の成立を踏まえた取組の促進 ⇒ 自主的・合理的に行動できる消費者の育成(消費者被害の根本的な減少)

・地域ごとに、教育、福祉、環境等の関係者、事業者などのネットワーク形成・知恵と工夫を活かした取組 ⇒ 効率的・効果的な活動の展開

日本再生戦略の「生活・雇用戦略」に「地方消費者行政の充実強化など消費者の安全・安心の確保等に重点的に取り組む。」と位置づけ

具体策

各都道府県からの申請を受け、各都道府県ごとの「地方消費者行政活性化事業実施計画(仮称)」の実施に要する額に対して定率補助(予算の範囲内)

「地方消費者行政活性化事業実施計画(仮称)」のイメージ

1. 基礎的な取組の下支え

：「集中育成・強化期間」で整備された体制の維持・充実

- センター設置・窓口新設 ～日本中の全自治体に窓口設置を目指す
- 消費生活相談員の配置と処遇改善 ～基金により整備した相談体制の更なる充実・強化
- 消費生活相談員の養成、レベルアップ(研修への派遣等) ～相談業務の質の向上
- 都道府県による市町村支援 ～講習の開催、巡回相談等によるバックアップ など

2. 消費者問題解決力の高い地域社会づくり

：先進的・モデル的事業(消費者団体等多様な主体との連携事業等)を含む

- 消費者教育推進法の成立を踏まえた消費者教育・啓発の促進
 - －各種消費者教育・啓発の取組、－高齢者の消費者トラブルの防止※、－リスクコミュニケーション※
 - その他
 - －消費者安全法に基づく取組の促進(報告徴収・立入調査等について都道府県等への権限委任) など
- ※「消費者安心アクションプラン(原案)」(消費者政策会議関係委員会議(24年9月14日))関連施策

「地方消費者行政活性化基金」の効果 (平成21～24年度)

○「消費生活センター」設置数：220か所増
501か所(21年)→721か所(24年)

○消費生活相談員数：555人増
2,800人(21年)→3,355人(24年)

○消費生活相談分担率：4.2ポイント上昇
(市町村受付/(都道府県受付+市町村受付))
62.0%(20年度)→66.2%(23年度)

○常勤の専門相談員が配置されることにより、身近な市町村の窓口で気軽に相談できるようになり、**トラブルの早期解決、被害拡大防止につながっている。**

○特に、消費者被害に遭いやすい高齢者は、なじみのない県へは相談しづらく「泣き寝入り」をすることも多かったが、**相談員が高齢者の自宅に伺い相談にのるなど、問題解決を掘り起こすことができている。**

効果（「日本再生戦略」工程表(平成24年7月31日閣議決定)における2020年に向けた目標)

活動(アウトプット)目標 … 市町村における消費生活相談体制の人口カバー率100%(2015年度まで)

成果(アウトカム)目標 … 消費者被害に遭ってもどこにも相談しなかった人の割合(※)を減少させる (※今後指標の詳細について検討、継続的に調査)