

(資料 1 - 2)

地方消費者行政の充実・強化に向けた
今後の支援のあり方等に関する検討会

報告書

平成 29 年 7 月

はじめに

消費生活の「現場」は地方であり、消費者に身近な地方消費者行政の充実・強化は、消費者の安全・安心の確保のために極めて重要な課題である。

消費者庁においては、平成 21 年度より地方交付税措置の拡充や地方消費者行政活性化基金及び地方消費者行政推進交付金を活用した地方消費者行政の充実・強化に向けた支援を行ってきたところであるが、地方消費者行政推進交付金等による支援は、平成 29 年度に一つの区切りを迎えることとなっている。

本検討会においては、平成 30 年度以降の地方消費者行政の充実・強化に向けた今後の支援の在り方等について検討してきた。

本報告書は検討会における計 5 回の議論の結果として、地方消費者行政の充実・強化に向けた今後の支援の在り方に関する基本的な方向性について考え方をまとめたものである。

1. 地方消費者行政に係る制度上の枠組みとこれまでの国の取組

地方消費者行政については、昭和 43 年に制定された消費者保護基本法（昭和 43 年法律第 78 号。現在の消費者基本法。）において地方公共団体の消費者行政に関する事務が明文化され、翌年の昭和 44 年の地方自治法の改正により「消費者の保護」が地方公共団体の事務（いわゆる「固有事務」）として規定された。その後、平成 12 年の地方自治法の改正により、現在では、地方公共団体における消費者行政に関する事務は「自治事務」として位置付けられている。

また、消費者庁設立に向けて取りまとめられた消費者行政推進基本計画（平成 20 年 6 月 27 日閣議決定）においては、「国民目線の消費者行政の強化充実」は、地方自治そのものである。（中略）このため、新組織の創設と併せて、地方分権を基本としつつ、地方の消費者行政の抜本的な強化を図ることが必要である。」とされており、我が国の消費者行政の充実に向けて、「国の消費者行政施策」と「地方消費者行政の充実・強化」は車の両輪として、その役割が期待されてきたところである。

(ア) 地方消費者行政の現行法上の位置付け

地方公共団体の消費者行政については、消費者基本法第 4 条において、地方公共団体の責務として、「消費者の権利の尊重及び自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する責務を有する。」とされている。

平成 21 年の消費者庁設立と同時に施行された消費者安全法（平成 21 年法

律第 50 号) においては、地方公共団体が行うべき具体的な事務として、苦情相談・あっせん、消費者安全の確保のための情報収集及び住民に対する情報提供等が規定されている。さらに、これらの地方消費者行政を行うための基盤として、都道府県には消費生活センターの必置義務規定が、市町村には設置の努力義務規定が定められているところである。また、平成 26 年の改正消費者安全法においては、都道府県の消費生活相談の役割として、市町村に対する助言、協力、情報提供などの支援、関係機関との調整、市町村同士の共同処理の調整を行うことが追加された。

また、平成 24 年度に制定された消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）においては、消費者教育の推進に関する施策の策定や実施の責務が規定されているほか、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 57 号）や不当景品類及び不当表示防止法（昭和 37 年法律第 134 号）等の個別の消費者関係法令において、主務大臣の権限に属する事務の一部について、地方公共団体の長が行うことができる規定が設けられており、法執行についても権限を有している。なお、平成 26 年の不当景品類及び不当表示防止法の改正においては、都道府県の執行体制の強化のため消費者庁長官の権限である措置命令権限及び合理的根拠提出要求権限が、都道府県知事に付与されるなど、地方公共団体における法執行事務は拡大している。

(イ) 地方交付税措置、地方消費者行政推進交付金による支援等の取組

地方消費者行政の実施に関する国の支援については、消費者庁設立と合わせて地方消費者行政の抜本的な強化に取り組み、地方交付税措置については、消費者行政に係る地方交付税措置が平成 21 年度に約 90 億円から約 180 億円に倍増し、平成 23 年度及び平成 24 年度には約 270 億円まで拡充された。その後は概ね横ばいで推移しており、平成 28 年度においても 271 億円が措置されている。

また、地方消費者行政の充実・強化に向けて、平成 21 年度から平成 23 年度までの 3 年間で「集中育成・強化期間」と位置付け、平成 20 年度第二次補正予算において「地方消費者行政活性化交付金」が措置され、平成 21 年度から「地方消費者行政活性化基金」を通じた支援が行われてきた。集中育成・強化期間後も主に補正予算を通じた基金の積み増しにより支援が継続されてきたが、平成 26 年度には当初予算において 30 億円が措置された。平成 26 年度補正予算からは、「既存基金への積み増しについては、財政規律の観点から、厳に抑制する」との政府方針¹を受け、地方消費者行政推進交付金として単年度交付金化を図ることとなったが、その後も平成 27 年度及び平成 28

¹ 「経済財政運営と改革の基本方針 2014」（平成 26 年 6 月 24 日閣議決定）

年度には当初予算において 30 億円、補正予算において 20 億円が措置され、平成 20 年度から平成 28 年度補正予算までの累計で約 493 億円が措置されるなど地方公共団体の取組に対し切れ目ない支援が行われてきた。

なお、平成 25 年度からは、消費者の安全・安心の確保に向け、消費者問題に関する先駆的なテーマを国から提案し、問題意識を共有した上で、地方公共団体の自主性・独自性を確保しつつ、地方の現場での実証実験等を実施し、その成果を全国的に波及・展開するための、先駆的プログラムを実施している。

II. 地方公共団体における現状と課題

地方消費者行政推進交付金等の活用により、全国レベルで見れば、地方公共団体における消費生活センターの設置、消費生活相談員の配置等の消費生活相談体制の整備は相当程度進展してきている。また、消費者教育の推進、消費者安全確保地域協議会等の新たな取組についても進展が見られている。

他方で、地方消費者行政推進交付金等の呼び水効果として期待された地方の消費者行政に係る財源の確保については、伸び悩んでいる。

その背景としては、高齢化や少子化対策経費の増等による地方公共団体における扶助費の増加などにより、自由度の高い財源が限定されていることが考えられる。このため、今後、地方公共団体の財源のみでは現在の消費生活相談体制の維持は困難との指摘もある。このため、国から地方に対する支援と地方の財源の確保の両面から、どのように地方消費者行政の整備・充実をしていくかが大きな課題である（図表 1-1）。

(ア) 予算

地方公共団体における消費者行政関係予算の推移を見ると、平成 20 年度における約 125 億円から、基金の造成等により、平成 23 年度には約 207 億円まで増加したが、現在では約 178 億円となっている。

① 地方交付税措置

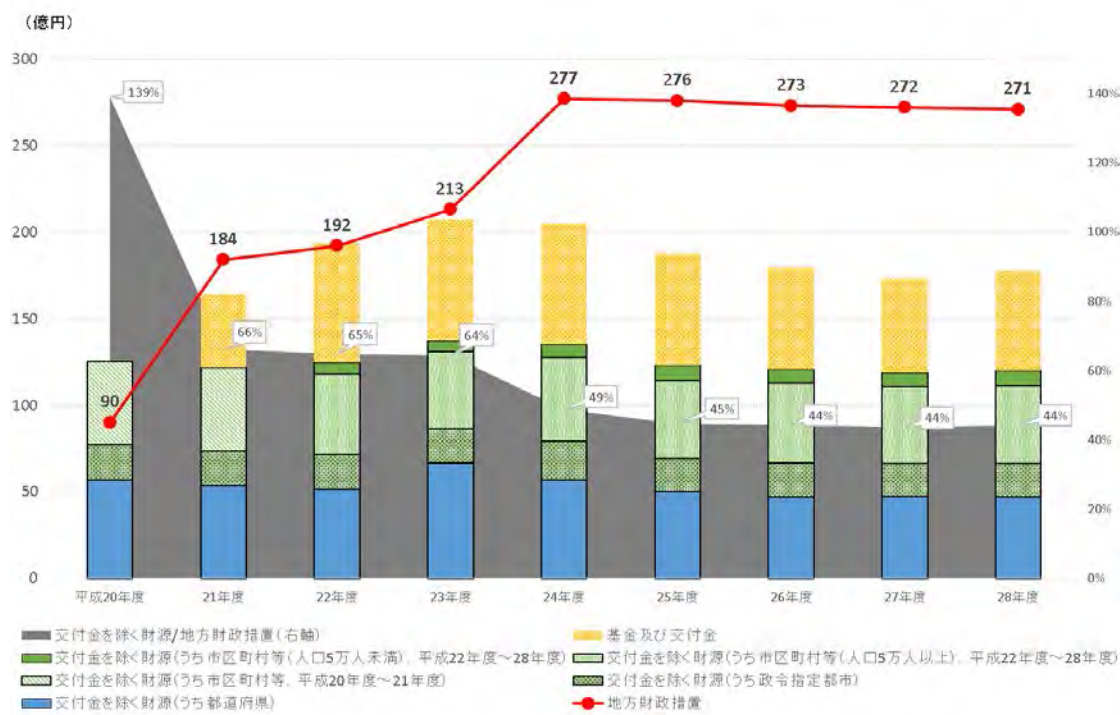
地方公共団体の交付金以外の財源については、平成 20 年度に約 125 億円措置されていたものが、平成 22 年度から平成 24 年度にかけて一時増加したものの、平成 28 年度には約 120 億円となっている。

地方消費者行政に係る地方交付税措置については、平成 23 年度以降概ね 270 億円程度の算定がなされ、国から交付されているが、交付金を除く財源は約 120 億円となっている。

地方公共団体の財源については、地方消費者行政活性化基金等と呼ばれ水として充実させていくことが狙いであったものの、高齢化による社会保障関係費をはじめとした義務的経費が多くを占めている地方財政の現状において自由度の高い一般財源が限られている中で、地方消費者行政に係る財源をいかに充実していくかが課題である。

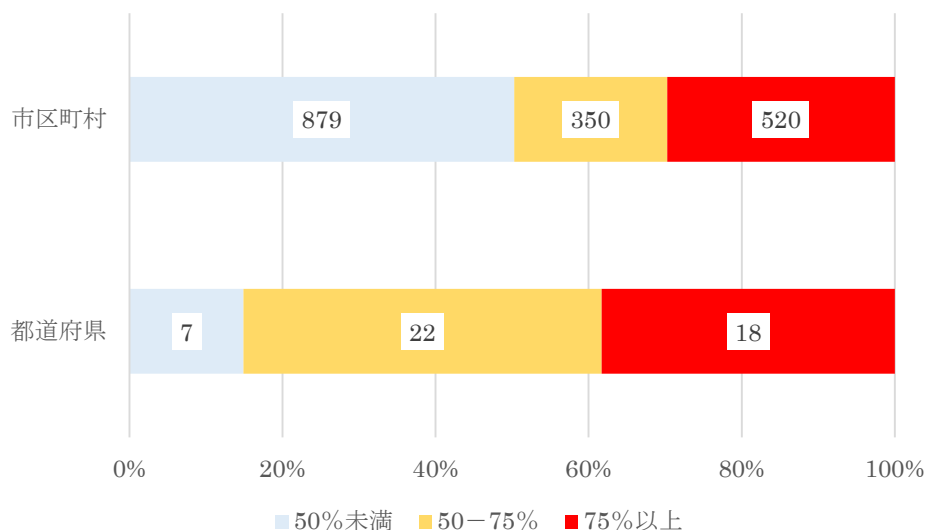
また、地方公共団体別に交付金以外の財源と地方消費者行政活性化基金等の割合を見てみると、交付金以外の財源の割合が高く消費者行政に積極的に取り組む地方公共団体も一定数あるが、一方で、地方消費者行政予算の大半を基金及び交付金に頼っている地方公共団体があるなど、その取組にはバラつきが見られる（図表1-2）。

図表1-1 地方消費者行政予算の推移



(注) 地方財政措置は、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経費

図表 1-2 地方消費者行政予算に占める交付金を除く財源の割合（平成 28 年度）



（備考）消費者庁「地方消費者行政の現況調査（平成 28 年度）」より作成。

（注）ここでは、広義の消費者行政予算を指す。グラフ内の数字は地方公共団体数

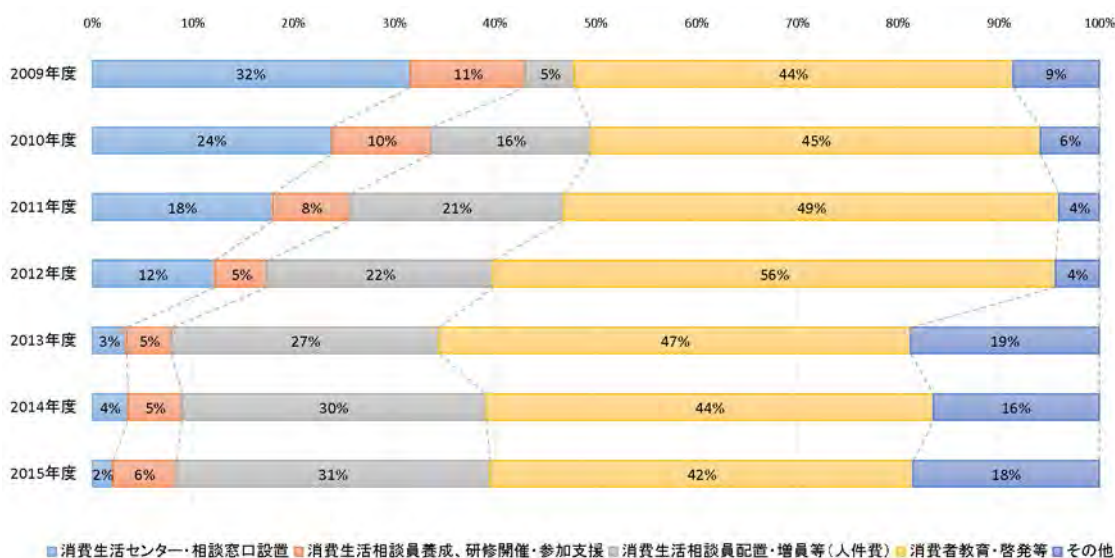
② 地方消費者行政推進交付金等

地方消費者行政推進交付金等については、平成 20 年度から平成 28 年度補正予算までの累計で約 493 億円が措置されてきたところであるが、その活用状況としては、平成 27 年度においては消費者教育・啓発の割合が約 4 割と最も高く、次いで消費生活相談員配置・増員等に約 3 割が使用されている。その他、消費生活センター・相談窓口の設置については、平成 21 年度においては、約 3 割を占めていたが、各地で相談窓口の設置が進展した結果、徐々に低下してきており、平成 27 年度では約 2%の使用となっている一方で、消費生活相談員配置・増員等（人件費）への使用が増加している（図表 1-3）。

また、平成 25 年度から開始された先駆的プログラムについては、平成 25 年度から平成 28 年度までの間に 97 地方公共団体で 197 事業が実施されている。本プログラムについては、意欲ある地方公共団体では積極的に活用されているものの、活用しているのは一部の地方公共団体にとどまっている。先駆的プログラムについては、意欲ある地方公共団体が実験的・先駆的な事業などの新たな取組に挑戦できるという長所がある一方で、単年度事業であるため、事業成果の普及・定着を継続的に展開していくことが困難であるとの声も多く見られる。今後は、先駆的プログラムを活用した取組を全国的に広

げていく点に課題がある。

図表 1－3 地方消費者行政推進交付金等の年度別の活用状況



(備考) 消費者庁「事業実績報告」(2009～2015年度)により作成。

(注) 2013年度からは、事業メニューの見直しにより、「その他」に先駆的プログラム等が含まれる。

(イ) 人員

① 行政職員

地方公共団体における消費者行政担当職員の数は、平成28年度は5,230名であり、近年、専任職員の数は減少傾向にある。地方公共団体においては、法執行を担当する専門性の高い職員の不足などの問題点が挙げられる。

② 消費生活相談員

消費者庁設立後、全国的に消費生活相談員の配置・増員が進み、平成21年には2,800名であったものが、平成28年には3,393名に増加した(図表1-4)。

平均報酬額も増加傾向である一方で、いわゆる「雇止め」を行う地方公共団体数が大きく減少するなど、消費生活相談員の処遇は着実に改善している。他方で報酬や資格保有率については、地域間格差が存在している。

消費生活相談業務の複雑化や困難化に対応するためには、消費生活相談員の確保が重要であるが、消費生活相談員の人件費について、地方消費者

行政推進交付金に頼られているのが現状であり、今後、地方公共団体の財源の確保がなされなければ、消費生活相談員の確保が難しくなり、消費生活相談に係る行政サービスの水準の維持が困難になるとの指摘がある。

また、担い手確保という観点からは、平成 28 年 4 月施行の改正消費者安全法において、消費生活相談員の職や資格試験を法定化し、担い手の質と量の確保を図ってきたが、十分な成果が発現しているという状況とはなっていない。若者が消費生活相談員になろうとしないという課題があり、消費生活相談員を魅力ある職とすることで若者の担い手を確保していくことが重要である。

図表 1-4 消費生活相談員の配置状況

| | 平成 21 年 | 平成 22 年 | 平成 23 年 | 平成 24 年 | 平成 25 年 | 平成 26 年 | 平成 27 年 | | 平成 28 年 | | |
|---------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|------|
| | | | | | | | 前年差 | 前年差 | | 前年差 | |
| 全体 | 2,800 | 3,146 | 3,321 | 3,391 | 3,371 | 3,345 | ▲ 26 | 3,367 | 22 | 3,393 | 26 |
| うち資格保有 | 2,140 (76.4%) | 2,328 (74.0%) | 2,490 (75.0%) | 2,569 (75.8%) | 2,549 (75.6%) | 2,612 (78.1%) | 63 | 2,659 (79.0%) | 47 | 2,701 (79.6%) | 42 |
| うち資格未保有 | 660 (23.6%) | 818 (26.0%) | 831 (25.0%) | 822 (24.2%) | 822 (24.4%) | 733 (21.9%) | ▲ 89 | 708 (21.0%) | ▲ 25 | 692 (20.4%) | ▲ 16 |

(備考) 消費者庁「地方消費者行政の現況(平成 28 年度)」より作成。

(ウ) 組織

① 消費生活センター、消費生活相談窓口

消費生活相談窓口の設置率は、平成 21 年には全地方公共団体の 77.6% (設置市区町村数: 1,375 市区町村) に留まっていたが、平成 28 年には 100% (設置市区町村数: 1,721 市区町村) となっている(図表 1-5)。

消費生活センターの設置数については、平成 21 年には 501 であったものが、平成 28 年には 799 となっている(図表 1-6)。市区町村の人口規模別で見ると、人口 5 万人以上の市区町村では設置率が 86.8% である一方で、人口 5 万人未満の市区町村では設置率が 39.4% となっている(図表 1-7)。

消費生活相談窓口については全ての市区町村に設置がなされ、どこに住んでも消費生活相談ができる体制は着実に整備されてきている。消費生活センターの設置についても着実に進展がみられるが、小規模市町村ではいまだ設置率は低水準である。

消費者意識基本調査(2015 年度)によると、経済的被害に遭った際に消費生活センター等に相談すると回答した人のうち、自宅から近い消費生活セン

ター等に相談したいと回答した人は68.5%となっており、世代別に見ると、総じて年齢層が高まるほど自宅から近い消費生活センター又は相談窓口相談したいと回答した人が増加する傾向にある（図表1-8）。高齢化の進展とともに、身近で質の高い相談を受けられる体制整備への需要はさらに高まっている一方で、小規模市町村での消費生活センター設置率が低水準であることは、今後の課題である。

図表1-5 市区町村（政令指定都市を除く）における消費生活相談窓口の設置状況

| | 平成21年 | 平成22年 | 平成23年 | 平成24年 | 平成25年 | 平成26年 | | 平成27年 | | 平成28年 | |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|-----|-------------------|-----|-------------------|-----|
| | | | | | | | 前年差 | | 前年差 | | 前年差 |
| 相談窓口設置の市区町村数 (設置率) | 1,375 (77.6%) | 1,490 (86.1%) | 1,580 (91.4%) | 1,603 (93.1%) | 1,627 (94.5%) | 1,717 (99.8%) | 90 | 1,721 (100.0%) | 4 | 1,721 (100.0%) | 0 |
| うちセンター設置 | 379 | 525 | 636 | 725 | 773 | 814 | 41 | 862 | 48 | 932 | 70 |
| うち単独設置 | 348 | 462 | 536 | 577 | 601 | 622 | 21 | 647 | 25 | 660 | 13 |
| 広域連携 | 31 | 63 | 100 | 148 | 172 | 192 | 20 | 215 | 23 | 272 | 57 |
| うち相談窓口設置 | 996 | 965 | 944 | 878 | 854 | 903 | 49 | 859 | ▲44 | 789 | ▲70 |
| うち単独設置 | 989 | 959 | 939 | 869 | 843 | 893 | 50 | 849 | ▲44 | 783 | ▲66 |
| 広域連携 | 7 | 6 | 5 | 9 | 11 | 10 | ▲1 | 10 | 0 | 6 | ▲4 |
| 相談窓口未設置の市区町村数 (未設置率) | 396 (22.4%) | 241 (13.9%) | 148 (8.6%) | 119 (6.9%) | 95 (5.5%) | 4 (0.2%) | ▲91 | 0 (0.0%) | ▲4 | 0 (0.0%) | 0 |
| (参考)市区町村数 | 1,771 | 1,731 | 1,728 | 1,722 | 1,722 | 1,721 | ▲1 | 1,721 | 0 | 1,721 | 0 |

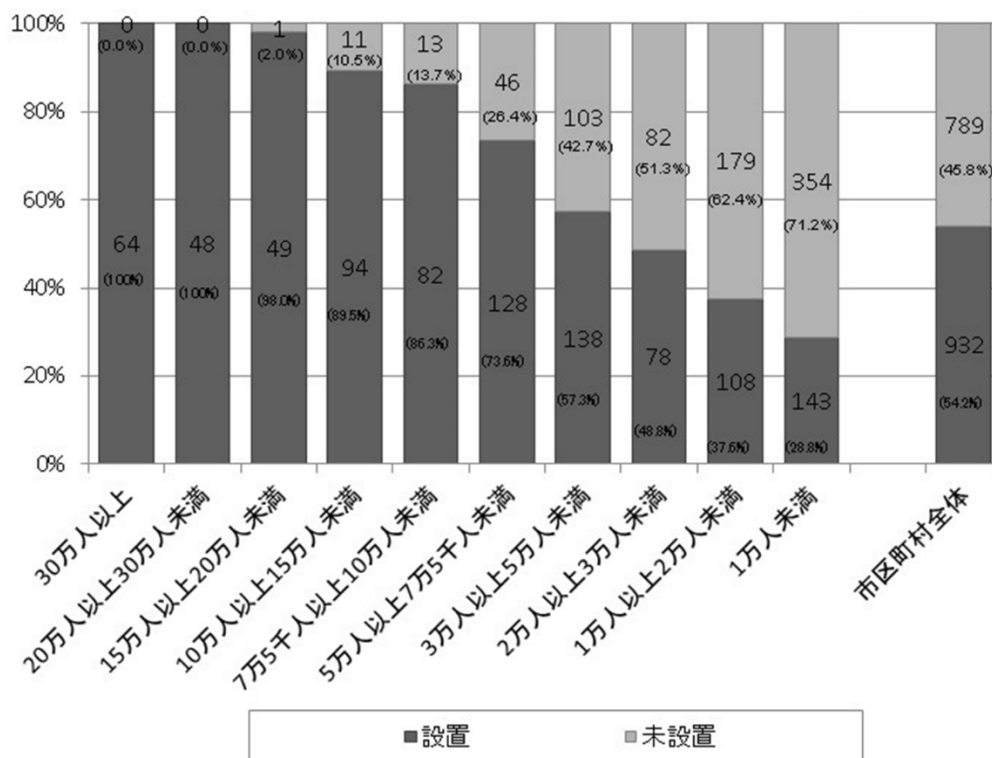
(備考) 消費者庁「地方消費者行政の現況（平成28年度）」より作成。

図表1-6 消費生活センターの設置数の推移

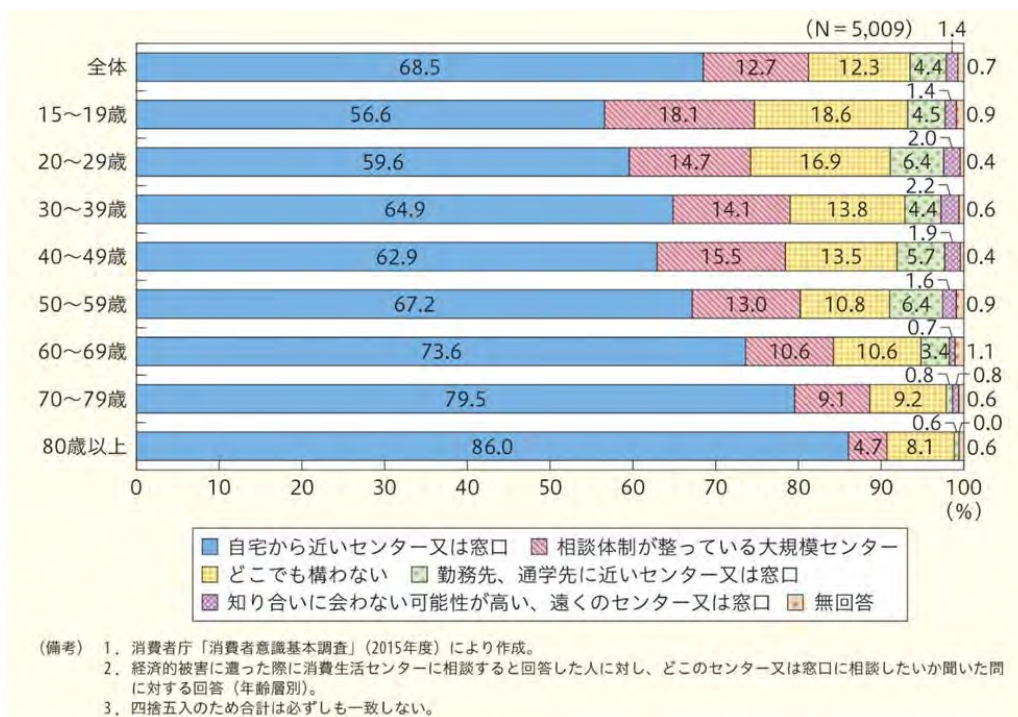
| | 平成21年 | 平成22年 | 平成23年 | 平成24年 | 平成25年 | 平成26年 | | 平成27年 | | 平成28年 | |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | | | | | | | 前年差 | | 前年差 | | 前年差 |
| 全自治体計 | 501 | 611 | 684 | 724 | 745 | 763 | 18 | 786 | 23 | 799 | 13 |
| 都道府県 | 123 | 116 | 113 | 110 | 106 | 103 | ▲3 | 102 | ▲1 | 97 | ▲5 |
| (うち サブセンター数) | (76) | (69) | (66) | (63) | (59) | (56) | (▲3) | (55) | (▲1) | (50) | (▲5) |
| 政令市 | 26 | 30 | 30 | 31 | 31 | 31 | | 31 | | 31 | |
| (うち サブセンター数) | (8) | (11) | (11) | (11) | (11) | (11) | | (11) | | (11) | |
| 市区町村(政令市を除く。) | 351 | 462 | 538 | 579 | 603 | 624 | 21 | 648 | 24 | 661 | 13 |
| 広域連合、一部事務組合 | 1 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | | 5 | | 10 | 5 |

(備考) 消費者庁「地方消費者行政の現況（平成28年度）」より作成。

図表 1-7 人口規模別消費生活センターの設置状況



図表 1-8 相談したい消費生活センター又は窓口



② 消費者教育の推進体制

消費者教育推進計画の策定については、平成 27 年の 30 都道府県・6 政令指定都市から平成 28 年には 41 都道府県・12 政令指定都市まで増加しているほか、消費者教育推進地域協議会についても平成 27 年の 39 都道府県・11 政令指定都市から平成 28 年には 45 都道府県・14 政令指定都市となるなど、地方における消費者教育の推進体制については、着実に進展が見られる。一方、成年年齢引下げの議論の進展もあり、若者への消費者教育の充実の必要性が高まっている中で、消費生活センターにおいては消費者教育の拠点としての役割が求められているものの、その機能の充実は十分とは言えず、更なる強化が求められるところである。

また、消費者教育の推進にあたっては、2015 年に SDGs²（持続可能な開発目標）が国連で採択されたこともあり、公正かつ持続可能な社会の形成という課題が、全世界的により一層重要な課題となっており、従来の消費者被害の未然防止という観点からさらに一歩進んだ取組として、フェアトレード商品や寄付付き商品の消費を推進する倫理的消費や食品ロス削減の推進、消費者志向経営の推進といった新たな消費者教育の展開への対応も求められているところである。

③ 消費者安全確保地域協議会、見守りネットワーク

近年、とりわけ高齢者の消費者被害が深刻化している。今後、高齢化がより一層進行することを踏まえると、高齢者の消費者被害に対応するためには、高齢者本人が消費生活センター等に相談することを待っているだけでは、必ずしも十分とはいえず、高齢者の周りにはいる人が、高齢者の消費生活上の安全に常に気を配り、何らかの異変を察知した場合には、消費生活センター等の機関に適切につなぐことで、高齢者を地域で見守る体制を構築することが極めて有効である。

このため、平成 28 年 4 月施行の改正消費者安全法において、地方公共団体が消費者安全確保地域協議会を組織することができることとされた。法施行以降、平成 29 年 1 月までに 27 市町・4 道県の計 31 の地方公共団体において設置がなされている。さらに各地方公共団体においては、設置に向けた取組が進んでいるところであるが、消費者庁が策定した「地方消費者行政強化作戦」において目標として掲げられている人口 5 万人以上の全市

² 「Sustainable Development Goals」：17 個の持続可能な開発目標（SDGs）の達成による、「誰一人取り残されない」社会の実現に向けて、途上国のみならず、先進国でも実施に取り組むものとして、平成 27 年 9 月に国連で採択（2030 年までの国際開発目標）。

町での設置までは道半ばであり、今後も設置の促進を図っていく必要がある。

④ 適格消費者団体等

適格消費者団体は、不特定かつ多数の消費者の利益を擁護するために差止請求権を行使する団体として平成 19 年に施行された改正消費者契約法の中で位置付けられたものであり、行政の補完的役割も果たしている。適格消費者団体の数は、平成 29 年 6 月 30 日で 16 団体まで増加している。

地方消費者行政強化作戦においては、全てのブロックで適格消費者団体が存在することを目標として掲げており、平成 29 年度には、これまで適格消費者団体がなかった東北及び北陸ブロックでも新たに設立された。空白地域の解消に向けて着実に取組が進んでいるが、より多くの消費者被害の防止を図るためには、今後も各地で適格消費者団体の設立が一層進むことが期待される。

III. 基本的な考え方

消費者行政の推進に当たっては、車の両輪の関係にある国における消費者行政と地方消費者行政の充実・強化を同時に図っていく必要がある。国・地方ともに厳しい財政事情の中で、消費者の安全・安心を確保するためには、国と地方の役割を明確にした上で、国と地方が適切に連携し消費者行政の推進にあたることが重要である。

(ア) 今後の地方消費者行政の基本的な方向性

消費者の安全・安心を確保するためには、「どこに住んでいても質の高い相談・救済が受けられる」地域体制の整備が肝要であり、この考え方は地方消費者行政における根幹となる。

消費者庁設立以来、地方交付税措置の拡充や地方消費者行政推進交付金等を通じ、地方における計画的・安定的な取組を支援してきたところであり、その結果、消費生活相談窓口が全ての地方公共団体に設置されているほか、消費生活センターの設置の促進、消費者教育の推進、適格消費者団体の増加など地方消費者行政の体制整備は相当程度進展したといえる。

今後、消費者の安全・安心を確保するために、これまでに地方消費者行政推進交付金等を通じて整備された地方消費者行政の基盤を維持し、さらなる充実を図るには、地方公共団体において財源を適切に確保し、取り組む必要がある。

一方で、従来の消費者問題に加え、高齢化・情報化・国際化の進展により、

消費者相談が複雑化し、消費者被害が深刻化しており、その予防・解決がより一層困難になっている。例えば、高齢化の進展は、認知能力の低下による被害の深刻化を招くほか、情報化の進展によるサービス（インターネット、SNS、スマートフォン等）が高齢者にも普及することにより、類似のトラブルが全国に広がりやすくなっており、消費者被害の増大も懸念される。また、国による新たな制度の創設および新たな政策の推進に伴い、地方消費者行政において新たな課題に対応する必要がある、消費者行政に携わる職員の役割も大きくなっている。そして、以上のような課題のために、消費者行政が他の行政部門と連携して、また広域的に協力して、問題を解決する必要性も増している。

このような地方消費者行政において、その中核である消費生活センターは、全国共通番号の消費者ホットラインを平成27年7月より3桁番号化（188）したことで、より身近な消費生活に関する相談を受ける窓口としての役割が大きくなってきているところであり、広域的に活用される情報を広く収集するとともに、消費生活に関連する社会問題や制度変更について、消費者に対して正確かつ分かりやすい情報を提供し、問題に応じて消費者を国や地方公共団体内の他の行政部局へとつなぐ機能も果たしているところである。

近年も、マイナンバー制度、消費税率の引上げ、電力・ガス自由化などの制度変更や、日本年金機構の個人情報流出に便乗した勧誘等、アダルトビデオ出演強要問題等の社会問題に関する相談に対応するなど、その役割は狭義の消費者問題への対応のみにとどまらず、一層重要性を増してきているところである。今後も、消費税率引上げに伴う軽減税率の導入、ギャンブル等依存症対策や2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に伴い予想される訪日外国人の消費者トラブルの増加への対応も含め、国の重要課題に対応できる体制が整備されていることが重要である。

これに加えて、成年年齢の引下げに関する議論の進展等の社会情勢の変化にも鑑みると、若い世代への消費者教育を重点的に進めるとともに、身近な所で質の高い相談を受けられる消費生活センター及び窓口が設置されていることが重要である。また「誰一人取り残されない」社会の構築を基本理念とするSDGsに対応した取組として、フェアトレード商品の購入など人や社会、環境に配慮した消費行動の促進、高齢者や障害者等を地域全体で見守る仕組みの構築など、新たな課題への対応の必要性も強まっている。今後も社会状況や制度の変化に伴う新たな課題が発生する可能性は高まっており、新たな課題に対しては国が方向性を示した上で、地方公共団体の取組を支援していく必要がある。

(イ) 地方公共団体による取組の充実・強化

消費者の安全・安心の確保のためには、身近に専門的な窓口が整備され、消費者事故等の情報収集や消費者教育・啓発事業等を行う消費者行政の拠点が整備されている必要がある。

消費者庁設立以来、国からの財政支援も活用し、「どこに住んでいても質の高い相談・救済が受けられる」地域体制の整備が相当程度進んだが、今後は地方消費者行政推進交付金の一般準則期間³における国からの財政支援を引き続き活用しつつ、その間に地方公共団体の財源の確保を促進し、その体制基盤を維持し、さらなる充実を図り、地域の課題解決力を高めていくことが重要である。

また、社会情勢の変化により消費者問題も複雑化、高度化する中においては、国とも連携を図りながら、創意工夫ある取組により新たな課題の解決に取り組んでいくことが求められる。

(ウ) 国による支援の考え方

これまで、地方消費者行政の充実・強化に向けて地方消費者行政推進交付金等を通じて地方への財政支援を行ってきた結果、消費生活センターや消費生活相談員の充実・強化などの地方消費者行政の基盤整備がなされてきたところであるが、今後、その体制維持をしつつ、更なる地方消費者行政の充実を目指すためには、地方の財源の確保を促す必要がある⁴。

さらに、意欲ある地方公共団体による、地域の課題解決に向けた創造的な取組に対しては、引き続き支援を行い、消費者行政の推進を図っていくことが重要である。

特に、高齢化・情報化・国際化の進展や成年年齢の引下げなどにより生ずる新たな消費者問題や国の重要課題については、国が先見的に取組の方向性を示し、それらの課題に取り組もうとする意欲的な地方公共団体に対して支援するとともに、それらの取組が全国各地へ拡大し、継続的に発展するような仕組みを構築する必要がある。

IV. 対応の方向性

(ア) 消費者行政に係る体制整備の充実・強化に向けた財源の確保

³ 交付金等により整備した消費者行政体制の安定的な維持・充実を図るべく、各地方公共団体において長期的視点に立った体制整備を進められるようにするため、個別事業ごとの交付金等の活用期間を定めた規則。首長の意思表示等により最長11年間（平成39年度まで）の活用が認められている。

⁴ 一方で、国の事務の性質を有すると考える事項や地域格差の是正については、消費者安全法における財政措置も含めた国の役割を再検討することも論点として考えられる。

消費者庁においては、消費者基本計画（平成 27 年 3 月 24 日閣議決定）を踏まえ、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、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て策定された「地方消費者行政強化作戦」を推進するため、地方消費者行政推進交付金を用いた支援を行ってきたところである。

今後も地方消費者行政の基盤となる地域体制の整備については、平成 29 年度までに立ち上げた事業について地方消費者行政推進交付金を引き続き活用するなど、「地方消費者行政強化作戦」の目標達成に向けた取組を推進していく必要がある。

また、地方消費者行政推進交付金における一般準則の期間終了後については、それまでに整備した体制を維持し、一層の充実が図られるよう、地方公共団体の財源を確保することが重要である⁵。

(イ) 消費生活相談員の処遇改善、担い手の確保

消費生活相談員は、「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けることのできる体制」を支える基盤である。今後も一般準則期間において地方消費者行政推進交付金を引き続き活用しつつ、各地方公共団体の財源を確保し処遇改善等に向けた取組を推進することで、担い手の確保・育成を図っていく必要がある。

また、平成 28 年 4 月施行の改正消費者安全法において、消費生活相談員の職及び任用要件等が法定化されたことに併せて、地方公共団体の中で消費生活相談員がその職務と能力にふさわしい専門職としての適切な評価を得られ、いわゆる「雇止め」の見直しを含む消費生活相談員の処遇改善につなげていく必要がある。また、改正消費者安全法では、都道府県において市町村の相談事務等に関し助言等を行う「指定消費生活相談員」を指定するよう努力義務が定められたことから、今後はこうした指導的立場へのキャリアパスも想定される。

今後も、こうした新たな制度について積極的に周知を行うとともに、各地方公共団体においては相談員の専門性に配慮した任用を行うことで、消費生活相談員をより魅力ある職となるよう働きかけていくことが重要である。

(ウ) 他部局、多様な主体との連携、広域連携の活用

消費者問題の解決に向けては、地方消費者行政が、改正消費者安全法に規定された消費者安全確保地域協議会等において、福祉部局を始めとする他部局や警察との連携、弁護士、司法書士等の専門家、適格消費者団体等の多様

⁵ 小規模な地方公共団体については、整備が不十分である地域も相当程度存在するという課題が残っていることから検討が必要である。

な主体との連携により、地域の課題解決力を向上させることが求められている。

また、人口減少・少子高齢化などを背景とした地域社会の状況の変化及び厳しい財政状況も踏まえ、消費生活相談体制の整備等における広域連携の活用などの連携も求められる。ただし、広域連携を活用する際には、消費生活相談員と行政職員の物理的な距離が離れること等による弊害が起こらないよう、緊密な連携を図ることが重要である。

(エ) 法執行機能の充実・強化

I (ア) で述べた累次の法改正により、都道府県においては消費者行政に係る法執行の権限が拡大している。地方公共団体が違法な行為を行った事業者に対し、地域の実情を踏まえて法律上与えられた執行権限を適切に行使することは、当該地方公共団体の住民以外の消費者の被害を防止する等の観点からも重要である。しかし、地方公共団体によっては、担当行政職員の不足等の課題があり、その執行実績には格差が存在するのが現状である。

地方公共団体は、このような執行権限の拡大にあわせて、執行体制を充実させることが重要である。特に執行実績の少ない地方公共団体においては、今後、必要な体制整備等を図ることが期待される。その際、法と証拠に基づく適正な手続による法執行を確保する観点から、たとえば、各地域レベルで警察当局との一層の連携、警察職員であった者や地方の法曹関係者等の活用を図るなど、地域の実情に即した取組を進めることが期待される。

(オ) 新たな地方消費者行政の展開に向けた国の支援

地方消費者行政に対する国の支援については、Ⅲ. (ウ) の考え方に基づき、国が取り組むべき新たな政策課題を提示し、地方公共団体の取組を支援するとともに、これらの取組を全国的に展開していくことが求められる。今後も国は、高齢化・情報化・国際化を始めとして、社会情勢の変化によって生ずる新たな消費生活に関連する課題や、国による新たな政策の推進・制度変更に伴う課題、そして広域的又は行政分野横断的な連携の必要性に対応するために取り組むべき施策を提示し、それに積極的に取り組む地方公共団体を支援することにより、新たな消費者問題の解決につながる実効的な仕組みを構築する必要がある。

実効的な仕組みづくりに当たっては、新たな課題に中長期的に取り組むことが可能となるような事業期間の設定や、その際に求められるKPI等による進捗管理、先進的な地方公共団体における取組を横展開し全国に波及させることが可能となるような事業要件の設定などの観点を取り入れることが重

要である。それとともに、国は、地方公共団体とも連携しつつ、新たな消費者問題を抽出し、その被害等が全国に拡大しないよう、地方消費者行政と連携して取り組むべき新たな施策を、継続的に検討し提示していくことが必要である。

さらに、SDGs への対応など、これまでの消費者被害の防止からさらに一歩進んだ取組として、倫理的消費や食品ロス削減の推進、消費者志向経営などの新たな消費者行政に向けた取組も求められるところであり、このような新たな課題へと取り組もうとする意欲的な地方公共団体に対して支援することも必要となる。

これらの新たな課題に対応していく上で、消費生活センターや消費生活相談員などの地方消費者行政の基盤の維持・充実が今後も図られる必要があることから、課題への対応状況と併せて、地方消費者行政の基盤の整備状況についても定期的にチェックを行い、国として必要な検討を行っていく必要がある。