

令和 2 年 6 月 30 日  
消費者委員会事務局

## 報告書骨子 (案)

### 目次

#### はじめに

#### 第 1 現状

- 1 消費者問題の現状
- 2 地方消費者行政の現状

#### 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
- 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
- 3 消費者行政の重要性のさらなる増大

#### 第 3 20 年後の消費者行政が目指すべき姿

- 1 市町村、都道府県及び国が重層的に消費者の安全を守る消費者行政への転換
- 2 新たな支え合い見守り合う地域社会への転換
- 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
  - (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
- 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
- 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

#### 第 4 目指すべき姿の実現に向けた対応策

- 1 消費者行政主体の役割の変化と連携強化
- 2 地域社会の対応力強化
  - (1) 総合型行政化の推進
  - (2) 新たな見守り体制の構築・整備
  - (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
- 3 新しい消費者市民社会の形成に向けた対応策
  - (1) 安全安心な市場を醸成するための仕組みづくり
  - (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
  - (3) 高齢者が活躍する社会の構築
  - (4) Society5.0 を前提とした ICT・AI 等の活用
- 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

- 5 持続可能な消費生活相談体制の構築
  - (1) 広域センター化のさらなる推進
  - (2) 専門性の高い消費者問題への対応体制の構築
  - (3) 消費生活相談員の活躍の場の拡大
- 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
  - (1) 財源の確保
  - (2) 人的資源の活用
  - (3) 施策の効果を把握し、社会的資源を有効活用するための利活用できるデータの整備とその分析

おわりに

## はじめに

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の一つである。

もともと、我が国では、今後、人口減少、少子化・高齢化等の人口構造の変化が加速し、2040年頃には高齢者人口がピークを迎えることが見込まれている。また、地域では従来のコミュニティ崩壊の危機に直面し、顔の見えない匿名社会（非対面化、デジタル化）が拡大することで、都市部では高齢者単身世帯の増加や孤立化、地方部では過疎化が進み、「地域力」の低下が進むことが懸念されている。加えて、現在の試算では、2040年には900を超える市町村が消滅する可能性があるともいわれており、行政の対応力が低下することも念頭に置かなければならない。他方で、消費者問題は益々多様化・複雑化・高度化し、情報化、デジタル化の進展等により新たな消費者問題の発生も見込まれる。

さらに、直近では新型コロナウイルス感染症の拡大により、我が国においても大きな変化と対応を迫られ、消費者の消費行動に対する問題提起や、新型コロナウイルス感染症に付随した消費者問題の発生などの課題にも直面した。こうした感染症や、近年頻発する自然災害等によるリスクは、我が国が緊急に対処すべき重要な課題の一つである。

こうした過去に経験したことのない人口構造の変化、社会情勢の変化等により顕在化するであろう様々な課題に対処し、持続可能な消費者行政を実現するためには、これまでの施策の延長線上ではなく、10年後、20年後の将来を展望し、そこから見えてくる課題と、その課題を克服した理想の姿を想定した上で、現時点から取り組むべき対応策を整理する視点が重要である。

このような問題意識の下、消費者委員会は、令和元年6月に地方消費者行政専門調査会（以下「本専門調査会」という。）を再開し、直近の消費者問題や消費者行政の課題にも目を向けつつ、「2040年頃において地方消費者行政が役割を果たすためにどのような対応策が考えられるか」という、10年後、20年後を見据えた中長期的な視点から審議を行い、同年8月には中間的な論点整理を行った。また、かかる論点整理を踏まえ、地方自治体や、消費者行政に関わりのある事業者及び団体等からヒアリングを実施し（資料●）、さらに、伊集委員及び外部有識者の協力を得て、地方消費者行政の現況等に関するデータの分析を行い（資料●）、各論点について更なる審議を行った。本報告書は、これらの調査審議の結果を踏まえ、2040年頃を見据えて持続可能な消費者行政の実現のために採り得る対応策について整理を行ったものである。

なお、地方消費者行政における事務は多岐にわたるが<sup>1</sup>、本報告書は、その全てを対

---

<sup>1</sup> 地方消費者行政における主な事務としては、①消費生活相談（消費生活相談、あっせん等）、②消費者教育・啓発（出前講座の実施、教育・広報・啓発用パンフレット等の作成、高齢者の見守りの実施等）、③事業者指導・法執行（事前調査、立入検査、消費者志向経営の推進等）、④その他（消費者事故等の情報収集・提供、消費者団体支援等）が掲げられる。

象とするものではなく、主として消費生活相談、消費者教育・啓発、消費者事故等の情報収集・提供(PIO-NET<sup>2</sup>への入力等)にかかる事務等の維持・発展を図ることを念頭に置き、調査審議の結果を取りまとめたものである。

## 第1 現状

### 1 消費者問題の現状

- ・消費生活相談件数は、PIO-NET整備当時(1980年代半ば)には年間10万件程度であったものが、現在では年間約90~100万件程度に増大。苦情相談件数は高止まりで推移している。また、2019年の潜在的な被害額は4.7兆円となっている。
- ・この間、2009年消費者庁創設により地方消費者行政を強化したが、その後も被害は減少していない。
- ・規制緩和と政策の進展による事業者の競争激化や、急速な情報化、デジタル化、グローバル化の進展等の社会情勢の変化に伴い、消費者問題が多様化・複雑化・高度化・グローバル化、さらには非対面化し、悪質商法の手口も巧妙化している。
- ・若年者には消費生活センターに相談しない傾向もみられる。他方、高齢者においては、高齢者人口の増加率を被害の増加率が大きく上回っている。
- ・近年は消費者行政の予算・職員の減少や、地域のコミュニティの機能の縮小、コミュニティ意識の希薄化等の要因により、行動する消費者の育成・支援が停滞している。
- ・2020年における新型コロナウイルス感染症の拡大により、我が国の社会情勢は極めて大きな変化を余儀なくされ、多くの消費者問題も発生した。また、近年は大型台風や集中豪雨、地震等の自然災害が頻発し、水害や電力等のインフラ障害等の被害をもたらしており、これらに関連した消費者問題も発生している。こうしたリスクは、我が国が常に向き合わなければならない課題であり、これからの消費者問題を検討するに当たっては、緊急に対処すべき重要な課題として認識すべきである。

### 2 地方消費者行政の現状

- ・消費者庁は、2015年3月に「地方消費者行政強化作戦」<sup>3</sup>を策定し、各種の取組を進めてきた。2020年4月に「地方消費者行政強化作戦2020」<sup>4</sup>を取りまとめ、具体的な政策目標を掲げ、地方の自主性・自立性が十分発揮されることに留意しつつ、地方消費者行政の充実・強化に向けた取組を推進している。

---

<sup>2</sup> PIO-NET(パイオネット、全国消費生活情報ネットワークシステム)とは、独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースである。

<sup>3</sup> 政策目標として、相談体制の空白地域の解消、消費生活相談体制の質の向上、適格消費者団体の空白地域の解消、消費者教育の推進、見守りネットワークの構築を掲げ、重点的に推進。

<sup>4</sup> 政策目標として、さらに法執行体制の充実、地方における消費者政策推進のための体制強化を加え、新たな数値目標を設定。

- ・地方消費者行政に係る予算額は、1990年代後半以降に大きく減少したが、2009年の消費者庁発足以降は、地方交付税交付金や基金・交付金等の拡充もあり、下支えされている。
- ・消費者庁から地方自治体への交付金は、「地方消費者行政活性化交付金（基金）」、「地方消費者行政推進交付金」、「地方消費者行政強化交付金」と変遷。土台作りから充実・強化の段階へとフェーズが移行している。
- ・他方で、地方自治体では、限られた予算の中で、医療、福祉、介護等の需要の増大が著しい行政分野への対応に迫られており、消費者行政の優先順位は必ずしも高くない。強化交付金等が補助対象とする政策メニューも、地方自治体側のニーズとの間でミスマッチが生じているとの声も聞かれる。
- ・地方自治体において消費者行政に携わる行政職員数も減少している（2008年5,646人→2018年5,209人（8%減少））。
- ・地方自治体は、消費生活相談員の確保に苦慮している。その要因としては、地方部は資格試験向け講習の受講機会の不足、都市部は処遇の低さ、雇用の不安定さ等が考えられる。
- ・消費者行政部門は、地域の消費者・住民が身近な課題を学びながら行動する人材育成を通じて、地方自治体の各部門の連携や、地域の各分野の民間関係者との連携を進めるコーディネーター役となることが求められている。
- ・相談体制の広域化が進む中で、市町村と都道府県の役割分担が不明確になり、身近な問題への対応力が衰えるとともに、率先して先進的な問題に対応する自主性自立性が衰えている。
- ・消費者問題の複雑化、広域化、グローバル化が進んでいるにも関わらず、国の対応は限定的なものに留まっている。

## **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**

<課題>

- ・今後も出生数減の傾向が継続することで人口減少は加速し、2065年まで人口減少が続く見通し。高齢者人口は、2040年頃に向けて益々増加し、高齢化率も約40%に達する。認知症<sup>5</sup>患者の数も医療の進展が無い限り増え続ける見込み。今後、高齢化や過疎化がさらに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体化など、「地域力」が低下する懸念がある。これらにより、消費弱者が増加することが予想される。

---

<sup>5</sup> 認知症の有病率は年齢が上がるとともに上昇し、80歳以上では約20%を超え、90歳以上では約60%以上となる。（厚生労働省「高齢者の認知症実態調査」（2014年6月発表））

- ・単身世帯の増加、地域力の低下、コミュニケーションの取り方の変化、消費の変化を背景に消費者は孤立化を深める。
- ・デジタル情報化、グローバル化の進展や、高齢化、従来のコミュニティ崩壊の危機もあり、顔の見えない匿名社会（非対面化、デジタル情報化）が拡大し、消費者は消費者被害に遭いやすい状態に置かれ、消費者にとって極めて危険な社会が一層拡大する。また、消費者問題が広域化し、甚大な被害を受けるケースが増える。
- ・消費者問題の多様化・複雑化・高度化・グローバル化が進み、相対的に国民個人の対応力が低下する。
- ・匿名社会（非対面化社会、デジタル情報社会）につながる電子商取引の急激な拡大と実店舗の存廃に伴う消費者問題が出現する。
- ・消費者問題は、もはや一つの地域にとどまる問題ではなく、我が国全体、世界に通ずる問題（消費者問題の「広域化」）となるため、一部の地方での局地的な対応では対処が難しくなる。
- ・生活の問題は多様化しており、消費者としての問題のほか、経済的問題や健康面での課題等、一人で複数の問題を抱える消費者が増えることが想定される。

#### <展望>

- ・ICT・AI技術の更なる進展により多くの消費者問題を解決できる可能性がある。
- ・医療の進歩、ICT・AI技術の更なる進展による移動手段や生活面のサポートにより、高齢者のライフスタイルは、現在に比べ良い意味で変化を遂げ、活発な高齢者の増大につながることも予想される。
- ・「人生100年時代」の進展で、社会に積極的に関わっている高齢者が増加する。消費者としての存在感が大きくなることで、活動的な高齢者をターゲットとした新たな市場の登場や、活発な消費活動で全体の消費を刺激するような、経済へのプラスの効果も予想される。

## 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

#### <課題>

- ・生産年齢人口の減少により人手不足が深刻化する。行政に関わる人材の確保がますます困難になり、行政サービスの供給の制約要因となるおそれがある。
- ・地方自治体の予算全体の縮小や、医療、福祉、介護等の分野で予算や人材需要が増加することに伴い、それ以外の行政分野では、予算の拡大や行政職員の確保が一層難しくなる。
- ・消費者行政に係る予算、消費者行政を担う職員、消費生活相談員をはじめとする消費者行政に関わる専門人材の確保もますます困難になる。
- ・孤立化、過疎化、さらには非対面化に伴う地域におけるコミュニティの喪失により、地域における課題の解決力が低下する。

## <展望>

- ・ICT・AI技術を消費者行政に効果的に取り入れ、活用することにより、多くの消費者問題が解決される可能性がある。
- ・多くの地方においては、豊かな自然や伝統文化、民芸品等の魅力ある資源を有し、安全安心な食品の供給が可能なことから、外国人を含む観光、人的交流の更なる活性化や良質な消費活動の実践の場として期待される面もあり、地産地消を含むエシカル消費<sup>6</sup>等に関する地方ならではのユニークな取組を継続・発展させることにより、健全な消費社会が構築され発展する可能性がある。地方消費者行政の充実と健全な消費社会の発展から、SDGs<sup>7</sup>の地方における更なる進展が期待される。

### 3 消費者行政の重要性のさらなる増大

- ・消費者行政の目指すべき目標は、消費者被害の未然防止、被害救済等への対応のみならず、安全安心な消費環境を備えた消費社会の実現でもある。
- ・20年後を見据えると、消費者問題の多様化・複雑化・高度化・グローバル化やICT・AI技術の進展による匿名社会、デジタル情報社会の拡大にさらされる消費者に対し、国、地方自治体、地域コミュニティ、個人の対応力は低下することから、新たな消費者行政の在り方を模索すべきである。
- ・2020年の新型コロナウイルス感染症の世界的な規模拡大や地震・台風等の大規模災害の経験を踏まえ、今後同様の緊急事態が発生する可能性に備え、こうした事態における消費者問題に対応可能なインフラ整備を含む体制を構築する等、危機対応としての消費者行政を早急に構築すべきである。
- ・安全安心な消費者市民社会の実現に関連して、地産地消を含むエシカル消費の重要性も一層高まっている。2030年を目標年次としたSDGsの理念をさらに継続・進展させ、責任ある持続可能な消費と生産や安全安心な市場を、国内において醸成することは必要不可欠となる。
- ・20年後は高齢化率が約40%に達しており、高齢者が安全安心に生きがいをもって豊かな消費生活を送ることができる社会を実現することも求められる。
- ・こうしたことから、20年後に向けて、消費者行政の重要性は確実に一層増大する。我が国全体で20年後を見据えた消費者行政充実・強化へ向けた取組を直ちに行うべきである。

---

<sup>6</sup> エシカル消費（倫理的消費）とは、地域の活性化や雇用等を含む、人や社会・環境に配慮した消費行動。消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと

<sup>7</sup> 持続可能な開発目標（SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS）。「誰ひとり取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を年限とする17の国際目標。2015年29月の国際サミットで全会一致で採択。

### **第3 20年後の消費者行政が目指すべき姿**

#### **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**

- ・消費者行政は、消費者からの相談を受けること、福祉や警察との連携、消費者教育等、人へのサービスに係るものであり、こうしたサービスは住民に最も身近な市町村が担うことがふさわしいとされ、消費者安全法にもそのように規定されている。しかし、人口減少、高齢化が急速に進展していることから、20年後には、身近な相談業務や見守り活動等の消費者行政の基本は引き続き市町村に置きながらも、全てのサービスを市町村が担うことが原則とされた方向性を見直し、市町村、都道府県及び国の役割を明確化しつつ、市町村、都道府県及び国が有機的に連携し、それぞれが補完し合う消費者の安全安心を重層的に守る行政体制へ転換している。この点について、総務省の第32次地方制度調査会においても、2040年を見越し、都道府県による市町村に対する補完・支援の役割について、これまで以上にきめ細やかな補完・支援の必要性について触れられている。消費者行政分野においても同様の考え方・方向性で取り組む必要がある。
- ・消費者問題の多様化・複雑化・広域化・グローバル化が進んでいるにも関わらず、国の対応は限定的なものに留まっている。20年後には、消費者行政が国民の暮らしの安全安心を守る重要な行政分野の一つであるとの認識が共有され、地方自治体における解決策の模索を地方自治体に任せきりにされずに、必要に応じて市町村、都道府県及び国が一体となって取り組む枠組みが構築されている。

#### **2 新たな支え合い見守り合う地域社会への転換**

- ・孤立する消費者や、認知症や障害のある脆弱な消費者等が安全安心に消費生活を営むことができるよう、20年後には、行政部門は地域における安全安心を守る視点で連携し、地域の様々な主体とつながりをもってすき間の無い見守り体制が構築され、消費者問題の掘り起こしにもつながっている。
- ・行政のほか、相談員、消費者サポーター、民生委員・児童委員、消費者団体、地域の課題に取り組む事業者がつながりを持ち、地域の資源をつなげ、コーディネートを行う機能が都道府県等を中心に確立されている。この点について、総務省の第32次地方制度調査会においても、2040年を見越し、様々な主体が組織の枠を超えてサービスの提供や課題解決の担い手として一層関わっていくことが必要とされている。消費者行政分野においても同様の考え方で取り組むべきである。
- ・高齢者を含む消費者自身が、見守られるだけでなく見守りの担い手となり、真に支え合う地域社会が形成されている。



### 3 複雑多様化した消費者問題から自らを守ることでできる消費者市民社会の形成

#### (1) 安全安心な市場

- ・消費者市民社会の環境面として、20年後には、ネットや実店舗等どこで購入しても安全安心な市場が醸成されている。
- ・高齢者は弱者として捉えられがちであるが、世界保健機関（WHO）の定義に従い65歳以上を高齢者とするならば、20年後においては今の45歳以上が高齢者となり、ICTに慣れ親しんでいる世代である。また、「人生100年時代」に突入し、平均寿命・健康寿命ともに伸長傾向にあることを考えると、20年後においては、健康的で社会に積極的に関わる高齢者が増加することが予想される。そのため、高齢者は活動的な消費者として自由な消費活動を行い、経済を刺激する存在になっている。このことから安全安心な市場の醸成が不可欠である。
- ・今後も観光・ビジネス等様々な目的で訪日する外国人が増加することが予想されることから、日本人と同様に安全安心な消費生活を営むことができるよう、外国人にとっても安全安心な市場となっている。
- ・安全安心な市場においても、消費者被害の発生は予想される。問題が多様化・複雑化・高度化・グローバル化していく中でも、適切かつ迅速に被害に対応できるよう、救済制度が整備されている。

#### (2) 自立した消費者による消費者市民社会

- ・消費者教育推進法では、消費者市民社会について、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義しており、20年後にはこうした社会が実現されている。
- ・2030年を目標年とするSDGsの展開や地産地消を含むエシカル消費等を意識した良質な消費行動をとることが健全な市場形成、社会発展を促進し、最終的に自らを守ることにもつながることを意識しながら、主体的に行動する社会となっている。

#### (3) 高齢者も担い手として支える消費者市民社会

- ・20年後には、高齢者が消費者として活発に活動すると同時に、高齢者が生産者、労働者として社会と関わりを持ち続け、見守り側としても活躍している。
- ・高齢化が進む我が国では、消費者分野においても世界でいち早く様々な問題に直面していると言える。高齢者の活躍を推進し、先進的事例を生み出し、消費者分野を含めた世界の高齢者問題を解決する主導的立場を目指す。

#### (4) 安全安心な市場と自立した消費者を支えるICT・AI技術

- ・ICT・AI技術により、20年後には、以下のような安全安心な消費生活が保障されている。
- ・消費者が主体的に、かつ簡単に情報を得られる。
- ・消費者被害の未然防止、被害回復に役立つ情報に自然と触れられる。
- ・多様化・複雑化・広域化・グローバル化する消費犯罪に迅速に対応されている。
- ・市場が常時モニタリングされ、安全安心に市場が機能する状態が保たれている。
- ・消費者が遠方からも行政や消費生活相談員等とすぐに簡単に相談できる。

#### 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

- ・新型コロナウイルス感染症や大規模自然災害により、消費者行政が対応すべき新たな課題、局面が出現した。消費者行政は「危機管理」の側面からもますます重要となる。
- ・感染症、自然災害等の危機下において、消費者保護、消費者支援、地域とのつながりが維持・確保され、消費者を孤立させない社会、危機下において発生が予想される消費者問題を未然に防ぐことができる社会等、20年後には、今後同様の感染症や自然災害等の発生に備え、消費者の安全安心が確保された社会が実現している。

#### 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

- ・20年後には、都市部や過疎地域等地域を問わず、いつでも誰でも、安心して相談できる体制が構築されている。同時に、新型コロナウイルス感染症で経験したような社会情勢の変化にも柔軟に対応できる相談体制が構築されている。
- ・地方消費者行政では、多様化・複雑化・高度化・グローバル化する消費者問題に対し、相談から解決までの一貫した対応力が整備されている。警察との連携や、訴訟を見据えた対応を行う各分野の専門家との連携ができる状況にある。また国境を越える消費者問題にも対応できる。
- ・国においても、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が整備されている。

#### 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

- ・目指すべき姿を実現するため、20年後には、必要な社会的資源（人、モノ、金等）が確保され、有効に活用されている。財源、人的資源等様々な資源を行政だけで調達することは難しいため、様々な担い手が協力している。

## **第4 目指すべき姿の実現に向けた対応策**

### **1 消費者行政主体の役割の変化と連携強化**

- ・市町村は総合型行政の主役として、他の行政分野、消費者団体、事業者と一体となって、現場レベルで総合的な対応を行う。都道府県は、広域的な相談体制の確立を市町村と連携して行う。
- ・都道府県は、市町村単独では対応できない相談に対応すべく、消費生活相談員、弁護士、消費者団体等必要な関係者と協働で解決する実践的な対応力を備えた体制を構築・整備する。これらを実行するために、連携の核となる「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を主として都道府県単位の設置する。
- ・国は、地方自治体による有機的連携、総合型行政の実現を促すための仕組み作りを行う。また、多様化・複雑化・広域化・グローバル化した新しい消費者問題への制度的対応等に機敏に対応できる組織作りを行う。

### **2 地域社会の対応力強化**

#### **(1) 総合型行政化の推進**

- ・市町村及び都道府県は、限られた資源を有効活用するため、福祉、医療、警察、教育行政とつながり、一体となる総合型行政化を進めていく。
- ・つながる行政においては、連携の核となる「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を中心に、相談員、消費者サポーター、民生委員・児童委員、消費者団体、地域の課題に取り組む事業者ともつながりを持ち、地域の資源をつなげ、コーディネートする役割を担う。
- ・こうした取組を通じ、市町村は、総合的な対応力を向上させ、地域住民に近いところで安全安心な生活を確立する総合型行政の主役となる。
- ・市町村及び都道府県は、消費者行政担当職員をしっかりと配置し、福祉、医療、警察、教育行政との連携に本気で取り組む。国は、関連する他分野を所管する省庁と協力し、市町村及び都道府県の体制の構築・整備を支援する。

#### **(2) 新たな見守り体制の構築・整備**

- ・総合型行政化の連携の核となる「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、既存の消費生活センターや広域センターの機能に止まらない機能を持ち、都道府県レベルでの設置が望ましい。
- ・コーディネート機能の他に市町村の消費生活相談員の支援を行う機能を持ち、市町村単独では解決が難しい専門性の高い消費者問題等を解決する機能も持つ。
- ・「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、行政職員と消費生活相談員業務のエキスパートを配置し、一体となってその機能を果たす。
- ・市町村及び都道府県は、「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」と共に、各団体との連携体制の構築・整備を進める。国は、関連する他分野を所管する省庁と協力

し、市町村、都道府県及び「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」による連携体制の構築・整備を支援する。

- ・行政が地域コミュニティの現状を把握し、ネットワークづくりのためのマッチング機能を担う。コミュニティの中で活躍する人材に地域の住民をサポートする役割を担ってもらい、こうした人材や団体の情報を消費者生活センターや「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」に集約する等の拠点機能を追加する。
- ・事業者については、地域社会に配慮して活動する健全な事業者には、活動の担い手として市町村及び都道府県が中心となり一層の協力を求める。一方で、悪質事業者に対しては、国が中心となり指導や法執行等、適切な対応を取れるように体制を整備する。

### （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

- ・消費者が消費者としてはもちろん、消費者の見守りの担い手としても元気に活躍する地域社会を作り地域力を高める。そのためには、担い手としての高齢者の活躍が必要である。また、高齢者だけでなく現役世代や若年者も含めた消費者全体に対する啓発・教育を一層強化し、互いに支え合い見守り合えるよう知識のある消費者を拡大し、地域力の基盤を構築していく。
- ・そのうえで、さらに担い手として活躍する知識のある消費者を消費生活相談員候補として育成・確保する。特に高齢者にはその役割が期待されるため、高齢者の関心を高められるように、高齢者の活躍し易い環境づくりについて資格制度の見直し等を含めて国が検討を進める。現在活躍している消費生活相談員についても、意欲のある相談員については年齢制限を定めず積極的に継続雇用・再雇用できるよう雇用制度の見直しを行う。
- ・自治会等地域社会の既存のコミュニティや、SNS等ネットワーク上のコミュニティにおいて、消費者が支え合い見守り合う新たなコミュニティを形成していくために、知識のある消費者が地域のコミュニティやネットワーク上のコミュニティを作る際や、コミュニティへ参加した際へのサポートを行う。
- ・市町村、都道府県及び国は、相談情報や注意喚起情報等コミュニティへ提供可能なコンテンツを作成し提供する。
- ・担い手となる知識のある消費者を拡大するため、民生委員・児童委員、消費者サポーター、特定適格消費者団体・適格消費者団体等の消費者団体、地域の課題に取り組む事業者等は相互に連携し、また市町村、都道府県及び国とも連携し、啓発・教育活動を行う。
- ・若年者に対しては、小学校・中学校・高等学校での消費者教育を一層強化すると共に、現在手薄となっている大学・専門学校における消費者教育について、国が関連する省庁と協力し、教育体制を構築・整備する。2020年4月からの成人年齢の18歳への引き下げに伴い、クレジットカードやローン等の金融知識に関する消費者教育を着実に継続して実施する。

- ・事業者に対しては、地域の人々や行政とともに地域の問題を解決し、社会貢献がし易くなるような体制の整備を国が主導して、市町村及び都道府県と連携して行う。

### 3 新しい消費者市民社会の形成に向けた対応策

#### (1) 安全安心な市場を醸成するための仕組みづくり

- ・安全安心な市場を醸成するため、消費者が安全安心のお墨付きを得た商品・サービスであることを一目でわかるようにする。例えば、消費者が安全安心な商品やサービスを識別できる認証制度や、実践的で先進的な消費者教育等の取組を評価する表彰制度を導入する。実施主体は国、NPO等が考えられるが、認証・表彰制度の効果を上げるためには国民一般への浸透が鍵であることから、民間事業者や地方自治体等を制度の支援者として巻き込み、様々な業界が一体となって運営する。それにより、発信力を高め、認知度を上げ、消費者の安全安心な商品やサービスを選択する意識を高められる。また、この認証を受けた商品・サービスを専門に取り扱うショッピングサイトを作り、安全安心な購買を保障する。
- ・ICT・AI技術を活用することにより、過去の被害データ等を分析し、消費者が自ら商品やサービスの安全性を測ることができるツールを導入する。例えば、これまで蓄積されてきたPIO-NETのデータ等を分析し、消費者が自主的かつ簡単に安全性を見分けられるような、商品ジャンル別や契約形態別等のリストを作成し、携帯端末等で手軽に判別でき、注意喚起を促すようなシステムを構築する。
- ・安全安心市場の構築について、消費者側とプラットフォーム側の双方が、商品・サービス等の安全性についてチェック機能を働かせる体制を整備する。
- ・スマートフォンなどのICT機器の恒常的利用に伴い、消費者問題の解決策や被害事態などの情報提供、信頼できる関連サイトや対人相談窓口への紹介機能等を併せ持つ行政主体の消費者問題についてのサイトを設立・運営する。
- ・安全安心な市場の醸成には、市場で活動する民間事業者や暮らしの安全安心を支えるNPOの協力が不可欠であり、行政部門は、特に消費者分野の課題に敏感で、SDGsや地域の課題解決に取り組んでいる民間事業者やNPOとの協働を進める。
- ・国や地方自治体は、特定適格消費者団体や適格消費者団体等の消費者団体、NPO、民間事業者、あるいは消費者分野に限らない地域の団体・ネットワーク等を消費者行政における官民連携の連携先として育成を進める。
- ・消費者被害に適切かつ迅速に対応できる救済制度を整備する。この際、外国人被害者の救済も考慮に入れた体制を構築する。

## (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

- ・誰もが等しく豊かな消費生活を営むことができ、SDGsの目指す「誰一人取り残さない」持続可能な消費者市民社会を目標年次の2030年までに実現し、かつ継続・進展するため、エシカル消費の普及・啓発を含む消費者教育・啓発活動を徹底して行う。国、地方自治体、消費者教育を担う消費者団体、民間事業者等は、従来の取組を点検し、多様化・複雑化・広域化・グローバル化する消費者問題に合わせて時宜に適った内容に高度化し、主体的な行動を促進するような実践的な内容を充実させる。
- ・幼児教育・小学校・中学校・高等学校・大学・大学院・社会人教育とそれぞれの教育課程に適した消費者教育を実践する。また、消費者分野は、地域社会、行政、法律、金融、経済、情報通信技術等、あらゆる分野の総合的な知識を要求されることもあり、大学・大学院において消費者分野に関連する知識や模擬相談対応などの実践経験を集中的に習得できる課程を創設する。そのための教育者の育成も行う。
- ・国や地方自治体は、消費者教育の分野でも、オンライン教育の環境整備を一層進める。

## (3) 高齢者が活躍する社会の構築

- ・高齢者となってもリタイアせず、消費者に優しい生産を続けていくことや、地域の見守り活動や相談員として活動を続けられる環境を醸成する。例えば、現在活躍している消費生活相談員で意欲のある相談員については年齢制限を定めず積極的に継続雇用・再雇用できるよう雇用制度の見直しを行う。
- ・安全安心な市場が脅かされていないか、高齢者で構成された組織が、これまで培った知見を活かし安全性についてモニタリングする。
- ・高齢者が活躍するための基盤整備として、若者を中心とした現役世代によるサポート体制を構築する。

## (4) Society5.0<sup>8</sup>を前提としたICT・AI技術等の活用

- ・全ての消費者が時間や場所、内容、方法に制限されることなく、自由にかつ簡単に学ぶことができ、情報共有できる仕組みを導入する。
- ・ICT・AI技術等を活用して継続的にモニタリングを行う。なお、全てをこれらに任せておけばよいものではなく、ICT・AI技術等がマクロな事象を発見・分析し、個別の細かい問題は人の目でチェックする。
- ・複雑多様化、国際化する消費犯罪に迅速に対応するため、AIによる犯罪の早期発見と注意喚起により、被害を未然に防ぐ。
- ・グローバル化に伴い増加する訪日・在日外国人の消費者問題について、AIの活用による多言語対応措置を図り外国人対応体制を強化する。

---

<sup>8</sup> サイバー空間とフィジカル（現実）空間を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）。

- ・データを活用するという観点から、相談情報等をビッグデータとして集積し、それをベースにA I 等様々な技術を活用することで、より早い段階で注意喚起、予防策、解決策に活かす。これを実現するために、行政機関や国民生活センター、各地の消費生活センター等に集まる相談情報や収集したデータを、民間の研究者や消費者が有効に活用できるようにする。また、これまでのデータは、一般での活用を想定していないものであることから、データの必要項目やデータ収集体制等を一般の活用を前提に再構築する。
- ・若年人口の減少等に伴う地方とりわけ大都市以外の地方における情報技術者の慢性的不足に対応するため、官民を行き来する柔軟なキャリアパス、複数の地方自治体による情報技術者等の専門人材の共同活用などの人材供給システムを確立する。
- ・I C T・A I 技術等の有効活用による消費者問題への対応や解決を図りつつも、対面相談・解決の手段は確保し、とりわけ認知症患者や障害者等に向けた対策に十分配慮する。
- ・行政においては、消費者が遠方からも行政の担当者や相談員等とすぐに簡単に相談できるように、最新の通信技術を利用したコミュニケーションツールの利用を促進する。
- ・現状、地方自治体においては、スマート行政が進展している地域においても消費者行政に活用されているケースは少ない。他方で、消費者行政への活用が考えられるものは十分存在している。大きな投資・負担が必要となることが多いI C Tにおいて、地方自治体の消費者行政部門が単独で開発・維持していくことは現実的ではない。地方自治体内の他の行政部門が持っているI C Tリソースを点検・発掘し、それを消費者行政においても積極的に利用していくことを考えるべきである。
- ・加えて、I C Tに関わる投資・負担を、誰が何にどのように投資していくのか、将来に向けて今実施しておくべくことは何かという観点で、地方自治体だけでなく国も一体となり、効率的・効果的な投資の検討を進める必要がある。この点については、総務省の第32次地方制度調査会においても、2040年を見越し「行政のデジタル化について」将来に向けた議論が進められ、I C T基盤の全国利用・共同利用について国が一定の役割を果たす意義について触れられており、消費者行政分野においても同様の考え方・方向性で取組を推進していく必要がある。
- ・消費者庁においてもすでに「地方モデル事業」の推進に着手しているが、地方消費者行政現場でのI C T活用のモデルとなる取組発掘と全国展開等を継続して推進していく必要がある。
- ・予測することが難しい将来の技術発展に対し適時適切に対応できるように、消費者行政におけるI T専門人材の確保や職員育成の在り方についても検討を進める必要がある。

#### 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

- ・感染症、自然災害等の危機下において、消費者保護、消費者支援、地域とのつながりが維持・確保され、消費者を孤立させない社会、危機下において発生が予想される消費者問題を未然に防ぐことができる社会等、今後同様の感染症や自然災害等の発生に備え、消費者の安全安心が確保された社会の実現に向けて取り組む。
- ・2020年の新型コロナウイルス感染症拡大に伴い発生したネット情報の拡散がもたらす日用品・食品の買い溜めや、慢性的なマスク・消毒液などの品不足、価格高騰などの消費者問題、台風や集中豪雨、地震等の自然災害やこれに伴う水害や電力等のインフラ障害等の被害に関連した消費者問題について、原因等を分析し再発防止策を講じる。
- ・コロナ禍を経て、緊急時にも対応できる体制づくりを行う必要がある。市町村及び都道府県は、平時から危機発生時の対応マニュアルの作成や、高齢者や生活困窮者等の弱者への支援を行う行政部門や民間事業者、NPOと連携した体制を構築する。
- ・国は市町村及び都道府県と協力して、危機下において、消費者に最新で正しい情報を提供するための情報発信インフラ・組織を整備する。また、地方自治体に助言を行うなど、危機下においては司令塔的な役割も担う。
- ・国は、危機下において消費者の混乱を招くような事業活動や犯罪をモニタリングし、迅速に取り締まりができるように、必要な法令の見直しを行う。

#### 5 持続可能な消費生活相談体制の構築

- ・持続可能な消費生活相談体制の構築に向け、2つの視点の機能を持つ組織を構築する。1つは、従来から存在している小規模市町村、中山間地域等が広域拠点とつながる広域センター。もう1つは、グローバル化や複雑化した消費者問題に対応可能な新たな専門機能、専門家集団である。専門機能は、前述した「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」に付与し、当該組織は、コーディネート機能の他に市町村の消費生活相談員の支援を行う機能や市町村単独では解決が難しい消費者問題等を解決する機能を持つ。「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」には、行政職員、消費生活相談員業務のエキスパート、弁護士等とつながる機能を付与し、専門家集団として機能発揮を果たす。

##### （1）広域センター化のさらなる推進

- ・過疎地域、小規模市町村の相談体制の広域連携を進める。人口減少社会を迎える中で、持続可能な消費者行政サービスを提供していくため、地方自治体間の新たな広域連携を推進する。市町村の相談窓口、広域センターの相談窓口では、住民に寄り添う相談窓口を維持するだけでなく、ICT・AI技術等の活用により、すき間の無い相談窓口体制を構築する。



- ・その際、都道府県や「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、広域の見地への配慮を必要とする相談対応、市町村相談員のバックアップ・指導・研修等による育成や専門人材の育成、登録制等を担い、都道府県の行う補完事務の役割を高める必要がある。政令市、中核市では、専門人材の育成や、専門家集団との連携による問題解決等、広域的な役割以外を都道府県と同様のレベルで担うことも考えられる。

## （２）専門性の高い消費者問題への対応体制の構築

- ・都道府県や「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、市町村単独では対応できない相談に対応すべく、市町村の相談窓口や既存の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と協働で解決する実践的な対応力を備えた体制を構築・整備する。
- ・国は、都道府県域を超え、早期に対応が必要な広域的問題や国際的な問題にも迅速に対応できるような組織体制を構築する。新型コロナウイルスへの対応のために設置された「クラスター対策班」のような消費者問題に対応する専門家集団を設置し、都道府県や「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」に対する支援を機動的に実行する。
- ・市町村の相談窓口が相談業務に集中して取組むために、あっせん業務の一翼を担う適格消費者団体、特定適格消費者団体の活動をさらに充実させる。そのため、国は消費生活相談窓口と適格消費者団体・特定適格消費者団体との連携のさらなる強化を行う。

## （３）消費生活相談員の活躍の場の拡大

- ・市町村の相談窓口は、相談業務の最も基本となる機能である。その相談窓口を地域に密着したものとして全国で維持するため、官民連携による相談窓口の運営も選択肢の一つとして検討する。市町村の相談窓口業務を特定適格消費者団体・適格消費者団体等の消費者団体やNPOなどに業務委託することや、消費生活センターへの指定管理者制度の導入について検討する。消費生活相談員の活躍の場が広がるとともに、複数年にわたる指定管理により、職員の異動が多い市町村に代わって専門団体にノウハウを蓄積していくことが可能となる。
- ・市町村は相談対応の質の維持向上や公平性・中立性の確保のため、委託先や指定管理者に対して必要な連絡・指導を行う。都道府県は、業務委託に関する市町村の支援を行う。また、市町村、都道府県及び国は、相談対応の質を担保するため、委託先や指定管理者となりうる消費者団体やNPOなどを育成・支援する。
- ・「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、消費者行政の中心的な担い手である消費生活相談員が活躍する場の確保・拡大に資するよう市町村の相談窓口や広域センターと同様に、委託先や指定管理者となる消費者団体やNPOなどへのサポートを積極的に行う。

- ・消費生活相談員の身分について、活躍の場を広げ、雇用先の有無や個別の処遇制度の影響を抑えるべく、見なし公務員制度など選択肢の拡大についても検討を行う。国は、雇用先となる市町村や都道府県、消費者団体等において、それぞれの実情に合わせられかつ知識の維持や活躍の場が広がるよう、選択肢の拡大や体制の整備について検討を進める。

## 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

- ・地方交付税の基準財政需要額の算定において、地方消費者行政に係る金額は 270 億円に増額されたが、現在の地方自治体の予算編成では、医療、福祉、介護等に優先的に予算が配分され、結果的に消費者行政に十分な予算措置が講じられていないという大きな課題に直面している。もともと、前述した各取組の効果を最大限引き出し、持続可能なものとするためには、財源及び人的資源による裏付けが不可欠である。
- ・今後、人口構造や社会情勢の変化等に伴い、財源及び人的資源に限られる中で、こうした裏付けを考えるに当たっては、行政資源の分配という狭い視野ではなく、行政・民間の双方の財源、人的資源（社会的資源）の確保及び活用というより広い視野で考えるべきである。その上で、行政から民間への委託についても、行政の歳出削減という観点のみからではなく、民間資源の有効的な活用の視点から取組を実行していくべきである。

### (1) 財源の確保

#### <行政による財源措置>

- ・消費者行政は国民の暮らしの安全安心を守る重要な行政分野の一つである。地方自治体による有機的連携、総合型行政の実現への支援や、新しい消費者問題に機敏に対応できる組織作りなど、国には消費者行政の充実に向けた全体的な基盤整備が求められる。財源においても、従来の地方消費者行政強化交付金等の措置に限らず、地方交付税措置の更なる充実やその見直し、「国と地方が共通の利害を有する事務」<sup>9</sup>として必要な範囲での国庫負担金化など、地方分権の推進や地方自治の発展という視点に配慮しつつ、持続可能な消費者行政の実現に向けて、国による様々な措置を検討し、各施策の基盤となりうる最適な財源の在り方を検討する。
- ・また、地方自治体は、官民連携や持続可能な相談体制の構築・運営を実施する責任を有しており、地方自治体も独自に財源確保に向けた検討を行う。例えば、課税自主権（超過課税・法定外税）の活用も選択肢の一つである。ただし、地方自治体間の財政

<sup>9</sup> 地方財政法（昭和三十二年法律第九号）

（国がその全部又は一部を負担する法令に基づいて実施しなければならない事務に要する経費）

第十条 地方公共団体が法令に基づいて実施しなければならない事務であつて、国と地方公共団体相互の利害に関係がある事務のうち、その円滑な運営を期するためには、なお、国が進んで経費を負担する必要がある次に掲げるものについては、国が、その経費の全部又は一部を負担する。

一～三十四 （略）

力の差が出るため、国の地方交付税による財源保障がなされているなど、地方自治体間で消費者行政の水準に大きな差が生じない等一定の留意が必要である。

- ・行政の財源確保の施策として、消費者問題への取組への支援と、認証制度の認知度向上につながることを意図し、「ふるさと納税」の仕組みを参考にする。例えば、用途を消費者救済や教育、高齢者見守り等の取組としたり、認証制度を受けた商品やサービスを返礼品とする。
- ・こうした公的財源の確保・充実にあたっては、消費者でもある国民や事業者の理解と協力が必要となる。そのため、国及び地方自治体には、消費者行政の必要性及び重要性を、国民や事業者に向けて十分に説明していく。

#### <民間も含めた財源確保の具体例>

- ・クラウドファンディングを活用していく。ふるさと納税とは違い、消費者団体等も主体となって実施できる点で、公的財源に頼らず、柔軟でユニークな取組の展開が可能となる。
- ・消費者分野の基金を設立し、積立、運用により持続可能な資金を確保する。また、福祉分野でよく見られるが、従業員や退職者等を対象とした企業内基金の設立、行政が民間事業者に働きかけることも行う。
- ・認証制度を受けた商品やサービスの価格に消費者分野の取組に対する寄付分を上乗せし、消費者が支えあう仕組みにする。
- ・20年後に向けた、固定観念に捉われない柔軟な思考で、社会的資源の確保及び活用を考えていく。

## (2) 人的資源の活用

- ・人材が希少化する中で、地域や組織の枠を越えて人材をシェアしていく考え方が重要である。例えば、消費者問題に意識のある民間人材が、行政や消費者団体、NPO等で働く、あるいは、行政人材が、民間事業者、消費者団体、NPO等で働けるよう、出向、副業、転籍等の柔軟な雇用形態をより一層推進していくことが考えられる。
- ・行政実務や政策に通じた地方公務員やその退職者が、公務以外で消費者分野の活動に従事することも有益である。公平性・公正性の観点から一定の配慮は必要であるが、継続的に地域に関わる経験が職員の育成にもつながることから、関心のある職員と消費者団体等をマッチングする仕組みも考えられる。この点については、総務省の第32次地方制度調査会においても、2040年を見越し、民間人材と地方公務員の交流環境の整備について、将来に向けた議論が進められ、地域社会における多様な人材が組織の枠を超えて地域社会で活躍できる環境整備の意義について触れられている。消費者行政分野においても同様の考え方・方向性で取組を推進していく必要がある。
- ・地産地消を含むエシカル消費等に関する地方ならではのユニークな取組は、地方の持つ潜在的魅力を引き出し、人材を地方に引き付ける要因となる。こうした人材には、地方における消費者分野の取組の中核を担い、取組を更なる発展に導くことが期待さ

れる。そのためには、地方消費者行政において活躍できる場を創出する等、受け入れ側の環境整備を行う。

- ・先述の通り、消費者や高齢者は守られる側だけではなく、消費者問題を発生させないように守る側として見守り活動等の取組にも従事することになるが、その機会や体制の整備を行う。
- ・公・共・私のネットワークの活用という観点から、行政と民間事業者が共同で消費者団体を設立し、消費者行政を実施することが考えられる。職員の異動が多く、知識や経験の蓄積が課題となっている行政を、民間事業者が補うことで、効率的な施策の実施が期待できる。

### **(3) 施策の効果を把握し、社会的資源を有効活用するための利活用できるデータの整備とその分析**

- ・消費者団体や事業者における独自の消費者市民社会実現への取組などの社会的資源の活用に向け、活動の実態について把握する体制を構築する。
- ・また、行政が実施した施策の効果を定量的に示すことが可能となるよう、利活用可能なデータをさらに整備する。
- ・こうしたデータをさらに分析し、その結果を踏まえ、限られた社会的資源を最大限効果的に利活用する方策を検討する。

## **おわりに**

本報告書では、今後の人口構造の変化、社会情勢の変化等により将来顕在化するであろう様々な課題に対処し、持続可能な消費者行政を実現するために、10年後、20年後の将来を展望し、そこから見えてくる課題と、その課題を克服した理想の姿を想定した上で、現時点から取り組むべき対応策について整理を行った。

もとより、地方自治体の地形的・文化的・生活的特徴や、抱える問題は様々であり、それぞれに歴史を重ねて今日に至ったものであって、変化や課題の現れ方も地域ごとに大きく異なる。そのため、本報告書で示した対応策が全ての地方自治体に等しく当てはまるものではない。

もっとも、現状では、地方自治体において、消費者行政は産業振興や観光、福祉等に比べて優先順位が低くなりがちである。本専門調査会は、そこに危機感を抱き、消費者行政が果たす役割の重要性を踏まえ、将来を見据えた対応策を示したものである。10年後、20年後にかけて、我が国が過去に経験したことのない人口構造の変化、社会情勢の変化等に直面する中で、各地域において変化や課題の現れ方を見通し、将来の展望から逆算して中長期的な視点で必要な取組が行われること、国がかかる取組を主導し、持続可能な消費者行政の実現を目指すことが求められる。

また、将来を展望する上では、高齢者を保護される弱い立場と決め付けず、生産や消費、さらには消費者行政の担い手となり得るとの視点を持つこと、原則的には公平な取

扱いを意識しつつも、地域独自の取組を主体的に行う地方自治体を積極的に支援することも重要である。

消費者庁をはじめとする関係行政機関には、本報告書で示した方策等も踏まえつつ、固定観念にとらわれずに発想することで、高齢者を含む消費者が安全安心に生活を送ることができる地域づくりを示し、我が国が課題の先進地として率先して取り組み、世界に向けてモデルケースを発信し、消費者分野を含む高齢者問題を解決する主導的立場に立つことを期待したい。