

令和2年7月29日
消費者委員会事務局

報告書（素案）

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更なる増大

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の強化
- 2 新しい消費者問題への対応力の強化
- 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) 消費者自身が見守りの担い手として活躍する社会の推進
 - (4) 高齢者が活躍する社会の構築
 - (5) Society5.0を前提としたICT・AI技術等の活用
- 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) 広域センター化の更なる推進等による消費生活相談体制の強化
 - (2) 専門的な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) 消費者行政に係るデータの整備・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。

我が国の 10 年後、20 年後を見据えた消費者問題については、現在に比べ一層多様化・複雑化・高度化し、情報化・デジタル化・グローバル化の進展等により新たな消費者問題が発生することも見込まれる。

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、我が国においても社会経済や生活様式の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等の課題にも直面している。こうした感染症や近年頻発する自然災害等を起因とする消費者問題は、我が国が緊急に対処すべき重要な課題の一つであるとともに、将来発生しうる緊急事態に対応しうる体制づくりが求められている。

このように、今後新たに発生する消費者問題や課題に対応するため、地域における消費者行政の重要性はますます増大することが予見される。

一方、我が国の将来を俯瞰すると、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」（住民自身による見守りや課題への対応力等）の低下が進むことが懸念されている。加えて、地方自治体においても行政職員数の減少等により、対応力が低下することも念頭に置かなければならない。

我が国が、今後、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、負の側面だけでなく、ICTの進展や医療の進歩等の可能性も踏まえつつ、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方向性が考えられるか」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た。審議の回数は、WEB 会議によるものを含め計 15 回となった。その他委員間打合せも計 9 回重ねた。また、自治体等のヒアリングについては、56 団体の協力を得て実施した。さらに、伊集委員及び外部有識者の協力を得て、近年の地方消費者行政の動向について分析を行った。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

据え消費者行政のあるべき姿を示し、その実現のための方向性として、基本的な考え方を示し、さらに、例示として現時点で考え得る取組の方向性を述べていることから、必ずしもここで例示した全ての取組の実現を求めるものではない。本報告書の整理を起点として、更に将来における消費者行政の充実・強化に向けた様々な議論が幅広く行われ、あるべき姿の実現に向けて、適切な施策が実施されることを期待する。

第1 現状

1 消費者問題の現状

消費生活相談件数の推移をみると、1980年代半ばに、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し、高止まりの状況が続いている。相談件数の推移については、若年者は消費生活センターに相談しない傾向もみられることに留意が必要である。また、高齢者においては、高齢者人口の増加率を消費生活相談件数の増加率が大きく上回っている状況にある¹。

表1 P I O－N E T²に登録された消費者相談年度別総件数 (単位：万件)

年度	1985	1986	2008	2009	2010	2017	2018
相談件数	8.9	13.3	94.1	89.2	88.4	94.1	99.2

※ 出典：独立行政法人国民生活センター「2018年度のP I O－N E Tにみる消費生活相談の概要」

消費者庁は、消費者被害・トラブルの推計件数に消費者被害・トラブル1件当たりの平均金額を乗じる手法により消費者被害・トラブル額を推計している。これによれば、2019年に発生した消費者被害・トラブルは約1,168万件となり、消費者被害・トラブル額は、約4.7兆円（既支払額（信用供与を含む。）³）に達している。このところ、約5兆円程度で推移しておりこれは我が国のGDPの約1%に相当する。

表2 消費者被害・トラブル額の推計結果（消費者庁推計値）

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」

急速な情報化、デジタル化、グローバル化の進展といった社会情勢の変化や事業者の競争激化等様々な要因を背景に、消費者問題も多様化・複雑化し、悪質商法の手口も巧妙化している。

¹ 2018年/2015年の70歳以上人口増加率9.4%、2018年度/2015年度の70歳以上の消費生活相談件数増加率33.7% $=24.5$ 万件/ 18.3 万件 $=\frac{99.2$ 万件 $\times 24.7\%}{93$ 万件 $\times 19.7\%}$ ※全相談件数 $\times 70$ 歳以上割合

² P I O－N E T（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のこと。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。

³ 「既支払額」（実際に消費者が事業者を支払った金額）に「信用供与」（クレジットカード等で決済しており、まだ支払いは発生していないもののいずれ引き落とされる金額）を加えた「既支払額（信用供与を含む）」を、消費者が負担した金額に近いものとして取り扱っている。

また、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た。契約取引、商品の不足、詐欺的な行為を行う事業者の出現等の消費者問題も発生した。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。こうしたリスクも、これからの消費者問題を検討するに当たり、緊急に対処すべき重要な課題である。

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」⁴を策定し、各種の取組を進めてきた。さらに、2020年4月に「地方消費者行政強化作戦2020」⁵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。こうした取組等により、地方消費者行政は、消費生活センターの設置の増加による安全安心な環境の広がりや消費生活相談員の国家資格化等の制度整備が進展した。

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。

表3-1 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

表3-2 自治体全体（消費者行政本課及び消費生活センター以外の部署を含む）における消費者行政予算（広義）（単位：百万円）

年度	2009	2010	2011	2017	2018	2019
予算額 計	16,439	19,350	20,708	17,922	17,155	17,693
うち基金及び交付金	4,263	6,891	6,986	5,924	3,990	3,640
うち自主財源	12,177	12,459	13,723	11,997	13,165	14,053

※ 表3-1、3-2ともに 出典：消費者庁「令和元年度 地方消費者行政の現況調査」
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。

⁴ 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。

⁵ 政策目標として、更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。

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」と変遷し、土台づくりから充実・強化の段階へとフェーズが移行している。他方で、地方自治体は、限られた予算の中で、保健医療、福祉、介護等の行政需要の増大が著しい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。強化交付金の補助率が1/2となったことや、補助対象とする政策メニューが限定されていることに対し、地方から検討を求める声も聞かれる。

地方自治体における、消費者行政に携わる行政職員数は減少している（2008年度5,646人→2019年度5,213人（約8%減少））。また、地方自治体は、消費生活相談員の確保に苦慮しており、その要因としては、資格試験向け講習の受講機会の不足や処遇の低さ、雇用の不安定さ等があるとみられる。

表4 地方公共団体の消費者行政担当職員数

年度	2008	2018	2019	2019/2008
消費者行政担当職員数	5,646人	5,209人	5,213人	▲7.7%

※ 出典：消費者庁「令和元年度 地方消費者行政の現況調査」

消費者相談体制の広域化が進む中で、個々の市町村の役割分担が不明確になることや、身近な問題への対応がおろそかになること、率先して先進的な問題に対応する自主性・自立性が衰えること等が懸念される場合もある。

2014年の消費者安全法改正により、高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった人等の消費者被害を防ぐため、地方公共団体は地方公共団体及び地域の関係者⁶が連携した消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）を設置できることが規定されたが、2020年6月末における設置自治体数は、総自治体数1788のうち276（うち都道府県17、市区町村259）にとどまっている⁷。なお、兵庫県、徳島県については、設置市区町村の県内人口カバー率で100%を達成している⁸。

⁶ 医療・福祉、警察・司法、教育、事業者各関係団体、消費者団体、町内会等の地縁団体、ボランティア等。

⁷ 消費者庁ホームページ。「消費者安全確保地域協議会 設置状況一覧(2020年6月末現在)」

⁸ 消費者庁「地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状」。2020年2月末現在、設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上は、7県で達成済み。

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】

我が国の今後の人口の推移は、出生数減の傾向が継続することで人口減少は加速し、2065年頃まで人口減少が続く見通しとなる。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。認知症の発症割合は年齢とともに高まるため、認知症⁹患者の数も増加する見込みである。

表5 年齢区分別の人口数と人口構成比の今後の推移

年次	年齢区分	全体	0～14	15～64	65以上	65～74	75～
2018	人口数 (単位：万人)	12,644	1,542	7,545	3,558	1,760	1,798
2020		12,532	1,507	7,406	3,619	1,747	1,872
2030		11,913	1,321	6,875	3,716	1,428	2,288
2040		11,092	1,194	5,978	3,920	1,681	2,239
2040/2018人口数増減率(%)		-12.3%	-22.6%	-20.8%	10.2%	-4.5%	24.5%
2018	人口構成比	100.0%	12.2%	59.7%	28.1%	13.9%	14.2%
2020		100.0%	12.0%	59.1%	28.9%	13.9%	14.9%
2030		100.0%	11.1%	57.7%	31.2%	12.0%	19.2%
2040		100.0%	10.8%	53.9%	35.3%	15.2%	20.2%

※ 出典：内閣府「令和元年版 高齢社会白書」第1章 高齢化の状況（第1節）[図1-1-1 高齢化の推移と将来推計]より作成¹⁰。

また、高齢化や過疎化が更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まり等、「地域力」が低下する懸念があり、これらにより、いわゆる消費弱者が増加することが見込まれる。

さらに、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、非対面化が進展し、顔の見えない匿名社会が広がる。これらを背景に、消費者は消費者被害に遭いやすい状態に置かれ、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ことも懸念される。

このように消費者個人の対応力が低下するだけでなく、消費者問題のほか、金銭的な経済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と見込まれる。

⁹ 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))

¹⁰ 2018年は総務省「人口推計(平成30年10月1日確定値)」。2020年以降は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来人口推計(平成29年推計)」の出生中位、死亡中位仮定による推計結果。

加えて、経済の広域化により、消費者問題は、一つの地域にとどまる問題ではなく、我が国全体、世界に広がる問題となり、一部の地方における局地的な対応では対処が難しくなる。

【展望】

I C T・A I 技術の更なる進展は、消費者問題の未然防止、再発防止、被害回復、消費者への情報提供等、様々な面でその技術の活用が広がり、消費者の生活を様々な面（移動手段等）でサポートするようになることが見込まれる。これと併せた保健医療や福祉そして生涯学習などの発展により、加齢を問題としないユビキタス社会が到来する。これにより高齢者のライフスタイルが変化を遂げ、活発な高齢者の増大につながることも想定される。

「人生 100 年時代」を迎え、社会に積極的に関わっている高齢者が増加し、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、高齢者による活発な消費活動が全体の消費を刺激するような、経済全体へのプラスの効果も見込まれる。

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。そのため、行政に関わる人材の確保も困難になり、消費者行政職員も縮小することから行政サービスの供給制約要因となるおそれがある。また、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困難になる。さらに、人口減少等を背景に、予算は縮小し、消費者行政に充てる予算の縮小も見込まれる。消費者の高齢化、孤立化、非対面化に伴う地域における地域力の低下により、地域における課題の解決力が低下する。こうしたことから、過疎地域や小規模市町村を中心とする地域において、消費者行政に係る対応力が低下する可能性がある。

【展望】

I C T・A I 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る。地産地消を含むエシカル消費¹¹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、

¹¹ 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。

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、SDGs¹²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更なる増大

前述のとおり、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する可能性がある。他方、人口減少等を背景に、行政の対応力は低下する。これらを前提とし、将来を見据えて消費者問題への対応策を検討し、新たな消費者行政の在り方を構築する必要がある。

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。

また、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の理念を更に継続・進展させ、責任ある持続可能な消費と生産、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。

加えて、我が国は、20年後は高齢化率が4割程度に達する。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、消費者行政が担うべき重要な政策課題である。

安全安心な消費環境を国内において実現することは、我が国経済の発展にもつながるものであり、前述の状況を踏まえると、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。消費者庁及び地方自治体は、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必要がある。

¹² 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9月の国際連合「持続可能な開発サミット」で全会一致で採択。また、日本でも政府が実施方針を策定しており、地方は、「SDGsアクションプラン2019」の骨子のひとつである「SDGsを原動力とした地方創生、強靱かつ環境にやさしい魅力的なまちづくり」の実施主体である。

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

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、消費者安全法では、市町村において相談、あっせん等を行うこととされている。

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し、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¹³。

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政策優先順位が高まり、その解決策の模索について、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であっても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、地方自治体は、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持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。

市町村を中心とした地方自治体、消費生活相談員、民生委員・児童委員、消費者団体、NPO、ボランティア、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¹⁴。

高齢者をはじめとする新たな担い手が、地域社会を支える活動を活発にし、地方消費者行政と連携して問題解決に当たる地域社会、消費者自身が互いに支え合う地域社会が形成されている。

¹³ 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この考え方・方向性を参考に取り組むべきである。

¹⁴ 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」とされており、消費者行政分野においてもこの考え方・方向性を参考に取り組むべきである。

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、インター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、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。このことから世代を問わず誰にとっても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、就学・就職・研修等様々な目的で訪日又は長期滞在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。消費者問題が多様化・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、被害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。

適時適切な消費者教育を受けて育った若年層が、自立した消費者に成長し、消費者市民社会の一員として、例えば、進展を続けるICT・AI技術の社会への展開や普及、高齢者等への助言・啓発等を通じ現役世代の中年層とともに超高齢化社会をサポートしている。

消費者は、2030年を目標年次としたSDGsの展開や地産地消を含むエシカル消費等を意識した賢い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、最終的に複雑多様化した消費者問題から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、長年の知見を活かし消費者の安全安心の見

守り側としても活躍する等、地域社会を支える活動に活発に参画し、地方消費者行政と連携して問題解決にあたっている。

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構築されている。

- ・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者を狙う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。
- ・遠方に居住する消費者からも行政や消費生活相談員等と迅速・容易に相談できる。
- ・リモートアクセス等により、消費者教育・啓発活動が補完され強化されている。
- ・消費者・企業（事業者）、行政がそれぞれ双方向で、情報を提供・発信、交換し、支えあう社会に進展している。

なお、2020年の新型コロナウイルス感染症拡大は深刻な状況を社会全体にもたらしたが、リモートワークやWEB会議の実施等を通じデジタル情報社会の普及スピードを一気に加速させ、将来のデジタル情報化社会にも大きな影響を与えている。

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等により、消費者行政が対応すべき新たな課題、局面が出現する。このため、消費者行政は「危機管理」の側面からも一層重要となる。

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、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危機的変化にも柔軟に対応できる相談体制が構築されている。

地方自治体においては、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

消費者行政が目指すべき姿を実現するため、20年後には、政策の優先順位が明確化されるとともに必要な社会的資源（財源、人材等）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ことから、民間を含む多様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の強化

【基本的な考え方】

高齢者人口がピークを迎える2040年頃には、人口の減少等から財政規模が縮小し、市町村によるこれまでと同様のフルセットサービスの提供は成り立たない可能性があり、市町村は、消費者問題だけを切り取らず、寄り添い型の総合型行政の対応を行い、分野横断的に情報を共有し、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いでいく仕組みを作る必要がある。

市町村をサポートする都道府県の役割が更に重要かつ必要不可欠となるが、都道府県においても、市町村同様に財政規模の縮小や働き手の減少が懸念され、消費者安全法に規定されている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十分に実施できなくなる可能性がある。消費者安全法や地方自治法において、都道府県には広域的な事務を担うことや市町村を補完する役割があるものの、将来、都道府県においてその機能が十分に発揮されるよう、高齢者人口がピークを迎える2040年頃を見据え、市町村、都道府県、国の役割を明確化しつつ、それぞれを支える新たな機能集団を組織する必要がある。

消費者に最も近い市町村は、福祉や医療等消費者の安全安心を守る観点からつながることが必要で、行政部門間の連携が進み消費者行政が総合的・効果的に執行される、総合型行政を行う。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する。国は、それぞれの役割を明確にした上で、重層的な行政体制を構築し、行政間連携体制のみならず地域が連携した消費者市民社会の実現を目指す必要がある。

【取組の方向性】

○市町村は、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り、福祉、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行う体制を構築することが望ましい。＜つながる行政＞

市町村は、総合型行政化を進めつつ、より質の高い見守りや啓発活動等を実現するため、地域の消費者団体、消費者サポーター、学生、民生委員・児童委員、自治会、生活協同組合や地域の課題に取り組む事業者等とつながる。同時に各主体を効果的につなげ、消費者安全確保地域協議会を更に発展させ、地域コミュニティの再構築の視点を持ち、公共私連携を一層深めることが望ましい。＜つなげる地域＞

○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していくことが望ましい。また、都道府県は、広域的な相談体制等の構築を支援することが望ましい。＜広域連携の更なる推進＞

○消費者庁及び地方自治体は、身近な相談業務や見守り活動、地域での教育・啓発活動等は引き続き市町村に置きながら、市町村、都道府県、国がそれぞれの役割を踏まえつつ、有機的に連携し、補完し合う重層的な体制の構築を進め、行政の対応力を強化する。＜重層的な消費者行政体制の強化＞

○消費者庁は、関係行政機関との必要な調整等、地方自治体における取組を支援する。

○「つながる行政」「つなげる地域」「広域連携の更なる推進」「重層的な消費者行政体制の強化」の推進にあたり、推進役として各主体間のコーディネート機能を持つ「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を組織し、取り組むことが望ましい。

＜組織の構成＞

・「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、都道府県レベル（地域によっては地域ブロックレベル）で組織する。ただし、「センター」といっても仮称であり、消費者安全法に規定された消費生活相談業務等を行う消費生活センターを作することを想定したものではない。必ずしも全国的に画一的・一律的なものではなく、既存の広域消費生活相談センターへの機能付与等、地域の実情に応じた形で「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を組織する。

・「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」には、消費者行政職員と消費生活相談員（エキスパート）を配置する。地域との連携・コーディネートを実現していくため、消費生活相談員（エキスパート）の配置が必要である。

＜基本的な機能＞

・行政内部においては福祉、医療、警察、教育行政等他の行政分野と連携し、地域においては消費者団体、消費者サポーター、民生委員・児童委員、自治会、生活協同組合や地域の課題に取り組む事業者等と連携の上、市町村・広域消費生活相談センターへつなぐ体制の構築・強化や、見守りネットワーク等の連携活動の推進役としての機能を果たす。各主体をつなぐ、連携をコーディネートする機能を持つ。＜つながる行政＞＜つなげる地域＞

・国－都道府県－市町村・広域消費生活相談センターとのつなぎ役としての役割を果たす。消費者庁や国民生活センターの支援策・情報等を確実に市町村の相談現場や地域に届け、逆に市町村・広域消費生活相談センターの相談現場や地域のニーズを消費者庁・国民生活センターに伝える等、つなぎ役、潤滑油としてコーディネートする機能を持つ。＜重層的な消費者行政体制の強化＞

・「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、自ら相談業務を行うものではない。

<期待される効果>

- ・市町村・広域消費生活相談センターとともに、地域の様々な行政分野や地域団体とつながることにより、消費生活相談網（アンテナ機能）を拡大・充実化し、支援が必要な消費者を取りこぼさずに発見する。
- ・市町村・広域消費生活相談センターとともに、地域の様々な行政分野や地域の団体とつながり、つなげることにより、高齢者・現役・若年者全ての世代に消費者教育・啓発を行き届かせる。
- ・「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、公共私協議・連携・調整の場となり、効果的・効率的な連携を行う。
- ・国と地方自治体双方向のつなぎ役・潤滑油として機能することにより、効果的・効率的な消費者行政体制を強化・維持する。

2 新しい消費者問題への対応力強化

【基本的な考え方】

消費者問題が多様化・複雑化・高度化・グローバル化していく中で、都市部や過疎地域等を問わず、いつでも誰でも、安心して相談でき、かつ適切・迅速に消費者被害に対応でき、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・被害救済体制を整備していくことが必要である。

このため地方自治体は、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、相談から問題解決までの一貫した対応力を備えるため、警察とも連携を進め、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である。

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の構築・整備を地方自治体とともに進めていく必要がある。

【取組の方向性】

○都道府県は、市町村単独では解決の困難な相談に対応するため、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。

<専門的な消費者問題への対応>

○消費者庁は、都道府県が行う、地方自治体における専門的な消費者問題へ対応するための体制づくりの構築を支援する。そのため、地方自治体において参考となるような、先進的な取組事例¹⁵をモデルとして示すことも考えられる。

○「専門的な消費者問題への対応」は、「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を組織し、都道府県はこれと連携して取り組むことが望ましい。

¹⁵ 取組事例として、例えば京都・消費者あんしんチームの取組も参考となると考えられる（詳細については、第23回地方消費者行政専門調査会山田委員提出資料参照）。

○「専門的な消費者問題への対応」の推進にあたり、推進役として各主体間のコーディネート機能を持つ「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を組織し、取り組むことが望ましい。

＜基本的な機能＞

・市町村・広域消費生活相談センターでは対応の難しい案件や全国的な対応が必要となる案件への対応機能、弁護士等専門家との連携し、案件に応じて必要な専門家をコーディネートする機能を持つ。

＜期待される効果＞

・市町村・広域消費生活相談センター単独では対応の難しい多様化・複雑化・広域化・グローバル化した新しい消費者問題等について、すき間なく、適切に被害回復することを目指した消費者保護体制を構築・強化する。

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

【基本的な考え方】

消費者市民社会の形成に向けて、インターネット取引を含む安全安心な市場を醸成していく必要がある。安全安心な市場とは、例えば、消費者間の情報交換を通じて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る、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、消費者が自ら商品・サービスの安全性を見分けることができる、消費者が被害に遭った場合でも、被害救済制度により適切かつ迅速に対応される、こうしたこと等により、悪質な商品・サービスが排除されていく市場である。こうした市場の実現には、市場で活動する事業者や暮らしの安全安心を支えるNPO等の協力が不可欠であり、消費者庁や地方自治体は、これらとの協働を一層進め、事業者における消費者問題への取組を促進することが必要である。また、消費者間の情報交換については、これまで、行政が消費生活相談等を通じて情報を一元的に収集し、行政から消費者等へ情報を提供する形式が中心となっていたが、Society5.0¹⁶時代には、消費者に十分な情報があることが重要であり、消費者自らも発信する側に立ち、消費者間の情報交換を通じて、消費者自身が見守り合い、互いに支え合う社会を構築していくことが重要である。

【取組の方向性】

○消費者庁は、国民生活センターや地方自治体と連携し、事業者の協力を得ながら、消費者自身が情報を発信し、交換できるプラットフォームの構築に取り組む。例えば、利用者が様々な情報を自由に発信するSNSや、商品・サービスあるいは

¹⁶ 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）。

店舗等について利用者が情報交換や評価等を行ういわゆる口コミサイトがあるが、消費者行政分野に関しては同様のプラットフォームが存在しない。消費者間等において、ある程度自由な情報交換が可能となるこうした情報プラットフォームが構築・醸成されるような取組を進め、日常的に利用されるような仕組みづくりに取り組む。また、構築された情報プラットフォームにおいては、国民生活センターや「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」等が情報発信・情報交換を行い、消費者行政と消費者との間のコミュニケーションを目に見える形のものとし、消費者とともに消費者市民社会の形成を目指す。

- 消費者庁は、事業者の協力を得つつ、消費者が安全安心な商品・サービスであると認識できる仕組みを構築する。例えば、安全安心な商品・サービスの新たな認証制度の創設や、消費者志向自主宣言を行っている事業者の商品・サービスであることがショッピングサイトで判別できるような取組が挙げられる。新たな認証制度については、民間で実施することが考えられるが、安全安心の基準を作成する上で必要となる過去の被害情報やデータといった行政が持つ情報を民間に提供する等、消費者庁には必要に応じて民間と協働で取り組むことが求められる。また、ショッピングサイトについても、民間の事業を阻害することのない形での実施が望ましいと考えられるが、消費者保護のためのサイトという性質上、収益性の確保との両立が課題となりうるため民間だけでは立ち上げが難しい場合には、スタートアップ期等について消費者庁が支援することも考えられる。
- 消費者庁は、消費者被害に適切かつ迅速に対応できる被害救済制度を拡大する。消費生活相談窓口におけるあっせん業務や特定適格消費者団体による被害回復制度等の現在の仕組みの一層の充実化に取り組むとともに、事業者団体やオンラインプラットフォームによる補償制度や監視体制の構築等、事業者とともに安心安全な市場の構築に一層取り組む。

（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

【基本的な考え方】

消費者市民社会の形成には、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・成長していくことが必要である。また、消費者の行動が変わることで、SDGsの目標達成につながることや、事業者の行動も変わる可能性があることを自覚できる消費者となるよう消費者教育や啓発活動を一層推進していくことが不可欠である。

消費者行政においては、小学校・中学校・高等学校等の学校教育をはじめとして、各ライフステージに応じた消費者教育・啓発活動を進めてきたが、他方で、20年後にかけて消費者問題が多様化・複雑化・広域化・グローバル化することが想定されることから、今後は消費者問題の進展のスピードに合わせた対応が一層重要となる。消費者庁は、関係行政機関や地方自治体、消費者団体やNPO等の事業者とも

連携して、時代を先導する消費者教育・啓発活動を全国的に展開していくべきである。例えば、消費者の主体的な行動を促すような実践的内容を強化する等、教育・啓発内容の継続的な充実化や、消費者分野の専門人材の育成を強化する教育課程の充実化等が考えられる。

また、2020年の新型コロナウイルス感染症拡大を受けて、危機下においても教育・啓発を誰もが受けられるような環境整備が急務となっているが、消費者教育・啓発活動においても積極的にオンライン化を推進することが求められる。その際、オンライン化は危機下における対応のためだけでなく、学生等が学外でも学ぶ機会を増やしたり、社会人や高齢者が生涯学習の一環として消費者教育を受けやすくするといった、平時の学習機会を増加させる目的をも考慮する必要がある。

さらに、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、SDGsの目標年次である2030年までに実現し、かつ継続・進展することを目指し、エシカル消費の普及・啓発にも力を入れることが重要である。

【取組の方向性】

- 消費者庁は、自立した消費者の育成において、消費者教育が重要な役割を担うことに鑑み、関係行政機関や地方自治体、消費者団体やNPO等の事業者と連携し、あらゆる世代における消費者教育・啓発について、新たな消費者問題の出現に配慮し、SDGsを意識したエシカル消費等、時代に即し、充実した教育内容となるようコンテンツの更新に継続的に取り組む。
- 消費者庁は、関係行政機関と連携し、専門学校・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等の実践経験を集中的に習得できる教育課程を充実することを検討する。そのための指導者の育成も行う。各教育機関は消費者教育の充実のために、社会人のための生涯学習機会の拡大に努めることが望ましい。
- 消費者庁は、関係行政機関と連携し、幼児教育・初等中等教育における体系的で一貫した消費者教育の取組を更に進め、早い段階からの消費者市民社会の構成員としての成長を目指す。
- 消費者庁及び地方自治体は、事業者とその従業員が、社会貢献活動として消費者市民社会を形成する取組へ参加することを促進する。例えば、認知症サポーターのように、幅広い層に消費者行政についての理解を促進し、賛同者や担い手を増やすような従業員向けの講座・研修メニューを作成し普及するとともに、地域の見守り活動への参加機会を提供する。
- 消費者庁は、地方自治体と連携し、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する。

○消費者庁及び地方自治体は、関係行政機関と連携し、居住地や社会情勢等に左右されずに、あらゆる世代の消費者分野に関する学習機会を十分に確保するため、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

【基本的な考え方】

消費者市民社会では、地域社会における消費者被害の防止や早期発見、問題・課題に適切に対処する力を高めるため、消費者自身も見守りの担い手として活躍する社会を構築することが重要である。そのため、消費者が知識を身に付けることや、様々な経験を経て知識の豊富な高齢者が見守りの担い手として活躍する等により、多様な世代が互いに支え合い見守り合う環境を拡大していくことが必要である。

さらに、(1)でも述べたように、消費者問題に関わる情報については、消費者が十分な情報を得ることが可能で、それを互いに交換すること等により、消費者が互いに見守り合い、支え合う仕組みを構築していくことが必要である。

また、このような地域社会を実現するため、民生委員・児童委員、消費者サポーター、消費者団体、地域の課題解決に取り組む事業者、行政等、地域の様々な主体が連携する、地域コミュニティ再構築の視点を持つことも重要である。

【取組の方向性】

○消費者庁及び地方自治体は、消費者が消費者としてだけでなく、見守りの担い手としても活躍する地域社会を構築するため様々な支援を行う。例えば、見守りの担い手として高齢者の活躍が期待されるため、見守り組織と高齢者をつなぐ役割を果たすことや、若年層、現役世代も含めた消費者全体に対する教育・啓発を一層強化し、知識を持ち行動できる消費者を増やすことが考えられる。

○消費者庁は、国民生活センターや地方自治体と連携し、事業者の協力を得ながら、消費者自身情報が情報を発信し、交換できる情報プラットフォームの構築に取り組む。

((1) 【取組の方向性】再掲)

○消費者庁及び地方自治体は、消費者団体等と協力し、消費生活相談員等がプラットフォーム等に参画し、消費者問題に関する情報の発信・拡散や、被害に遭った消費者の悩みに回答する等、インターネット上での見守りや情報提供に取り組む。これにより、消費者自身が見守りの担い手として活躍するモデルを消費者に示し、見守りの文化を醸成していく。

○消費者庁及び地方自治体は、事業者とその従業員が、社会貢献活動として消費者市民社会を形成する取組へ参加することを促進する。例えば、認知症サポーターのように、幅広い層に消費者行政についての理解を促進し、賛同者や担い手を増やすような従業員向けの講座・研修メニューを作成し普及するとともに、地域の見守り活動への参加機会を提供する。((2) 【取組の方向性】再掲)

(4) 高齢者が活躍する社会の構築

【基本的な考え方】

(3) では、高齢者の見守りの担い手としての活躍について述べたが、消費者行政の担い手の拡大という観点からは、高齢者が経験や知識を活かして様々な取組で活躍することが期待される。例えば、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し、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ことや、地域の啓発役を務めることも考えられる。そのため、高齢者が活躍できる社会を構築する必要があり、行政には高齢者を支援することが求められる。その際、高齢者だけが活動主体となるのではなく、現役世代、若年層など各世代が連携して消費者を支えられる仕組みとすることが重要である。

高齢者が生き生きと活躍する取組の方向性を検討する際には、近年研究が盛んになりつつあるジェロントロジー¹⁷の動向も注視する必要がある。消費者分野から高齢者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していく。

【取組の方向性】

○消費者庁及び地方自治体は、高齢者が活躍できるよう、高齢者との連携や、高齢者と事業者とのマッチングを後押しする等、支援をすることが望ましい。例えば、最新のICT等の知識を有する若年層と経験と知識が豊かな高齢者が、それぞれの長所を活かして効果的なモニタリングを実施できるような組織を支援すること、事業者に活躍の場を設置するよう働きかけマッチングをコーディネートする機能の充実等が考えられる。

○消費者庁は、地方自治体と連携し、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する。((2)【取組の方向性】再掲)

(5) Society5.0 を前提としたICT・AI技術等の活用

【基本的な考え方】

総務省による調査¹⁸によれば、AIを業務で導入している(実証実験を含む)都道府県は約36%、指定都市は約60%、その他の市区町村は約4%で、AIの導入が進みつつあることが分かる。しかし、AIの導入状況を分野別にみると、消費者保護分野における取組は十分とは言い難い。

¹⁷ Gerontology (老年学、老人学、加齢学)。高齢化という課題を前に、医学のみならず、工学、経済学、心理学、社会学、法学等の研究者が分野横断的に連携しながら超高齢化社会のあるべき形を探っていく研究のこと。

¹⁸ 総務省自治行政局行政経営支援室「地方自治体におけるAI・RPAの実証実験・導入状況等調査」(2019年5月)。

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ICT・AI技術等において、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ICT・AI技術等のリソースを点検・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、ICT・AI技術等に関わる投資・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き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¹⁹。

消費者庁は、消費者行政の現場におけるICT・AI技術等の活用のモデルとなる取組の発掘と全国展開等を推進していく必要がある。さらに、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ICT・AI技術等の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。

ただし、ICT・AI技術等の活用には、同時に生じるデメリットやセキュリティ等の問題が存在することにも目を向けつつ、対応していくことも必要である。例えば、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、IT弱者となりやすい一部の高齢者や若年層等への配慮、プラットフォーム取引と関わりのある課題への対応等、ICTの活用に伴う消費者問題について、十分に検討・配慮しながら活用を推進していく必要がある。

【取組の方向性】

○地方自治体が消費者行政でのICT・AI技術等の活用を検討・推進していく上で、消費者庁による支援は重要であり、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の推進等、ICT・AI技術等の活用に向けて地方自治体を支援する。ICT・AI技術等には大きな負担と専門的な知識が必要となるため、地方の消費者行政現場が自ら検討・推進していくのは難しい点も多い。このため、消費者庁においては、消費者行政に有用なICT・AI技術等の活用事例の提示やモデル事業の推進等、ICT・AI技術等の活用に向けて地方自治体を支援すべきである。

○消費者庁は、関係行政機関とも連携し、地方自治体におけるICT・AI技術等への重複投資を避けるため、まとめて開発・管理した方が効率的であるICT・

¹⁹ 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、ICT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この考え方・方向性を参考に取組を推進すべきである。

AI技術等を選定し、全体を取りまとめて開発・管理し、地方自治体へ提供する。例えば、消費者への情報発信用のアプリケーション等は消費者への情報発信のためには欠くことのできないツールであり、このようなアプリケーションの開発は地方自治体が個々に行うよりもまとめて行った方が効率的である。また、消費者庁が地方自治体へ提供するICT・AI技術等は、大きなシステム開発を伴うものに限る必要はなく、消費者向けに発信する情報に使用する挿絵・図等のコンテンツのように、巨額の投資を必要としないものからでもまずは提供・支援を開始することが望まれる。これらのコンテンツは、各地方自治体の消費者行政現場で重複して作成しているケースが多々あるため、国によるコンテンツの作成・収集・管理が望まれる。

- 消費者庁は、PIONETに登録された情報について、個人情報保護等に留意しつつ、情報提供のための活用をより一層推進する。現在でも消費者向けの苦情相談情報の提供は国民生活センターにより行われているが、20年後の将来に向けて、Society5.0を前提とした一層の活用方を検討し、消費者市民社会の基盤となる情報の活用に向けた取組を推進する。
- 消費者庁は、PIONET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苦情相談情報の利活用を推進する。消費生活相談員によってPIONETへ登録された情報は、消費者行政における基盤となるデータであり、現在もその情報に基づき消費者政策の企画・立案や法執行、消費者に対する注意喚起等が行われている。この基盤データを行政だけが独占して使用するのではなく、新型コロナウイルス感染症対策等様々な分野でビッグデータが活用されているように、官民が協力して消費者に向けた注意喚起や情報発信に利活用できるように環境整備を行う必要がある。限られた人員と財源で効率的・効果的に消費者行政を行うため、民間による協力を得ることも重要である。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した上で、苦情相談情報の利用者をまずは研究者に限る等、十分配慮を行った上でオープンデータ化を推進する。自立した消費者による見守り合う消費者市民社会の実現に向け、行政から消費者への一方向の情報提供だけでなく、消費者自身が他の消費者へ注意喚起等を行える社会を目指し、苦情相談情報の利活用について検討を進める。
- 消費者庁は、ICT・AI技術等を活用した相談現場の業務支援策を検討・推進する。例えば、AIによる市場（インターネット上のコンテンツ等）のモニタリングによる消費者を狙う犯罪の早期発見や、AIによるPIONETの登録情報のモニタリングによる全国の消費者や消費相談現場への早期の情報提供等も考えられる。AIと人のハイブリッド行政を志向した課題発見ツール等を開発する。
- 消費者庁及び地方自治体は、将来のICT・AI技術等の進展に適時適切に対応できるよう、消費者行政における専門人材の確保や職員の育成の在り方を検討

する。世界中にみてもあらゆる分野において I C T ・ A I 技術等の専門人材の確保が急務であるが、地方自治体の消費者行政部門が単独で確保・育成することは難しく、消費者庁のサポートが重要である。そのため、消費者庁が自ら専門人材の確保や職員の育成の在り方を検討するとともに、例えば、地方自治体の消費者担当部門が I C T の活用を進めるにあたりどのように進めたら良いか相談できる窓口の設置や、他の地方自治体における取組や人材の紹介・交流が可能な会議の開催等、消費者行政部門の I C T ・ A I 技術等の活用を支援する取組を一層推進する。

- 地方自治体は、自らの自治体内で活用又は活用予定の I C T ・ A I 技術等を点検し、消費者行政でも活用可能なものがないか検討することが望ましい。地方自治体では、消費者行政部門では活用されていなくても活用の可能性・有効性がある I C T ・ A I 技術等を持つ地方自治体が現在でも数多く存在している。総合型行政化の推進とともに、他の部門における I C T ・ A I 技術等を点検し、消費者行政部門での活用が望まれる。
- 消費者行政情報システムの構築と運用にあたっては、他の行政情報システムとの連携を積極的に推進して効率的な展開を図る必要がある。情報技術革新の進展は速く数年で陳腐化することから、消費者庁、国民生活センター、地方自治体が連携してシステム更改を定期的実施できる体制を検討することが望ましい。
- 消費者庁及び地方自治体は、関係行政機関とも連携し、消費者の I T リテラシー向上のための消費者教育を強化する。また、I T を十分に活用できない I T 弱者への配慮を行う。例えば、I C T のみでの情報発信等にならないよう他のツールやリアル消費生活相談窓口を残す等の配慮を行う必要がある。

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

【基本的な考え方】

2020 年の新型コロナウイルス感染症の拡大や、近年増加する大規模自然災害等の緊急事態は、消費者に大きな負担をかけることを浮き彫りにしている。例えば、日用品・食品の買い溜め、慢性的なマスク・消毒液等の品不足や価格高騰等の消費者問題、インターネット上の不確かなニュース、また、甚大化する台風や集中豪雨、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²⁰が相次いで発生した。まずは、これらの要因・経過等を分析し、再発防止策を講じる必要がある。

特に、新型コロナウイルス感染症拡大の危機下においては、消費者間の接触が制限されたことにより消費者が孤立し、必要な情報も得られにくい事態が生じた。国や地

²⁰ 住宅修理工事に関するトラブルや災害に便乗した悪質商法、停電によりスマートフォンの充電ができなくなり簡易充電器の品不足が生じたこと等。

方自治体は消費者に必要な情報をいち早く提供する役割があるが、今回のように日々変化する事態に対応しなければならない危機下においては、消費者が国や地方自治体だけに依存することは限界がある。消費者間による情報交換を通じ、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である。

危機下に対応できる体制づくりは平時から行う必要がある。市町村及び都道府県においては、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な体制を構築することが求められる。また、危機発生時に自発的な助け合いが生まれるようなコミュニティを平時から育てておく必要がある。消費者庁には、危機下において、地方自治体への助言等、司令塔の役割を担うことや、消費者の混乱を招くような事業活動や消費者被害に関する犯罪をモニタリングし、迅速に取り締まることが求められる。

【取組の方向性】

○消費者庁は、2020年の新型コロナウイルス感染症拡大や近年甚大化する台風や集中豪雨、地震等の自然災害等の緊急事態に伴い発生した消費者問題について、要因等を分析し再発防止策を講じるべきである。

○消費者庁は、国民生活センターや地方自治体と連携し、事業者の協力を得ながら、消費者自身が情報を発信し、交換できる情報プラットフォームの構築に取り組む。

(3 (1) 【取組の方向性】再掲)

○地方自治体は、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、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、NPO等の地域の担い手と連携した体制づくりを行うことが望ましい。また、平時からコミュニティの維持、あるいは機能強化に向けた支援を行うことが望ましい。

○消費者庁は、事業者が、危機下において、消費者問題の未然防止に配慮した取組を行うよう働きかける。例えば、消費者問題の未然防止に留意した事業継続計画作成に向けた助言・支援を行う。

○消費者庁は、関係行政機関と連携して、消費者の混乱を招くような事業活動や消費者以外に関する犯罪をモニタリングし、迅速に取り締まりを行えるよう、危機下における法執行体制の在り方について検討すべきである。

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】

高齢者人口がピークを迎える2040年頃には、行政においても人口の減少等により財政規模が縮小し、消費者行政に関わる働き手の減少が懸念される。このため、市町村によるこれまでと同様のフルセットサービスの提供は成り立たない可能性

がある。市町村の消費者行政部門は、福祉や医療等と一体となった寄り添い型の総合型行政の対応を行い、分野横断的に情報を共有し、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いでいく仕組みを作る必要がある。しかし、過疎地域や小規模市町村等、単独での消費生活センターの設置が難しい場合には、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・強化していく必要がある。加えて、公共私協働体制の実現の在り方として、委託や指定管理者制度の活用を含めあらゆる方策を選択肢として検討していく必要がある。

【取組の方向性】

- 市町村は、過疎地域、小規模市町村等、地域の実情に応じ、相談体制の広域連携を進めることが望ましい。
- 都道府県は、市町村による広域連携化の取組を推進・支援していくことが望ましい。
- 「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、広域の見地が必要とされる相談対応を調整する等、市町村の相談員をサポートしていく。
- 消費者庁は、市町村が地域に密着した消費生活相談体制を維持できるよう、ICTの活用による消費生活相談窓口の設置モデルの作成や導入に際し必要な支援を行う。
- 地方自治体は、消費生活相談機能の充実・強化のために、必要に応じて委託や指定管理者制度の活用を含めた公共私協働体制についても選択肢として検討していく必要がある。ただし、市町村は、消費生活相談窓口業務を外部委託する際には、経費削減のみを目的とした安易な外部委託ではなく、行政・民間の財源、人的資源、ノウハウ等を有効活用し、相談業務の機能充実を図る観点から行うべきである。外部委託後も、単なるアウトソーシングとならないよう十分留意し、行政が責任を持ってその業務内容を管理・維持していく必要がある。
- 「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、市町村や広域消費生活相談センター、相談業務の委託先や指定管理者となる消費者団体・NPOの、育成・支援、委託に関するガイドライン²¹について、経費削減のみを目的とした安易な外部委託ではなく、相談業務の機能充実を図る観点から見直しを行う等、仕組みをしっかりと構築していく。

²¹ 平成26年消費者安全法改正の実施に係る地方消費者行政ガイドラインにおいては、消費生活相談等の事務の委託について、民間への委託の際の基準及び留意点が定められている。

(2) 専門的な消費者問題への対応体制の構築

【基本的な考え方】

2で述べた通り、消費者問題が多様化・複雑化・高度化・グローバル化していく中において、都市部や過疎地域等を問わず、いつでも誰でも、安心して相談でき、かつ適切・迅速に被害に対応でき、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・被害救済体制を整備していくことが必要である。このため地方自治体は、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、相談から問題解決までの一貫した対応力を備えるために、警察とも連携を進め、各分野の専門家と連携し訴訟を見据えた対応を行うことが必要である。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の構築・整備を地方自治体とともに進めていく必要がある。(「2【基本的な考え方】再掲)

【取組の方向性】

- 都道府県は、市町村単独では解決の困難な相談に対応するため、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。＜専門的な消費者問題への対応＞
- 消費者庁は、関係行政機関との必要な調整等、地方自治体における取組を支援する。
- 「専門的な消費者問題への対応」は、「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を組織して取り組むことが望ましい。
- 「専門的な消費者問題への対応」の推進にあたり、推進役として各主体間のコーディネート機能を持つ「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」を組織し、取り組むことが望ましい。(「2【取組の方向性】再掲)

(3) 消費生活相談員の活躍の場の拡大

【基本的な考え方】

高齢者人口がピークを迎える2040年頃には、高齢化率は40%程度に達し超高齢化社会となること等により、見守りが必要な消費者が更に増加する可能性がある。行政においては、人口の減少等から消費者行政に関わる働き手も減少することが懸念される。消費生活相談窓口・消費生活相談員は、消費者行政において消費者に一番近い存在であり、まさに消費者行政そのものと言える存在である。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について、今後も確保に向けた取組の継続や、更なる活躍の場の拡大を検討する必要がある。まずは、消費生活相談員が担う業務の重要性を広め、業務内容の必要性について周知する必要がある。消費

生活相談員については、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ていく必要がある。

【取組の方向性】

- 消費者庁は、消費生活相談員の働き方として、地域に寄り添い総合型行政化された中で充実した相談機能を担うことや、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られること、相談の知見を活かして教育・啓発活動の中心となること等多様な活躍の場の構築を一層進め、魅力ある職業であることを更に発信していく。
- 消費者庁は、都道府県と連携し、「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」における消費生活相談員（エキスパート）の業務内容等のガイドラインを示す。徳島県における「消費者行政新未来創造オフィス」での取組²²をモデルとし、コーディネーターとしての消費生活相談員（エキスパート）の活用とその役割を検討する。また、都道府県においては、消費生活相談員（エキスパート）の役割に相応しい処遇を検討することが望ましい。
- 消費者庁は、国民生活センターと連携し、消費生活相談員の知見の高度化や活躍の場が広がるよう、ICTの活用等により消費生活相談員の教育を一層充実化する。並行して試験内容、資格制度の在り方等についても継続的に検討する。

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

消費者庁及び地方自治体は、これまで見てきた取組の方向性に従って、今後の施策を検討する必要があるが、そ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（社会的資源）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、財源及び人的資源が限られる中で、こうした裏付けを考えるにあたっては、行政資源の活用の在り方という従来の議論に加えて、公共私を横断した多様な財源、人的資源の在り方という、より広い視野で検討を進めるべきである。

（1）財源の確保

【基本的な考え方】

地方消費者行政の予算に係る状況を見ると、地方交付税措置は約 260 億円となっているが、地方自治体において消費者行政に予算措置されている金額はその 5～6 割程度とみることができる。地方自治体へのヒアリングによれば、福祉、保健医療、

²² 徳島県では、新未来オフィスや県が、消費者庁一関係行政機関、県内の関係部局、国一市町村のつなぎ役となり、総合調整やコーディネートを行う仕組みを構築している。

介護、防災行政等と比較すると消費者行政に係る施策の優先度が低いため、自主財源の確保が十分にできず²³、継続的な国からの交付金による財政支援を求める状況が明らかとなった。

このような状況から、引き続き、交付金を継続していくべきとの議論がある。これに対して、本来交付金は一時的な措置にすぎず、地方の実情をみると、交付金に依存した施策は交付金の終了とともに取り止めとなる可能性がある。また、交付金の拡大は地方自治の流れに反するとの見方もある。

さらに、地方消費者行政の効果は一つの自治体にとどまらず、国全体に及ぶものであり、国が自治体と連携して取り組むことが不可欠な面があるため、交付金や国庫負担金による財政措置の可能性もあるとの議論がある。例えば消費生活相談員が入力するP I O - N E T情報等の消費生活相談に係るデータは、国の企画立案、制度改正、法執行の基盤データとなっており、消費者行政は国と地方公共団体が一体となって実施すべき側面が強く、地方自治体の相談・執行体制等を充実・強化することは、国の消費者行政の推進にも直結するため、交付金や国庫負担金での支援が必要である、という議論がある。これに対して、国庫負担金化は、自主財源化を進めてきた消費者庁の施策の方向性と矛盾するとの見方がある。

国からの交付金や、国庫負担金による財政措置が可能であれば、即効性のある手段として有効だと考えられる。しかし、20年後を見据えた際に、消費者行政の充実・強化のための取組を実現し、かつ、中長期的な地方分権の推進や地方自治の発展につながる財源の在り方となっていることが必要である。したがって、当面の交付金の充実が必要であるが、一時的な予算に依存するのではなく、担い手となる公共私それぞれにおいて持続可能な財源確保を実現すべきである。

市町村においては総合型行政、都道府県においては、補完、支援、専門性、「消費者行政コーディネートセンター(仮称)」による調整機能の強化、国においては、I C T等の基盤整備といった役割を明確化しており、それぞれの役割、機能に応じた形で恒常的な財源を充実・強化していくことが必要である。

【取組の方向性】

○消費者庁は、地方自治体と協力して、消費者行政の重要性を更に強く打ち出し、行政における優先順位を高めるための取組を各界各層への働きかけを含めて一層幅広く展開する。

²³ 地方交付税措置があるにもかかわらず、自主財源を確保できない理由の一つとして、地方交付税が備える財源保障機能と財源調整機能の発揮が不十分で、地方交付税総額が地方自治体の需要を十分に保障できていないことを挙げる見解がある。総務省地方財政審議会「今後目指すべき地方財政の姿と令和2年度の地方財政への対応についての意見(令和元年12月13日)」でも、地方交付税本来の財源保障機能と財源調整機能を発揮できるようにするため、その総額を確保することが必要であるとしている。

○消費者庁は、地方自治体と協力して、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する。その際、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（クラウドファンディング、基金等）も含めた持続可能な財源確保の方策も検討すべきである。地方自治体は、今後の消費者行政の充実・強化のための財源確保を進めるとともに、公共私連携を踏まえた確保策を検討することが望ましい。

（２）人的資源の活用

【基本的な考え方】

人口減少の流れの中で、生産年齢人口も更に減少することが見込まれるが、消費者行政に関わる担い手として、従来の担い手に加え、高齢者、高校生や大学生といった学生等、事業者とその従業員等、様々な人材を取り込んでいくことが考えられる。これらの人材の協力を得るためには、消費者問題や関連する高齢者問題への関心を喚起していくことが重要である。また、今後は、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も重要である。

さらに、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。

人的資源の活用においては、単に現在ある人的資源を活用するだけでなく、活躍できる人材を育成し、それらが互いに連携していく観点も重要である。また、特定適格消費者団体や適格消費者団体、NPO等の事業者等に加え、これまで消費者問題に関わりが薄かった団体等においても、これからの消費者問題を解決する重要な担い手として捉え直し、連携協力を深めていくことが望ましい。

【取組の方向性】

○消費者庁及び地方自治体は、消費者問題に関心のある民間人材が、行政、消費者団体及びNPO等で働くこと、あるいは行政人材が、消費者団体、NPO、民間企業等で働けるよう、出向、副業、転籍等の柔軟な雇用形態を活用した人材活用を積極的に行うことが望ましい。

○地方自治体は、地域のNPO等事業者と協力して、消費者行政を推進することが望ましい。その場合に地方に活躍の場を求める人材を活かすことができるよう、受入体制を整えることが望ましい。例えば、人材と団体のマッチングや人材育成支援等が考えられる。

○地域団体、NPO、ボランティア、事業者等は連携して消費者問題に取り組み、問題解決に貢献することができる。地方自治体は、こうした地域活動が積極的に展開されるべく環境整備を行い、支援していくことが望ましい。

(3) 消費者行政に係るデータの整備・分析

【基本的な考え方】

本専門調査会では、近年の地方消費者行政の動向について定量的な分析を試みた。本分析では、①地方自治体の消費者行政予算（自主財源）と他の要素との相関関係をみることで、自主財源と各施策との関連の強さを測ること、②地方自治体の苦情相談件数と他の要素との相関関係をことで、各施策の効果を測ることに主眼を置いて行った²⁴。

限られた時間と入手可能なデータで分析を試みた結果、消費者行政予算（自主財源）と他の要素及び苦情相談件数と他の要素との相関の強さ等を明らかにすることができた。他方で、各要素が互いにどのように影響し合っているかや、要素間の因果関係を特定することは、分析時間やデータの制約から困難であった。今後はこのような研究をより充実させ、消費者行政に関する施策をより良いものとするため、消費者行政の重要性やその効果を定量的に示し、検証し、限られた社会的資源を最大限効果的に活用する方策を検討することが必要である。

【取組の方向性】

○消費者庁は、利活用可能なデータを収集し、広く活用を促すように積極的に公表する。また、社会的資源を最大限効果的に活用し、効果的な施策を展開していくため、詳細なデータ分析に基づく施策の定量的効果測定を行い、エビデンスに基づく施策を実施²⁵する。

²⁴ 分析手法や条件、結果の詳細は参考資料●を参照されたい。

²⁵ いわゆるEBPM。EBPM（Evidence-based Policy Making、エビデンスに基づく政策立案）とは、限られた資源を有効に活用し、国民により信頼される行政を展開することを目指す取組のこと。エビデンスを構築する上で必要となる統計等の整備・改善が重要で、EBPMを推進することにより、ユーザー側のニーズを反映した統計等が一層求められる。

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、消費者行政は保健医療、福祉、介護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。

これからの消費者行政は、市町村における総合型行政による実施を基礎として、都道府県による補完と国による支援等の重層的な協働によって推進されなければならない。多様化・複雑化・広域化・グローバル化する消費者問題への対処は、法律、経済、科学技術、情報処理など高度な専門性を必要としており、そのため様々な分野の諸力を糾合する必要がある。国と地方の重層的な連携協働、そして公共私連携協働がその鍵となる。

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。

国と地方における消費者行政の展開は、消費者政策という観点だけではなく、安全安心な社会の基盤をつくり消費市場を活性化することを通じて、一人一人の国民の社会生活や経済生活の発展に貢献するものであると信じる。

消費者庁をはじめとする関係行政機関には、本報告書で示した対応策も踏まえつつ、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。