

消費者庁 平成 24 年度予算案の概要・機構定員要求の結果について

平成 23 年 12 月 24 日
消費者庁

1. 概要

- 東日本大震災の被災地復興を支援するとともに、原発事故を踏まえ、消費者の食の安全・安心を確保することは政府全体の最重要課題の 1 つ。消費者庁としても、対策強化のために必要な予算及び定員を確保。
- 消費者事故等の調査を行う独立機関の設置や、集団的消費者被害の回復に係る新たな訴訟制度の導入のため、次期通常国会に関連法案の提出を予定しており、それに伴い必要な予算及び機構・定員を確保。
- 地方消費者行政のための財源（「地方消費者行政活性化基金」の増額）を確保（消費者庁として初めて、当初予算に計上）。
- 引き続き消費者庁所管法令の執行体制を強化するとともに、消費者教育や消費者政策に関する情報発信の強化を図るため、必要な予算及び定員を確保。
- 予算額は、一般会計と東日本大震災復興特別会計（復興庁一括計上）の合計で 93.4 億円（平成 23 年度予算（90.4 億円）比 3.3% 増）、一般会計のみで 88.7 億円（平成 23 年度予算比 1.9% 減）。
- 機構については、いわゆる 8 条機関として「消費者安全調査委員会(仮称)」を新設。定員については、通常増員 2 名、時限増員 9 名の計 11 名を増員（合理化減 2 名を差し引いて、平成 23 年度 270 名→平成 24 年度 279 名）。

2. 予算案のポイント

（詳細：別紙 1、別紙 2）

注：※… 東日本大震災復興特別会計（復興庁に一括計上）
★… 「日本再生重点化措置」要望の関連項目

震災復興対応等

○被災 4 県に対する「地方消費者行政活性化基金」の増額

364 百万円（新規 ※）

各都道府県に造成されている「地方消費者行政活性化基金」について、震災・原発事故を受けた緊急対応（食品等の放射性物質検査、食の安全性等に関する消費生活相談対応等）により、被災 4 県（岩手・宮城・福島・茨城）では基金に不足が見込まれるため、増額措置を行う。

○食品と放射能に関するリスクコミュニケーション

26百万円（新規 ※）

東日本大震災・原発事故を踏まえ、食の安全・安心を確保するため、食品と放射能に関する理解を広げることを目的として、消費者と専門家が共に参加する意見交換や政府の取組をお知らせする会を全国各地で展開し、広範囲な層の消費者への浸透を図る。

消費者被害の防止・救済のための新たな仕組み

○消費者事故調査機関の設置

70百万円（新規）

専門家による独立・公正な事故調査機関として「消費者安全調査委員会(仮称)」を消費者庁に設置し（いわゆる8条機関）、生命・身体分野の消費者事故等について幅広く、事故原因の究明と再発・拡大防止のための提言を行う。（次期通常国会提出法案関連予算）

○集団的消費者被害救済制度の導入

42百万円（12百万円）一部☆

多数の消費者が被害者となる事案に関し、適格消費者団体が関与する新たな訴訟制度の導入に向け、消費者・事業者へ制度の周知を図るための相談・啓発事業等を幅広く実施する。（次期通常国会提出法案関連予算）

地方消費者行政の強化

○食の安全・安心のための取組、地域の多様な民間団体の活動を支援するための「地方消費者行政活性化基金」の増額

500百万円（新規）☆

原発事故による食品と放射能の問題をきっかけに、食の安全・安心の確保に対する消費者の関心が高まっている。これを踏まえ、地域における食の安全・安心に関する取組を支援するとともに、地域の子育て、環境、福祉、産業等の多様な主体による消費者問題への取組を支援する。このため、「地方消費者行政活性化基金」を増額するとともに、基金の運営要領を改正・拡充し、自治体の取組だけでなく民間団体の活動も支援できるよう措置する。

（※本項目は「日本再生重点化措置」枠で要望し、通常枠（要求枠）で措置されている。）

○地方消費者グループフォーラム

33百万円（27百万円）

消費者団体を始め地域で活動している子育て、環境、福祉、産業等の多様な主体が連携する場として、「地方消費者グループフォーラム」を引き続き開催し、消費者問題に取り組む住民の輪を広げる。

消費者教育の推進、消費者政策に関する発信力の強化

○消費者教育の体系的・総合的推進

45百万円（48百万円）

消費者庁のリーダーシップのもと、関係省庁、学識経験者、消費者団体等が連携して行う「消費者教育推進会議」を実施。また、中学生・高校生向け副教材の活用状況のフォローアップや効果測定を行うとともに、それらを踏まえ、小学校高学年向けの消費者教育用副教材を作成・配布するなど、更なる消費者教育の改善強化を図る。

○消費者白書(仮称)・包括的消費者意識調査

53百万円（新規）☆

適切かつ効果的な消費者政策の推進のためには、消費者の満足度や政策ニーズを的確に把握する必要。特に昨今においては、東日本大震災に関連した消費者意識の変化を踏まえることも重要である。このため、包括的な消費者意識調査を行うとともに、消費者問題の現状や課題、政府の取組等の全体像を分かりやすくまとめた年次報告書（「消費者白書(仮称)」）を作成し、消費者行政に関する対外発信を強化する。

3. 機構・定員要求の結果

<機構>

○消費者安全調査委員会(仮称)の設置〔法律〕

（他に内閣府令で消費者安全課に事故調査室を設置）

<定員>

○11名増員（通常増員 2名、復興枠増員(時限) 9名）

○2名合理化減

→差引き9名増（平成23年度 270名 → 平成24年度 279名）

〔内訳〕事故調査室 2名、食の安全・安心 3名 等

※ 今回の定員要求に対しては、東日本大震災の復興財源の確保や公務員総人件費の削減等の必要性から、全省庁例外なく、復興特別会計で措置する時限的増員を除き、増員から合理化減を差し引いた数をゼロ以下に抑制するとの整理がなされた。