

令和 2 年 6 月 23 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、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的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 持続的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活用
- おわりに

はじめに

第1 現状

1 消費者問題の現状

- ・消費生活相談件数は、P I O－N E T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、潜在的な被害額は5.4兆円となっている。
- ・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縮小、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、これらに付随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る必要がある。

2 地方消費者行政の現状

- ・消費者庁は、平成27年3月に「地方消費者行政強化作戦」¹を策定し、各種の取組を進めてきた。令和2年4月に「地方消費者行政強化作戦2020」²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。
- ・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、平成21年(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。

¹ 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。

² 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。

- ・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、身近な問題や先進的な問題に対する対応力が衰えている。
- ・消費者問題の広域化、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。今後孤立化、過疎化がさらに進展することにより、「地域力」が低下する懸念がある。これらにより、消費弱者が急増することが予想される。
- ・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。
- ・情報化、デジタル化、グローバル化の進展や、高齢化、従来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EC（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」、「エシカル消

費」³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。また、SDGs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。
- ・安全安心な消費社会の実現に関連して、エシカル消費、地産地消の重要性も一層高まっている。責任ある持続可能な消費と生産や安全安心なマーケットを、国内市場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。

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、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、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、国の役割を明確化しつつ、市町村、都道府県、国が有機的に連携し、それぞれが補完し合う重層的に消費者の安全安心を守る行政体制へ転換している。

³ 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かかわらず、国の対応は限定的なものに留まっている。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、自治体における解決策の模索を自治体に任せきりにされず、必要に応じて市町村、都道府県、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、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も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。
- ・相談員、消費者サポーター、民生委員、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を中心に確立されている。
- ・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の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、ネットや実店舗等どこでも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、こうした社会が実現されている。
- ・SDGs、地産地消、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

- ・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、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、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的な消費生活相談体制の実現

- ・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。
- ・都道府県では、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

- ・以上の目指すべき姿を実現するため、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。人的資源、組織資源、財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ターセンター（仮称）」を都道府県に設置する。
- ・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、教育行政とつながる、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ターセンター（仮称）」を中心に、相談員、消費者サポーター、民生委員、消費者団体、地域の課題に

取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、悪徳事業者に対しては、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、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、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と連携し、啓発・教育活動を行う。
- ・若年者に対しては、中学・高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・専門学校や小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。
- ・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。
- ・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P I O-N E T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る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、ユーザー側、プロバイダー側の双方がチェック機能を働かせる。
- ・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実現するため、エンカル消費の普及・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内容を高度化し、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、高齢者組織がモニタリングする。
- ・消費者分野における高齢者問題を世界的に解決に導くため、高齢化の最先端にいる日本が、実践・研究した成果を「日本モデル」として世界に発信する。

(4) Society5.0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。
- ・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AI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、解決策を各人の携帯端末に提示する。
- ・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、個別の細かな問題は人の目でチェックする。人の部分を、高齢者が担う。
- ・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。
- ・以上を実現するために、行政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。
- ・行政においては、消費者が遠方からも行政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。

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。
- ・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。市町村と都道府県は、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・国と協力して、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 持続的な消費生活相談体制の構築

- ・持続的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ターセンター（仮称）」に付与し、当該組織は、コーディネーター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ターセンター（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スキーム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ターセンター（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必要がある。政令市、中核市では、専門人材の育成や、専門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ターセンター（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と備えた体制を構築・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

- ・地域に密着した相談窓口を全国で維持するため、市町村の相談窓口業務を消費者団体や事業者などへの業務委託についても検討する。市町村は必要に応じ業務委託を進め、国や都道府県は業務委託できるよう委託先の選定・教育など体制整備を行う。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「消費者行政コーディネートセンター（仮称）」は、市町村の相談窓口や広域センターと同様に、業務委託先となる消費者団体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活用

- ・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、行政の予算や人材配置等の従来の議論にとどまらず、行政・民間の双方の社会的資源（人的資源、組織資源、財源等）を有効活用していく視点をもつ。

<社会的資源の活用例>

- ・地方自治体独自の税源として、課税自主権（超過課税・法定外税）を活用することも選択肢として考えられる。ただし、自治体間の財政力の差が出るため、国の地方交付税による財政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。
- ・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、用途を消費者救済や教育、高齢者見守り等の取組とし、認証制度を受けた商品やサービスを返礼品とする納税制度を設けることも考えられるのではないか。
- ・クラウドファンディングの活用も考えられる。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、運用により持続的な資金を確保することも考えられる。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を働きかけることも考えられる。
- ・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も考えられる。
- ・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、関心のある職員と団体をマッチングする仕組みも考えられる。
- ・「地産地消」、「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、人材を地方に引き付ける要因となる。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、活躍できる場を創出する等、受け入れ側の環境整備が必要である。
- ・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。
- ・そのほか、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。

<利活用できるデータの整備>

- ・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必要がある。
- ・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。

おわりに