地方消費者行政強化作戦 2020

令和２年４月１日
消費者庁

（趣旨）

第１　第４期消費者基本計画（令和２年３月 31 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、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指して、「地方消費者行政強化作戦」（平成 27 年３月 24 日付け消教地第 117 号）を改定し、「地方消費者行政強化作戦 2020」（以下「強化作戦 2020」という。）として定める。

第２　強化作戦 2020 の推進に当たり、消費者庁は、地方消費者行政が自治事務であることを踏まえ、地方公共団体の自主性・自立性が十分に発揮されることに留意するとともに、地方消費者行政の充実・強化のための交付金等を通じて、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援する[1]。

（目標）

第３　消費者庁は、地方消費者行政の充実・強化を通じて、消費者のより豊かで安全・安心な生活を実現するため、地方消費者行政の充実・強化のための交付金等を通じた当面の政策目標として、都道府県ごとに以下の項目を達成することを目指し[2]、地方公共団体等の取組を支援する。

＜政策目標１＞ 消費生活相談体制の強化

【消費生活センター[3]の設置促進】

１－１　設置市区町村[4]の都道府県内人口カバー率 90%以上

＜政策目標２＞ 消費生活相談の質の向上

【消費生活相談員の配置・レベルアップの促進】

---

[1] 強化作戦 2020 の推進に当たっては、「地方消費者行政強化作戦 2020 策定に関する懇談会取りまとめ（令和元年９月）」において示された考え方を十分に踏まえて取り組むこととする。

[2] 都道府県ごとに数値を把握することが困難な目標については、全国の数値等を参照することとする。また、数値目標を設定することが困難な項目については、定性的な目標を設定する。定性的な目標については、参考となる関連指標を総合的に勘案し、取組状況の把握・評価に努める。

なお、強化作戦 2020 では、政策推進に当たって前提となる体制整備状況等を中心に目標を設定していることから、当該目標の達成に加えて、各地方公共団体において実効性のある取組が進められることが重要である。

[3] 消費生活センターとは、地方公共団体が設置する消費生活相談窓口のうち、週４日以上開所していることなど、消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号）が定める一定の要件を満たしているものをいう。

[4] 広域連携による設置を含む。以下同様。

２－１　配置市区町村の都道府県内人口カバー率 90%以上

２－２　相談員資格[5]保有率 75%以上

２－３　相談員の研修参加率 100%（各年度）

２－４　指定消費生活相談員を配置（全都道府県）

＜政策目標３＞ 消費者教育の推進等

【若年者の消費者教育の推進】

３－１　消費者教育教材「社会への扉」等を活用した全国での実践的な消費者教育の実施[6]

３－２　若年者[7]の消費者ホットライン 188 の認知度[8]30%以上（全国）

３－３　若年者の消費生活センターの認知度[9]75%以上（全国）

【地域における消費者教育推進体制の確保】

３－４　消費者教育コーディネーターの配置の推進（全都道府県、政令市）

３－５　消費者教育推進地域協議会の設置、消費者教育推進計画の策定（都道府県内の政令市及び中核市の対応済みの割合 50%以上）

３－６　講習等 （出前講座を含む）の実施市区町村割合 75%以上

---

[5] 「相談員資格」とは、消費者安全法第 10 条の３に規定する消費生活相談員資格試験並びに不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律の一部の施行に伴う経過措置に関する内閣府令（平成 27 年内閣府令第 17 号）第２条に規定する以下の資格を指すものとする。

・独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）が付与する消費生活専門相談員の資格

・一般財団法人日本産業協会が付与する消費生活アドバイザーの資格

・一般財団法人日本消費者協会が付与する消費生活コンサルタントの資格

[6] 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム（2018 年２月 20 日付け若年者への消費者教育の推進に関する４省庁関係局長連絡会議決定)」に基づき、推進しているもの。なお、2018 年度からの３年間を集中強化期間として取組を実施しており、2020 年度が最終年度となる。

[7] 10 歳代後半。目標３－３においても同様。

[8] 「消費者意識基本調査」における消費者ホットラインの番号（「188」）の認知度。

[9] 「消費者意識基本調査」における消費生活センターの認知度（「名前は知っている」、「名前や業務の内容を知っている」、「名前や業務の内容、自分の住んでいる地域における所在や連絡先を知っている」の合計)。

【SDGs への取組】

３－７　エシカル消費の推進[10]（全都道府県、政令市）

３－８　消費者志向経営の普及・推進[11]（全都道府県）

３－９　食品ロス削減の取組の推進[12]（全都道府県、政令市）

＜政策目標４＞ 高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動の充実

【消費者安全確保地域協議会の設置】

４－１　設置市区町村の都道府県内人口カバー率 50%以上

【地域の見守り活動の充実】

４－２　地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用する市区町村の都道府県内人口カバー率 50%以上

４－３　見守り活動を通じた消費者被害の未然防止、拡大防止[13]

＜政策目標５＞ 特定適格消費者団体、適格消費者団体、消費者団体の活動の充実[14]

＜政策目標６＞ 法執行体制の充実[15]（全都道府県）

＜政策目標７＞ 地方における消費者政策推進のための体制強化

【地方版消費者基本計画】

７－１　地方版消費者基本計画の策定（全都道府県、政令市）

【消費者行政職員】

７－２　消費者行政職員の研修参加率 80%以上（各年度）

---

[10] エシカル消費に関する消費者向け啓発の実施状況、消費者（団体）・事業者（団体）等との連携・協働の状況等を把握することが考えられる。

[11] 事業者（団体）等との連携・協働状況、区域内における消費者志向自主宣言・フォローアップ活動参加事業者数等を把握することが考えられる。

[12] 食品ロスの実態把握、住民・消費者への啓発、飲食店や食品関連事業者、フードバンク等と連携した取組等の実施状況、食品ロス削減推進計画の策定状況等を把握することが考えられる。

[13] 見守り活動を通じた消費者被害の認知件数や防止件数等についての取りまとめ・公表の状況等を把握することが考えられる。

[14] 消費者団体等への支援や連携・協働の状況等を把握することが考えられる。

[15] 法執行担当職員の配置状況、法執行研修への参加状況、警察等の関係機関との連携状況、法執行の状況等を把握することが考えられる。

（各主体の役割と具体的取組）

第４　前記第３の政策目標の達成に向けて、国・都道府県・市区町村、消費者団体等の関係主体は、消費者基本法（昭和 43 年法律第 78 号）、消費者安全法、消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）等の関係法令の趣旨を踏まえ、それぞれの役割について十分認識した上で、適切に連携して取組を進めるものとする。その際、地方消費者行政の主要な事務について、例えば、以下のような役割分担[16]に基づき、具体的な取組を進めることが期待される。

【消費生活相談】（消費者の権利を守るための基礎的なサービス）

・国及び国民生活センター：消費生活相談体制の基盤強化（消費生活相談員の育成、地方研修・オンデマンド研修の充実、PIO-NET 配備の充実・入力負担の軽減、事例提供等）
・都道府県：市区町村支援の充実（指定消費生活相談員による支援、バックアップ体制の整備、多言語・SNS 対応等）、広域連携の推進
・市区町村：質の高い消費生活相談の実施（研修への積極的な参加、認知症高齢者や障害者等配慮を要する消費者からの相談への対応力強化等）、消費生活相談員の就業環境の改善

【消費者教育】（消費者被害を防止し、自立した消費者を育成するための基幹業務）

・国及び国民生活センター：ソフト面での支援強化（教材・事例提供、ポータルサイトの充実等）、SDGs 推進のための支援
・都道府県：区域内全体における消費者教育の企画・立案、推進（消費者教育推進計画及び消費教育推進地域協議会、消費者教育コーディネーターの活用等）
・市区町村：国・都道府県からの支援を活用した積極的な消費者教育の実施
・消費者団体：地域の消費者教育の担い手（地方公共団体と連携した出前講座の実施等）

【地域の見守り活動】（高齢者等の消費者被害の未然防止・拡大防止のための重要な取組）

・国及び国民生活センター：関係行政機関等の連携促進、見守りの担い手育成（消費生活協力員・協力団体等）、事例の提供
・都道府県：市区町村における消費者安全確保地域協議会の設置・活動支援（福祉等の関係部局との連携促進、都道府県レベルの消費者安全確保地域協議会の設置・運営、情報提供等）
・市区町村：地域における見守り活動の実施（福祉等の既存の地域ネットワークの活用も含めた消費者安全確保地域協議会の設置・運営、消費生活協力員・協力団体の積極的活用等）
・消費者団体：地域の見守り活動の中心的役割（消費生活協力員・協力団体の育成への協力等）

[16] 括弧内は今後の主な課題の例。

【事業者への法執行、事業者との連携等】（公正な市場の形成に向けた取組）

・国及び国民生活センター：地方公共団体の法執行力強化への支援（研修の充実、人的体制整備、情報提供等）、適格消費者団体等の活動への支援、消費者志向経営の普及・推進
・都道府県：法執行体制の強化、付与されている法執行権限の適切な行使、国が行う法執行との連携強化、適格消費者団体等の設立・活動への支援、区域内の事業者との連携・協働（消費者志向経営推進組織の設立等）
・消費者団体：消費者団体訴訟制度に基づく差止請求・被害回復、行政・事業者等との連携・協働
・事業者：消費者志向経営の推進、行政・消費者団体等との連携・協働

第５　前記第４に掲げられた役割を踏まえつつ、地方消費者行政の充実・強化を図るため、都道府県、政令市を始めとする各地方公共団体において、国が策定する消費者基本計画等を参考に、地域版の消費者基本計画を策定し、計画的・安定的に取組を進めることが期待される。また、独自の計画を策定していない市区町村においても、都道府県が策定した計画等を踏まえて、地域の実情に応じた消費者行政を推進することが望まれる。

（推進方策）

第６　国・都道府県・市町区村、消費者団体等の関係主体は、前記第４及び第５に掲げられたそれぞれの役割を十分に認識した上で主体的に取組を進めるとともに、国・地方公共団体を通じて、その裏付けとなる財源が確保されるよう努めるものとする。

第７　このため、消費者庁は、強化作戦 2020 における目標設定の考え方について、地方公共団体に対して丁寧に説明を行うとともに、自主財源に裏付けられた地方消費者行政の充実・強化の実現に向けて、地方公共団体に対する継続的かつ具体的な働き掛けを実施する。また、地方公共団体が、国との連携を図りつつ、目標の達成に向けて積極的に取り組むことが可能となるよう、財政面を含む必要な支援策を講じるものとする。

第８　地方公共団体は、国からの支援や消費者団体の協力等も活用しつつ、自主財源に裏付けられた財源の確保を含めた地方消費者行政の充実・強化のための道筋を明らかにするとともに、実施した事業についての検証・評価を通じて、取組の実効性を継続的に改善することが望まれる。

第９　強化作戦 2020 の推進に当たっては、第４期消費者基本計画を推進するための枠組みを活用して、毎年度、進捗状況の検証・評価を行うとともに、必要に応じて強化作戦 2020 の改定を行うなど、PDCA による進捗管理を徹底するものとする。

（対象期間）

第 10　強化作戦 2020 の対象期間は、令和２年度から令和６年度までの５年間とする。

（以上）