

総 括 調 査 票

調査事案名	(2) 地方消費者行政強化交付金			調査対象 予 算 額	令和5年度(補正後) : 3,250百万円 ほか (参考 令和6年度 : 1,650百万円)		
府省名	内閣府	会計	一般会計	項	消費者政策費	調査主体	共同
組織	消費者庁			目	地方消費者行政強化交付金	取りまとめ財務局	(東海財務局)

①調査事案の概要

【事案の概要】

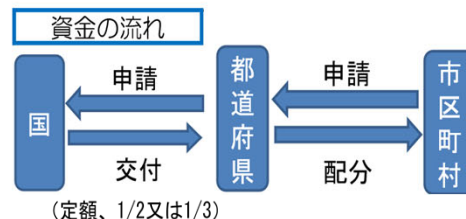
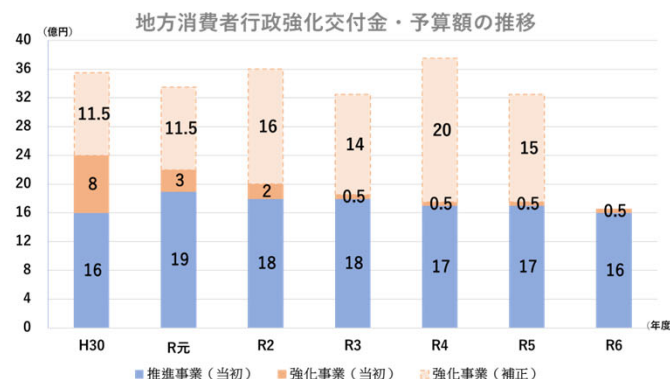
○地方消費者行政推進事業(定額補助)※フォローアップ対象

- 自治体が自治事務として取り組んでいる地方消費者行政において、平成29年度までに自治体が「地方消費者行政推進交付金」等を活用し行ってきた消費生活相談体制の整備等、スタートアップに必要な事業に対し、引き続き支援するもの。なお、交付金の活用期限は最長で令和9年度末までとなっている。

(本調査は、令和元年度予算執行調査のフォローアップ調査として実施。)

○地方消費者行政強化事業(1/2、1/3、定額補助)※新規調査

- 国として取り組むべき重要な消費者政策(消費生活相談のDX化、自治体間連携の促進、悪質商法対策等)の推進のため、積極的に取り組む自治体を支援するもの。



消費者行政推進事業に係る事業メニュー

- 消費生活相談機能整備・強化事業
- 消費生活相談員養成事業
- 消費生活相談員等レベルアップ事業
- 消費生活相談体制整備事業
- 市町村の基礎的な取組に対する支援事業
- 地域社会における消費者問題解決力の強化に関する事業
- 消費者安全法第47条第2項に基づく法定受託事務

【前回の調査結果(令和元年度)の概要】

調査結果の概要及び今後の改善点・検討の方向性

- 消費生活相談体制整備事業については、広域連携の積極的活用を含め、効率的な相談員の配置等を検討しつつ、交付金以外の財源により取り組むべき。
- 推進事業はスタートアップ支援であり、活用期限到来前に当初の目的を達成した事業、地域ニーズが低い事業等については、速やかに終了すべき。また、交付金の割合が高い事業は交付金以外の財源を確保する方策を検討すべき。
- 交付金事業が効果的・効率的に執行されているかどうか、事業毎の目的の達成度等について検証結果を踏まえた事業計画の策定、事業見直し等を行っていく必要。

反映の内容等

- 広域連携による消費生活センターの設置を積極的に支援することを前提に、消費生活センター設置の目標については人口カバー率で設定することとしており、自治体の限られた財政的・人的資源の中で効率的な地方消費者行政の体制整備に向けた取組を促進する。
- 活用期限到来前の事業であっても、真に必要な事業を精査させるなど、事業の速やかな終了に向けた取組を促進する。また、引き続き自治体の首長等に対して交付金以外の財源確保に向けた働きかけを行う。
- 令和3年度概算要求に向けて、交付金事業の効果検証を行うこととし、効果的・効率的な執行となるよう事業の見直しなどを行う。

総 括 調 査 票

調査事案名 (2) 地方消費者行政強化交付金

②調査の視点

1. 推進事業（定額補助）

- 推進事業の交付金活用期限（最長で令和9年度末）に向けて、自治体において、消費者行政を安定的に実施していくための取組は進んでいるのか。

【調査対象年度】
令和2年度～
令和4年度

【調査対象先数】
都道府県：47
市区町村：149

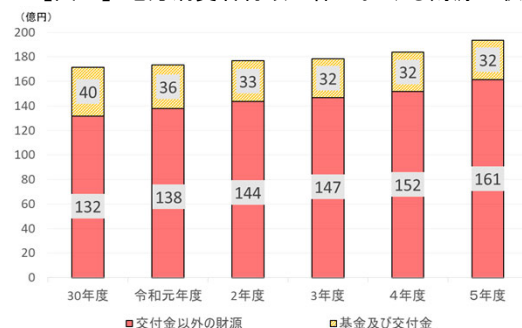
③調査結果及びその分析

1. 推進事業（定額補助）

- 自治体が自治事務として取り組んでいる地方消費者行政においては、平成30年度以降、自走へ向けた取組を進めており、自治体における基礎的な体制整備支援を行う推進事業においても、事業費総額及び交付金額は漸減している【図1】、【表1】。

一方で、推進事業のメニューごとの活用状況を確認したところ、相談員の配置等のイニシャル的な相談体制整備への交付額は減少しているものの、広報・啓発といった、自治体において毎年度継続的に実施する事業に対する交付額は増加しており、加えて、推進事業全体における交付金割合についても高止まりしている状況であった【図2】。

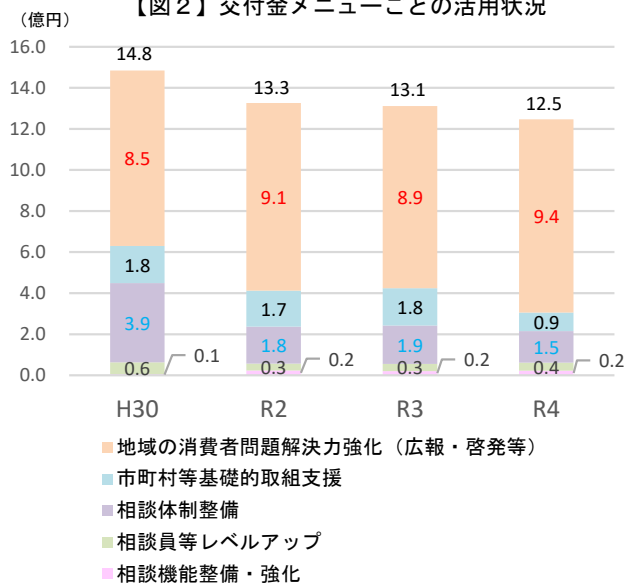
【図1】地方消費者行政全体における財源の状況



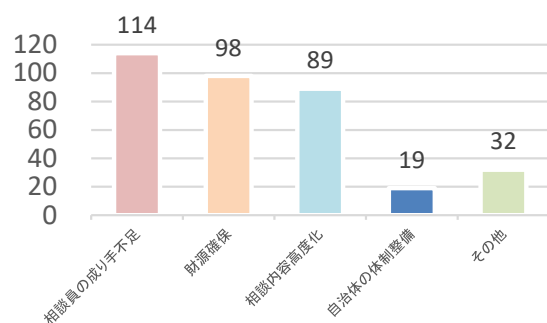
【表1】調査対象先における推進事業の交付金割合（単位：億円）

年度	H30	R2	R3	R4
推進事業総額	19.0	15.4	15.2	14.3
うち交付金	14.8	13.3	13.1	12.5
交付金割合	78.1%	86.3%	86.2%	86.9%

【図2】交付金メニューごとの活用状況



【図3】消費者行政の懸念事項



- 自治体の実施する消費者行政の取組の中で、近隣自治体と広域連携を行い相談体制を整備することで、消費者行政にかかる経費を削減することができたとの回答があった。

また、自治体が消費者行政を実施する上での懸念事項として、相談員の成り手不足や相談内容の高度化への対応といったものがあったが、これらについても広域連携により解決することができるとの回答も見られた【図3】。

④今後の改善点・検討の方向性

1. 推進事業（定額補助）

- 自治事務である消費者行政については、推進事業における交付金の最終的な活用期限である令和9年度以降においても、それぞれの自治体において安定的に実施されることが重要。

- そのためにも、令和9年度末の交付金活用期限に向けて、自治体が交付金に頼らず取組を推進できるよう、既に自治体において効果を上げている相談体制の広域化等を含めた、より効果的・効率的な仕組みを推進することを検討するべき。

総 括 調 査 票

調査事業名 (2) 地方消費者行政強化交付金

②調査の視点

1. 推進事業（定額補助）

○ 前回調査以降、自治体は事業の効果検証及び事業の見直しを適切に実施しているのか。また、令和元年度以降に交付金活用期限が到来した事業において、交付金活用期限が到来する前から見直しを実施しているのか。

【調査対象年度】
令和元年度～
令和5年度

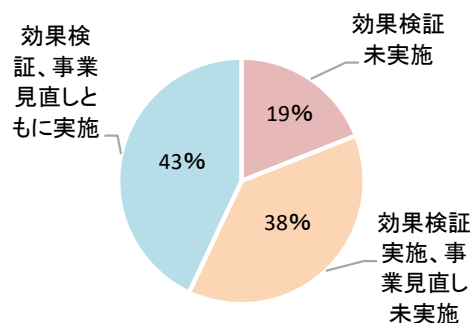
【調査対象先数】
都道府県：47
市区町村：149

③調査結果及びその分析

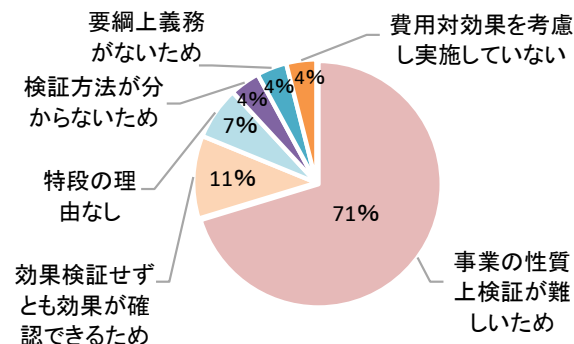
1. 推進事業（定額補助）

- 前回調査で「事業の効果検証を行い見直しを行う」旨の指摘をしていたところ、実際に見直しを実施している自治体は全体の43%にとどまっております、指摘が十分に反映されていない自治体がある【図4】。
- また、効果検証そのものを実施していない理由として、「事業（パンフレット配布や市民向け講座）の性質上効果の検証が難しい」と回答している例が最も多かった【図5】。
- 一方で、効果検証・事業見直しを実施している自治体においては、「各事業ごとに毎年度効果検証を実施し必要に応じて事業の縮小・廃止を検討」「最新の消費者トラブルの発生状況を踏まえて事業内容を見直す」など、適切に見直しを行っていた。

【図4】事業の効果検証の状況



【図5】効果検証未実施の理由



○ 前回調査で、「地域のニーズが低い事業は、交付金活用期限到来前であっても速やかに終了すべき」旨の指摘をしていたが、令和元年度以降に交付金の活用期限が到来した事業の対応状況を確認したところ、交付金活用期限到来前に必要に応じ自主財源へ移行させるなど見直しを実施している自治体がある一方で、交付金活用期限到来時に優先度・ニーズが低いといった理由で事業を中止・廃止している自治体が引き続き存在していた【表2】。

事業	期限到来前に自主財源へ移行	期限到来に向けて一部自主財源へ移行	期限到来により中止・廃止	中止等の理由	
				優先度低	ニーズ低
①消費生活相談機能整備・強化事業	10	6	2	1	1
②消費生活相談員養成事業	4	4	1	0	1
③消費生活相談員等レベルアップ事業	11	26	9	4	1
④消費生活相談体制整備事業	26	20	8	3	2
⑤市町村の基礎的な取組に対する支援事業	7	6	6	4	1
⑥地域社会における消費者問題解決力の強化に関する事業	12	25	16	5	3
⑦消費者安全法第47条第2項に基づく法定受託事務	5	1	3	1	1

【表2】

自治体における推進事業活用期限到来時の対応状況
(単位：自治体数)

④今後の改善点・検討の方向性

1. 推進事業（定額補助）

○ 事業の性質上、効果検証が難しいと回答している自治体があるが、例えば実施事業が市民向け講座の場合、講座受講者への事後アンケート等を活用することで効果検証を行うことが可能と考えられる。

効果検証の手法の具体例や、他の自治体での見直しの好事例を示すなど、各事業において効果検証を適切に実施できる仕組みを整備すべき。

○ 自治体における優先度・ニーズが低い事業については、各事業における交付金活用期限到来前でも効果検証の結果を踏まえて、事業の中止・廃止を含めた見直しを行うという要件を、交付金の規定等に盛り込むよう検討すべき。

総 括 調 査 票

調査事案名 (2) 地方消費者行政強化交付金

②調査の視点

2. 強化事業（1/2、1/3、定額補助）

○ 強化事業の各メニューの活用状況について、どのようなメニューが活用されているのか。また、メニュー間の活用状況に偏りが生じていないか。

○ 強化事業における達成目標を自治体はどのように設定しているのか。また、市区町村が設定する目標について都道府県はどのように関与しているのか。

【調査対象年度】
令和5年度

【調査対象先数】
都道府県：47
市区町村：149

③調査結果及びその分析

2. 強化事業（1/2、1/3、定額補助）

○ 令和5年度に調査先自治体が実施した強化事業メニューの活用状況を確認したところ、メニュー数が28ある中で、メニューごとの活用団体数に偏りがあり、中にはほとんど活用されていないメニューもあった。国の重要な消費者施策と自治体のニーズを近づけ、さらなる重点化が必要である【表3】。

【表3】

【調査先団体のうち活用団体数が多かったメニュー】

- ・消費者教育の推進(66団体)
- ・国が指定するテーマの研修への参加
 - うち社会のデジタル化・電子取引拡大への対応(51団体)
 - うち消費者政策等の普及啓発(50団体)
 - うち消費者政策関連法改正への対応(50団体)
- ・配慮を要する消費者への対応力強化(40団体)

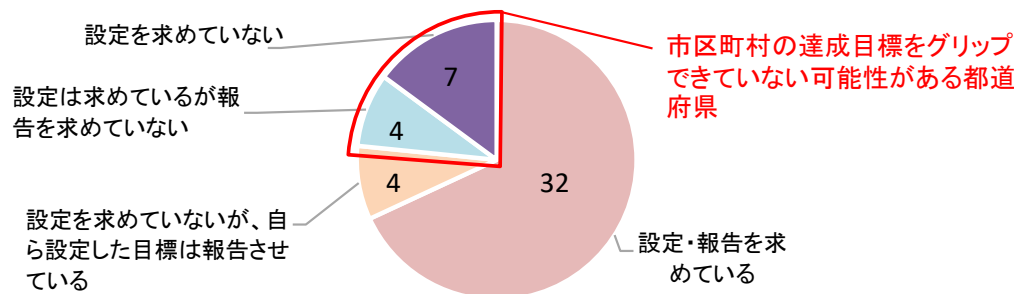
【調査先団体のうち活用団体数が少なかったメニュー】

- ・高度な相談対応、相談員等のメンタルケア(1団体)
- ・風評被害払拭(1団体)
- ・公益通報者保護制度推進(1団体)
- ・相談員のテレワーク体制整備(0団体)
- ・適格消費者団体設立支援(0団体)

○ 市区町村における強化事業の達成目標の設定方法を確認したところ、各市区町村で策定している消費者基本計画を基に、計画を達成するための具体的な数値目標を設定しているケースや、地域におけるその時々消費者行政の課題を解決することを念頭とした具体的な目標を設定しているケースがある一方で、例えば単に研修会への参加回数や、パンフレットを配布することなど、事業結果が地域の消費者行政にどのように寄与するのか効果が分からない、効果検証が難しい目標を設定しているケースがあった。

また、市区町村が設定する達成目標について、都道府県の関与状況を確認したところ、市区町村が設定した目標について、一部都道府県において十分に内容の把握・理解ができていない可能性がある【図6】。

【図6】市区町村の目標設定に対する都道府県関与状況



○ 自治体を実施する強化事業の事業計画・実績報告について確認したところ、都道府県全体の内容については消費者庁HP上で公表されているが、個別の市区町村の内容については公表されていない状況であった。

④今後の改善点・検討の方向性

2. 強化事業（1/2、1/3、定額補助）

○ 強化事業は時々の消費者行政における課題に柔軟に対応できるよう、毎年度、活用状況を踏まえた各事業メニューの見直しを行うことはもちろん、国の消費者行政全体のPDCAサイクルに合わせた検討の機会を設けるなど、必要な事業に重点的に支援できるような仕組みを検討すべき。

○ 事業の達成目標は、定性的な目標や、単なる研修会等への参加回数などではなく、地域の課題解決に結びつくような、具体的な数値を用いた目標とする必要がある。

一方で、小規模自治体においてはそういったノウハウが蓄積されていないことも考えられることから、都道府県、又は消費者庁が、市区町村の目標設定状況を把握し、適切な助言を行うべき。

○ 都道府県や消費者庁が、市区町村に対して効果的なフォローや効果検証を実施できるよう、必要な情報の公表を検討すべき。