

平成16年度
独立行政法人国民生活センター
業務実績報告書

平成17年6月
独立行政法人国民生活センター

平成16年度 独立行政法人国民生活センター業務実績報告書

平成17年6月

独立行政法人国民生活センター

— 目 次 —

I. はじめに	4 頁
II. 独立行政法人国民生活センターの概要	5 頁
1. 目的	
2. 業務の範囲	
3. 根拠法	
4. 主務大臣	
5. 法人の沿革	
6. 所在地	
7. 資本金	
8. 役員の状況	
9. 職員の状況	
10. 法人の組織	
III. 中期計画・年度計画及び業務の実績等に関する報告	7 頁
1. 独立行政法人国民生活センター中期計画の一部変更について	
2. 平成16年度独立行政法人国民生活センター年度計画の届け出について	
IV. 法人の長等による業務運営状況について	9 頁
V. 平成16年度における業務実績について	10 頁
1. 業務運営の効率化	10 頁
(1) 一般管理費の執行	10 頁
(2) 業務経費の執行	12 頁
(3) 新たな体制の下で業務の効率化を図るための具体的方策検討	13 頁
2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上	14 頁
(1) 消費生活情報の収集	14 頁
1) P I O - N E T の運営	
i. 大規模データベースの構築・運営等に関する最新の技術情報等の収集	
ii. ホストシステム見直しのための検討	
iii. 相談カード入力項目に関する改善の検討	

- iv. 相談カード直接作成システム導入に関する検討
 - v. 「電子版キーワードマニュアル」の作成
 - vi. 「消費生活相談データベース」のデータ更新
 - 2) 消費者トラブルメール箱
 - i. 「消費者トラブルメール箱」による情報収集
 - ii. 「消費者トラブルメール箱」によって収集した情報の提供
- (2) 国民への情報提供・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23頁
- 1) 報道機関等を通じた情報提供
 - 2) 出版物、テレビ、ホームページ等による情報提供
 - i. ホームページ
 - ①提供情報の充実とアクセス件数増加
 - ②携帯電話による情報提供の充実
 - ③テレビ番組
 - ii. 定期出版物等
 - ①「くらしの豆知識」について
 - ②「国民生活」について
 - ③「たしかな目」について
 - ④「消費生活年報2004」について
- (3) 苦情相談・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44頁
- 1) 苦情相談
 - 2) 個人情報の取扱いに関する苦情相談
 - i. 個人情報保護法相談データベースの構築
 - ii. 個人情報に関する相談受け
 - iii. 個人情報の取扱いに関する相談処理マニュアル作成
 - 3) 地方センターの苦情相談処理への支援
 - i. 中核的機関としての役割
 - ii. 経由相談受け強化
 - 4) 消費者苦情処理専門委員会
 - 5) 苦情処理・紛争解決に関する総合的窓口機能の整備
- (4) 関係機関への情報提供・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58頁
- 1) 地方センターへの情報提供
 - i. 「P I O-N E T通信」の発行
 - ii. 地方センターへの情報提供
 - 2) 行政機関等との情報交流
 - i. 行政機関からのP I O-N E T情報提供依頼への対応
 - ii. 法令に基づく情報照会への対応
 - 3) 消費者団体、事業者団体、N P O等との情報交換
 - i. 消費者フォーラムの開催
 - ii. 事業者団体等との意見交換
 - iii. 「くらしの情報交流プラザ」の開設

(5) 研修	69 頁
1) 研修	
i. 地方公共団体職員を対象とした研修	
ii. 地方公共団体等の消費生活相談員を対象とした研修	
iii. 生活大学移動セミナー	
iv. 企業の消費者対応部門職員等を対象とした研修	
v. 消費者活動リーダーを対象とした研修	
vi. 相模原市との共催による公開講座	
vii. 学生及び小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修	
viii. 研修等の受講者に対するアンケート調査	
2) 消費生活専門相談員資格の審査及び認定	
(6) 商品テスト	86 頁
1) 原因究明テスト	
i. テスト技術向上のための研鑽とテスト期間短縮	
ii. 原因究明テスト実施件数	
iii. 全国商品テスト企画ブロック会議及び商品テスト技術評価研究会の実施	
2) 問題提起型テスト	
i. 問題提起型テスト実施件数	
ii. テスト結果の提供	
iii. テストの課題設定及び成果に対する評価	
(7) 調査研究	99 頁
1) 各種調査研究	
2) 調査研究結果及び調査研究課題に対する評価	
3. 予算（人件費の見積もりを含む。）、収支計画及び資金計画	106 頁
4. 短期借入金の限度額	106 頁
5. 重要な財産の処分等に関する計画	106 頁
6. 剰余金の使途	106 頁
7. その他内閣府令で定める業務運営に関する事項	106 頁
(1) 施設・設備に関する計画	106 頁
(2) 人事に関する計画	106 頁
1) 方針	
2) 人員に係る指標	
(3) 積立金の処分に関する事項	107 頁

I. はじめに

情報技術の進歩や規制緩和が進展するなか、経済・社会は一段とグローバル化し、また一方で少子高齢化が急速に進行するなど、国民生活を取り巻く状況は大きく変化している。消費者契約上のトラブルや商品の安全性を巡る問題も多様化・複雑化しており、消費者が生活を営む上で信頼性の高い情報の重要性は益々高まっている。

国民生活センターは、平成15年10月、「独立行政法人国民生活センター法」に基づいて特殊法人から独立行政法人に移行し、新たなスタートを切った。独立行政法人国民生活センター（以下、当センター）は、消費生活相談をはじめとした様々な情報を全国の消費生活センターなどから収集し、消費者被害の未然防止・拡大防止のために分析・提供している。また、消費生活相談や商品テスト、教育研修、生活に関する調査研究を実施し、一人一人の消費者が安心した生活が送れるよう、その結果を様々なメディアを通じて積極的に情報提供を行うなど、消費者支援に努めている。平成16年6月に公布・施行された「消費者基本法」では、消費者政策における中核的な機関としての役割が明記され、今後より一層の活躍が期待されている。

本報告書の対象期間である平成16年度は、5ヵ年（平成15年度～19年度）の中期計画の2年度目である。平成16年度は、全国の苦情相談件数が約200万件近くに達するとみられるなど、消費者を巡る環境が依然として厳しく、架空・不当請求を始めとした消費者トラブルも多発した年である。こうしたなか、当センターは、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、業務運営の効率化を図りつつ、新規の業務も含め、各業務を積極的に展開してきた。新業務として、「三位一体の改革」に伴うP I O-N E Tシステム運営の国からの全面移管、「相談カード直接作成システム」の一斉導入、個人情報保護法の完全施行に向けた取り組み、政府と一体となった架空・不当請求対策などに精力的に対応するとともに、N P Oとの交流促進と「くらしの情報交流プラザ」の開設などを推進した。本報告書では、これらの業務実績とその成果を取りまとめた。

Ⅱ. 独立行政法人国民生活センターの概要

1. 目的

独立行政法人国民生活センターは、国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から、国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うことを目的とする（独立行政法人国民生活センター法 第3条）。

2. 業務の範囲

- (1) 国民に対して国民生活の改善に関する情報を提供する。
- (2) 国民生活に関する国民からの苦情、問合せ等に対して必要な情報を提供する。
- (3) 前二号に掲げる業務に類する業務を行う行政庁、団体等の依頼に応じて国民生活に関する情報を提供する。
- (4) 国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究を行う。
- (5) 国民生活に関する情報を収集する。
- (6) 前各号の業務に附帯する業務を行う。

3. 根拠法

独立行政法人国民生活センター法（平成14年12月4日 法律第123号）

4. 主務大臣

内閣総理大臣

5. 法人の沿革

昭和37年 6月1日 特殊法人国民生活研究所として設立
昭和45年10月1日 特殊法人国民生活センターに改組
平成15年10月1日 独立行政法人国民生活センター設立
※国民生活センターのあゆみについては別添資料01を参照

6. 所在地

相模原 〒229-0029 神奈川県相模原市弥栄3-1-1
電話(042)758-3161(総合案内)
東京 〒108-8602 東京都港区高輪3-13-22
電話(03)3443-6211(総合案内)

7. 資本金

約91億6千6百万円 ※全額政府出資

8. 役員の状況

理事長 糠谷真平（平成15年10月1日就任）
理事 川本 敏（ ）
田中正人（ ）

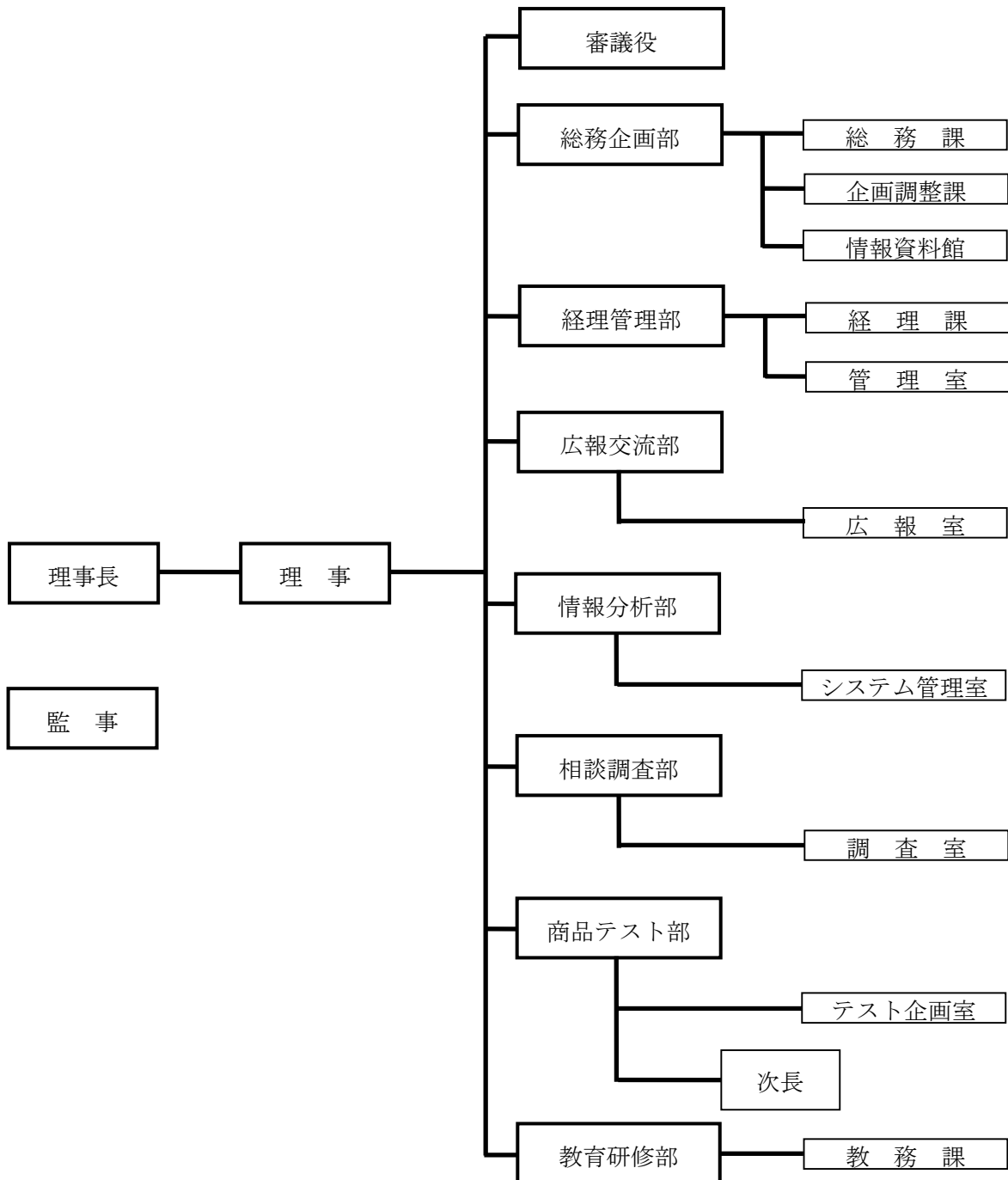
	藤村 勝 (〃)
監 事	木村義人 (〃)
(非常勤)	山下通延 (〃)

9. 職員の状況

常勤職員数 116名 (平成17年3月31日現在)

10. 法人の組織

下図の通り (平成17年3月31日現在)。



Ⅲ. 中期計画・年度計画及び業務の実績等に関する報告

1. 独立行政法人国民生活センター中期計画の一部変更について

政府が推進する「三位一体改革」に伴い、今後、P I O - N E Tの運営経費である内閣府の「生活情報体制整備等交付金」を廃止した上で、当センターの予算として移管し、同時にP I O - N E T事業の運営についても一括して当センターが実施していくこととなった。予算・事業運営を移管する主な理由は以下の通り：

- ①迅速、的確な消費者被害の収集、提供のため一層の電子化・効率化が急務なこと
- ②消費者基本法（別添資料02）において新たに国及び当センターの役割が規定されたことを踏まえた対応が必要なこと
- ③国と地方の役割分担に応じた事務事業及び国庫補助負担金の抜本的な見直しが求められていること

この移管に伴い、平成15年10月1日付で認可された独立行政法人当センター中期計画（以下「中期計画」）の一部（消費生活情報の収集部分）を変更する必要性が生じた。そのため、必要な変更を加えた中期計画（案）について独立行政法人通則法第30条第3項に基づき、平成17年2月28日開催の第4回内閣府独立行政法人評価委員会国民生活センター分科会及び、同年3月17日開催の第15回内閣府独立行政法人評価委員会に諮って了承を得た上で、内閣総理大臣への認可申請を行い、同年3月29日付で認可された（中期計画の変更内容については別添資料03を参照）。

2. 平成16年度独立行政法人国民生活センター年度計画の届け出について

センターは独立行政法人通則法第103号の第31条の規定に基づき、平成16年度の業務運営に関する計画である「平成16年度独立行政法人国民生活センター年度計画（以下「平成16年度計画」）」を作成し、平成16年3月30日に内閣総理大臣に届け出た（別添資料04参照）。

平成16年度計画は、平成15年10月1日から平成16年3月31日までの半年間で実施した業務の実績を踏まえ、以下の様な新たな事項を盛り込んだ：

（1）P I O - N E Tの運営に係る事項

- ①大規模データベースの構築・運営等に関する最新の技術情報等の収集を行う。
- ②相談カード入力項目に関する改善の検討を行う。
- ③パソコンを用いて相談カードの直接作成を行うシステムの導入を検討する。
- ④「電子版キーワードマニュアル」を作成する。

(2) 個人情報の取扱いに関する苦情相談に係る事項

- ①センター及び地方センターに寄せられた個人情報保護法に関する相談情報を収集するため、個人情報保護法相談データベース（仮称）を構築する。
- ②個人情報の保護に関する法律の制定や同法第7条に基づく基本方針の策定を受けて、円滑かつ的確な苦情処理を確保するため、国民からの個人情報に関する相談専用電話を設置するなど苦情相談機能の充実強化を図る。
- ③地方センターの個人情報の取扱いに関する相談に適切に対応するための相談処理マニュアルを作成する。

(3) 苦情処理・紛争解決に関する総合的窓口機能の整備に係る事項

- ①政府内におけるADR機関の連携等に関する検討の動向等を踏まえ、消費者トラブルに係る総合的窓口としての機能整備について検討を行う。

(4) 地方センターへの情報提供に係る事項

- ①地方センターへ提供する情報の内容、迅速に情報提供するための手段及び情報漏洩防止策について検討する。

(5) 消費者団体、事業者団体、NPO等との情報交換に係る事項

- ①消費者団体やNPOが活動や交流のために、利用できる場所となる「くらしの情報交流プラザ（仮称）」を平成16年度前半に開設する。

(6) 研修に係る事項

- ①相模原市と共催で公開講座を1コース実施する。
- ②学生及び小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修を2コース実施する。

平成16年度は、継続的事項に加え、新たに盛り込んだ事項を考慮しつつ、計画的な遂行を図った。

IV. 法人の長等による業務運営状況について

1. 理事長のリーダーシップについて

理事長は、国民生活センターの全業務を統括し、センターが消費者基本法に定められている消費者問題に関する中核的な機関として積極的な役割を果たすべく、定例役員会（毎週火曜日開催）を主宰して重要事項について方針を取りまとめるとともに個々の情報提供の内容等を決定し、中期計画に基づき業務を精力的に推進した。平成16年度においては、4月に組織の改革を行うとともに、消費者苦情相談が急増を続け消費者問題が複雑化・深刻化するなか、年度業務計画に即し各業務の推進を指揮した。特に、P I O-N E Tシステム運営の国からの全面移管、個人情報保護法の全面施行に伴うデータベース作成にあたっての関係方面との調整、消費者トラブルメール箱の拡充と情報提供の強化、N P O等との交流促進等において、率先して業務の遂行にあたった。また、業務の積極的・効果的な推進のために、職員の意識改革を進め、業績手当制度の導入の検討等を推進し人材の適正活用に努め、センターとしての総合力の発揮に尽力した。

2. 理事による業務運営状況について

理事は、担当の業務を確実に実施するため理事長を的確に補佐し、業務の推進を図った。

川本理事は、総務企画部（総合調整、企画、評価等）、経理管理部、相談調査部を所掌し、担当業務を積極的に推進した。特に、年度計画の着実な遂行、個人情報保護業務の開始等のため各部業務の総合調整を積極的に図るとともに、P I O-N E Tシステム移行等の予算確保、センター予算の効率的執行等に努め、また、苦情相談及びそれに基づく情報提供・調査分析等を指導し、消費者被害の拡大防止・未然防止に尽力した。

田中理事は、情報分析部、広報交流部を所掌し、担当業務を積極的に推進した。特に、P I O-N E Tシステムの円滑な移管や、N P Oとの交流の基盤となる「くらしの交流プラザ」の開設を推進するとともに毎月の記者説明会をリードし、また、ホームページの充実、「たしかな目」等の定期刊行物の分かりやすい編集を通じた国民への情報提供等に指導力を発揮し、消費者問題の啓発等に尽力した。

藤村理事は、総務企画部（人事・労務・福利厚生）、商品テスト部、教育研修部を所掌し、担当業務を積極的に推進した。特に、職員の業績評価制度の検討、人材の活用・人材の育成等を主導するとともに、商品テストを着実に推進して製品関連の事故防止等に尽力し、また、効果的な教育研修、消費生活相談員資格制度の運営を通じて消費者行政担当者や消費生活専門相談員等の養成と資質向上に貢献した。

3. 監事による業務運営状況の把握等について

木村監事及び山下監事は、会計監査・業務監査を的確に遂行し、業務の適正な遂行に貢献するとともに、効果的な内部監査の枠組み作りを促進した。また、定例役員会に常時出席し、理事長・理事等と積極的に意見交換を行い業務の適正な執行を促進した。

V. 平成16年度における業務実績について

以下に、平成16年度計画にて示した各種業務の実績を示す。

1. 業務運営の効率化

業務運営の効率化については①退職手当を除く一般管理費の削減②業務経費の有効かつ効率的な執行③業務の効率化を図るための最適化計画検討・策定の3つを主軸に取り組んでいる。

一般管理費については、事務所の総合管理業務の仕様見直しや備品・消耗品の購入見直しなどにより削減を図った。その結果、効率化率を織り込んだ平成16年度予算額（対15年度予算額の△4.0%）よりさらに△2.9%減となった。

業務経費の有効かつ効率的な執行についても、電子計算機システムの構成見直しや業務の外部委託等を行った結果、中期計画で定められた効率化率△1.0%等を織り込んだ平成16年度業務経費予算額から更に△4.2%の削減となった。

業務の効率化を図るための最適化計画検討・策定については、当該計画の検討・策定を行う「最適化計画検討委員会」を設置の上、基本方針や個別具体的な項目についての議論を行い、平成17年度央の策定に向け地固めを行った。

なお、センター業務の重要事項についてその意見をもとめ、効果的な業務遂行に資するために設置（平成15年10月）した「特別顧問会議※」を上・下半期末に1回ずつ開催し、各顧問からの意見を踏まえつつ、業務運営を行った。

※特別顧問会議は、学識経験を有する7人以内で構成し、センター業務の重要事項について審議を行い、センターの理事長に助言することを目的としている。

委員構成は以下の通り：

有馬真喜子（ジャーナリスト）

鶴田俊正（専修大学名誉教授）

神田敏子（全国消費者団体連絡会事務局長）

堀部政男（中央大学大学院 法務研究科 教授）

宮部義一（三菱樹脂株式会社顧問）

山岡義典（日本NPOセンター副代表理事）

吉岡初子（主婦連合会会長）※平成17年4月逝去

各会議の概要は以下の通り：

第2回特別顧問会議（平成16年9月22日（水）開催）

主な議題：最近の国民生活センターの活動状況について

- ・平成15年度下期の業務実績について
- ・平成16年度における業務展開について

意見交換

第3回特別顧問会議（平成17年3月7日（月）開催）

主な議題：最近の国民生活センターの活動状況について

- ・平成16年度の業務実績について
- ・平成17年度における業務展開について

意見交換

各会議での主な議事内容要旨については、別添資料05を参照。

(1) 一般管理費の執行

－年度計画内容－

一般管理費については、経費の効率的な執行に努める。

◎業務の概要

中期目標で定められた中期目標の最終年度（平成19年度）における一般管理費（退職手当を除く。）の総額を、特殊法人時の最終年度（平成14年度）に対して13%削減するために経費の効率的な執行に努める。

◎年度計画実施状況

平成16年度の一般管理費予算額（人件費を除く）は、平成15年度予算額（特殊法人分を含めた平年度化ベース、以下同じ）274,810千円に対して、中期計画で定めた効率化率3.69%等を織り込んで△11,199千円（△4.1%）の263,611千円となっている。

平成16年度決算額（契約済繰越額含む。）は260,001千円となり、平成16年度予算額からさらに△3,610千円（△1.4%）の削減となった。具体的には、平成16年度においては、仕様の見直等により総合管理業務に係る経費を3,494千円削減（別添資料06参照）したほか、以下のような削減を図った：

- 1) 図書費については、利用頻度の少ない定期購読誌等の見直しを図ることにより、平成15年度決算額に対し408千円の削減を図った。
- 2) 消耗品費については、今まで以上に広く見積を徴収する業者を増やすなどして調達コストの削減を図るとともに、また、業務の支障のない範囲で購入の抑制をしたことにより、平成15年度決算額に対し1,466千円の削減を図った。
- 3) 備品費については、保有備品の利活用の徹底を図ることにより、購入を抑制し、平成15年度決算額に対して4,182千円の削減を図った。

平成16年度の人件費予算額（退職手当を除く）は、平成15年度予算額1,291,173千円に対して、中期計画で定めた効率化率2.44%等を織り込んで、△51,106千円（△4.0%）の1,240,067千円となっている。

平成16年度決算額は1,200,684千円となり、平成16年度予算額からさらに△39,383千円（△3.2%）の減額となった。

(参考) 一般管理費予算の概況

一般管理費予算の内訳

(単位：千円)

区 分	平成15年度 ①	平成16年度 ②	増減	
			増減額 ③=②-①	増減比 (%) ③/①
一般管理費 (退職手当を除く。)	1,565,983	1,503,678	△62,305	△4.0
物件費	274,810	263,611	△11,199	△4.1
人件費	1,291,173	1,240,067	△51,106	△4.0

平成16年度予算額と決算額

(単位：千円)

区 分	予 算 額 ①	決 算 額 ②	増減額	増減比
			③=②-①	(%) ③/①
一般管理費 (退職手当を除く。)	1, 503, 678	1, 460, 686	△42, 992	△2. 9
物件費	263, 611	260, 001	△3, 610	△1. 4
人件費	1, 240, 067	1, 200, 684	△39, 383	△3. 2

(注) 物件費の決算額には、契約済繰越額14, 251千円を含む。

(2) 業務経費の執行

— 一年度計画内容 —

業務経費については、国民に対して提供するサービスその他の質の向上の目的を達成するため、有効かつ効率的な執行に努める。

◎業務の概要

中期目標で定められた毎年度1%の経費の効率化を図るとともに、業務の質の向上の目的を達成するため有効かつ効率的な執行に努める。

◎年度計画実施状況

平成16年度の業務経費予算額は、平成15年度予算額(特殊法人分を含めた平年度化ベース)1, 023, 973千円に、中期計画で定められた効率化率△1. 0%等を織り込んだ既定分1, 009, 678千円(対前年度比△1. 4%)と、「個人情報の保護に関する法律」(平成15年法律第57号)の施行に伴い、個人情報に関する苦情相談の収集及び苦情相談マニュアルの作成を行うための特別経費82, 249千円を合わせた、1, 091, 927千円となっている。

平成16年度決算額(契約済繰越額を含む)は1, 000, 542千円となり、平成16年度予算額に対し△91, 385千円(△8. 4%)となった。このうち、個人情報に関する経費を除く既定分は、平成16年度予算額1, 009, 678千円に対して△42, 710千円(△4. 2%)の966, 968千円となっている。

なお、経費の執行管理については、年度計画に対する業務の進捗状況と経費の執行状況について四半期ごとにヒアリングを行い、年度計画を着実に実行するために、優先順位の見直し等、適宜調整を行った。具体的には、以下のような削減を図った：

- 1) 電子計算機のシステム維持に係る借料について、ネットワーク環境の見直し等により、借料の削減(△5, 345千円、平年度削減額△10, 527千円)を図った。
- 2) 平成15年度まで市民活動の情報を収集するため生活情報モニターネットワークを委嘱していたが、平成16年度はこの事業を廃止(△2, 611千円)し、「くらしの情報交流プラザ」の開設・運営に係る経費へ振り替えた。
- 3) 地方で開催する研修運営業務の一部を外部委託することにより、671千円の削減を図った。
- 4) 国内の消費者問題の動向や当センターの活動内容を海外向けに発信するた

めのニューズレターについて、作成行程の大幅な見直し等により外注費を△408千円削減し、一方、削減した費用の一部を年間4回発行から6回発行とするための費用に充当し、海外への情報提供機会を増やした。

(参考) 業務経費予算の概況

業務経費予算の内訳

(単位：千円)

区 分	平成15年度 ①	平成16年度 ②	増減額	増減比
			③=②-①	(%) ③/①
支出予算額	1,023,973	1,091,927	67,954	6.6%
既定分	1,023,973	1,009,678	△14,295	△1.4%
個人情報関係	-	82,249	皆増	皆増

平成16年度予算額と決算額

(単位：千円)

区 分	予 算 額 ①	決 算 額 ②	増減額	増減比 (%)
			③=②-①	③/①
支出予算額	1,091,927	1,000,542	△91,385	△8.4%
既定分	1,009,678	966,968	△42,710	△4.2%
個人情報関係	82,249	33,574	△48,675	△59.2%

(注) 決算額には、契約済繰越額39,213千円を含む。

(3) 新たな体制の下で業務の効率化を図るための具体的方策検討

— 一年度計画内容 —

組織再編を実施し、新たな体制の下で業務の効率化を図るための具体的方策を検討する。

◎業務の概要

「業務の効率化を図るための具体的方策」とは、最適化計画の策定を意味しており、独立行政法人制度導入の大きな目的である「組織、業務の合理化・効率化」達成に資するための重要な案件として位置付けられている。

最適化計画策定に関連して、平成15年度下期に「組織改編に関する検討委員会」を設け、適切な組織体制作りについて検討を重ね、平成16年4月に情報分析部を含む組織再編を行った(別添資料08を参照)。この組織再編により、従来各部署で運用していた情報システムの一元化を図り、最適化計画の中心となる「ITの積極的な活用」を図っている。

◎年度計画実施状況

最適化計画の策定にあたっては、早期に策定を実現するために「最適化計画検討委員会」を設置し、関係各部連携の下、検討を開始した。

「最適化計画検討委員会」は、平成16年度内に2回開催し、以下の検討を行った：

- 1) 第1回最適化計画検討委員会概要(平成16年9月30日開催)

当センターの最適化計画（案）策定にあたり、その基本となるIT化に対応した業務改革について情報収集、意見交換を行った。

2) 第2回最適化計画検討委員会概要（平成17年3月31日開催）

第1回最適化計画検討委員会での議論とその後の確認作業を踏まえ、基本方針、IT化に対応した業務改革、情報セキュリティ対策、関係機関との連携協力用システムなど、最適化計画（案）の骨子について議論を行った。

検討内容の詳細については、別添資料09を参照。

2. 国民に対して提供するサービスその他の業務の質の向上

(1) 消費生活情報の収集

1) P I O - N E T の運営

P I O - N E T については、苦情相談情報を迅速に収集し、消費者への情報提供の迅速化の達成と運営の効率化の観点から中期計画では以下の事項を掲げている：

- i. 現行のホストコンピュータシステムの見直しに着手する
- ii. 相談カード体系及び入力方法等の改善を図ることにより、相談受付からP I O - N E T 登録までの1件当たり平均所要日数を、15%以上短縮する

そして平成16年度では、中期計画達成のため、以下の事項を実施することとした：

- i. ホストコンピュータシステムの見直しに着手する
 - ①大規模データベースの構築・運営等に関する最新の技術情報等の収集
 - ②ホストシステム見直しの基本前提となる苦情相談件数大幅増への対応方法等の検討の開始
- ii. 相談受付から登録までの1件当たり平均所要日数を15%以上短縮する
 - ①相談カード入力項目に関する改善の検討
 - ②パソコンを用いた「消費生活相談カード直接作成システム（以下「直接作成システム」）の導入に関する検討
 - ③「電子版キーワードマニュアル」の作成

しかし、平成16年度計画策定後に、内閣府より「平成17年度から生活情報体制整備等交付金を廃止し、これに伴って平成17年度から地方消費生活センターに設置された端末の一元的運用を含むP I O - N E T システム運営を国民生活センターに全面移管することと、地方センターにおける手書きによる相談カード記入からパソコンによる直接入力への移行（直接作成システム）の早期導入」についての緊急の検討要請があった。

要請事項の実現性を検討した結果、平成16年度年度計画中の「直接作成システム」の導入を一気に行うことにより内閣府の要請に応えるとともに、他の年度計画遂行については、P I O - N E T 運営の全面移管を前提とした多くの事前対応業務との整合性を図る中で、出来る限り実施する方向で業務を推進することとした。

また、ホストコンピュータシステムの見直しに関する事項については、このような状況の中で可能な限り実施することとしたが、「大規模データベースの構築・運営等に関する最新の技術情報等の収集」については、国内の先端的コンピュータメーカー等から、最新の技術動向を把握するための相当数の資料を収集

した。

一方、「苦情相談件数の大幅増への対応方法の検討」については、平成17年度の年度計画において、再開を含めて検討することとした。

[現行のホストコンピュータシステムの見直しに着手する] に関連する事項

i. 大規模データベースの構築・運営等に関する最新の技術情報等の収集

－年度計画内容－

大規模データベースの構築・運営等に関する最新の技術情報等の収集を行う。

◎業務の概要

近年の苦情相談件数の大幅な増加は、P I O-N E Tの根幹をなすホストコンピュータの処理能力やハードディスク容量等、システムの基本仕様に大きな影響を与える（全国消費生活情報ネットワーク・システム。システムの概要については別添資料10を参照）。予算規模とも密接に関連することになる。ホストコンピュータシステムの見直しにあたっては、できるだけ低いコストで可能な限り高性能な処理能力を持つシステムの構築を念頭に置く必要がある。

このため、P I O-N E Tのような大規模データベースの構築・運営等に関する最新の技術情報等の収集を行う。

平成16年度におけるP I O-N E T相談情報データ登録月別件数は、下表の通り：

年月	登録件数 (件)
平成16年 4月	151,202
5月	125,385
6月	167,038
7月	144,678
8月	197,073
9月	161,163
10月	133,294
11月	175,938
12月	140,660
平成17年 1月	196,154
2月	187,162
3月	235,344
平成16年度 上期	946,539
平成16年度 下期	1,068,552
平成16年度 総計	2,015,091

(備考)・うち、平成16年度における危害・危険データの登録件数は、8,558件(危害：6,128件、危険：2,430件)

・平成15年度 総計 1,306,415

◎年度計画実施状況

国内のコンピュータ製造事業者、及び情報システム事業者計7社に対し、現行P I O - N E Tの基本仕様を示した上で、当該システムと同等以上のデータベースシステム構築に必要な最新の技術情報の任意提供（無償提供が前提）を求め、提供された資料に関する説明を求めた。

提供された資料を基に、「大規模データベースの構築・運営等に関する最新技術の動向等」をまとめた（別添資料11を参照）。

当初は、提供資料を基に、資料提供各社に対して詳細なヒアリングを実施し、P I O - N E Tの継続的運用を前提とした次世代システムの規模と必要な仕様、また移行に必要な必須条件、さらには今後の運用形態を含めた提案等を得た上で、次年度以降に専門家等も含めた委員会形式による検討を行うための基礎資料とする予定であったが、平成16年度年度計画策定後に「平成17年度からのP I O - N E T運用の国からの全面移管」方針が国から示されたため、平成16年度はこの「全面移管」の準備に急遽対応することとなり、業務体制をこれに大幅にシフトすることになった。このため、本件は、可能な限り情報収集を行い、今後更に情報収集を継続することとした。

ii. ホストシステム見直しのための検討

－年度計画内容－

ホストシステム見直しの基本的前提として、苦情相談件数の大幅増への対応方法等について、有識者へのヒアリング等を含めた検討を開始する。

◎業務の概要

高水準の苦情相談件数が今後も続くことが想定される中で、単に苦情相談件数増を受け入れていくのか、あるいは、P I O - N E T情報の収集方法に統計的手法を用いることも視野に入れて再検討できないか等について、既存の消費生活センターの相談受付体制が限界に達しつつあることも踏まえつつ、次世代システムの規模や仕様等（予算面を含む）の検討を行うためにも、その対応方法等について、検討を開始する。

◎年度計画実施状況

ここ数年の苦情相談件数の急激な増加のため、相談カード作成に係る消費生活相談員の負担増に対する早急な対応を求める意見・要望が平成15年度全国消費生活センター所長会議（平成15年4月24日）において相当数の所長より提起された。当センターでは、これらの意見・要望等を踏まえ、平成15年度中に、都道府県・政令指定都市の消費生活センターに対して相談カード作成の実態調査を行い、「相談カード作成に係る消費生活相談員の負担軽減策」をまとめ、平成16年度の全国消費生活センター所長会議（平成16年4月22日）においてこれを提案し、原則的に了承を得た。

そして、これを踏まえて軽減策の実施を進めることとした（後述）。

またそれと同時に、苦情相談件数の大幅な増加に対する抜本的対応方法の検討も必要という観点から、本件を平成16年度の年度計画に盛り込んだが、前述の通り平成16年度年度計画策定後に「平成17年度からのP I O - N E T運用の国からの全面移管」方針が国から示されたため、平成16年度はこの「全面移管」の準備に急遽対応することとなり、業務体制をこれに大幅

にシフトすることになったため、本件については、可能な限りの情報収集を行い、平成17年度の年度計画において検討することとした。

[相談受付から登録までの所要日数短縮（15%減）]に関連する事項

iii. 相談カード入力項目に関する改善の検討

—年度計画内容—

相談カード入力項目に関する改善の検討を行う。

◎業務の概要

負担軽減策のなかのひとつが、「相談カード項目のうちの「記載すべき項目」の見直し」であり、その概要は以下の通りである：

「相談カード項目別重要度調査」から、相談処理、中央省庁からの資料作成依頼、当センターの情報提供事業、それぞれについての項目別重要度が明らかになった。

そこで、この結果から相談カード項目を以下のように区分①～③))し、これをもとに改めてP I O-N E T情報としての「記載すべき項目」を確定させ、「記載すべき項目」に該当しない項目については、その項目の記載の有無を地方センターの自主性にゆだねることとする。

【相談カード項目の区分】

- ①相談処理上記入が必要な項目
- ②中央省庁が必要としている項目
- ③当センターの情報提供に必要な項目

○必ず記載すべき項目（記載すべき情報があるときは必ず記載しなければならない）

原則として、「相談カード項目別重要度調査結果」により、消費生活年報等におけるP I O-N E Tデータの時系列項目の取扱い、危害情報に係る関連項目の取扱いに留意しつつ、記載すべき項目を決定する。

○地方センターの自主性にゆだねる項目

上記以外の項目については項目の記載を義務付けず、記載の有無については（その項目を相談カードから除外して取り扱うことも含めて）地方センターの自主性にゆだねる。

○実施時期：平成17年度から

◎年度計画実施状況

平成16年度の全国消費生活センター所長会議で了承を得た主旨に基づき、内部でさらに検討を行い、検討（案）を平成16年9月17日付文書で都道府県・政令指定都市消費生活センターと消費者行政担当課に送付し、意見を聴取した。その後、特に修正意見の表明もなされなかったため、平成16年10月19日付文書で記載すべき項目の見直し決定の通知を都道府県・政令指定都市消費生活センターと消費者行政担当課に送付した。

これらの取り組みにより、必要なホストシステムの改造を実施した上で、平成17年度より実施できる体制を整えた。

相談カード見直しによる変更点については別添資料12を参照。

本件については、平成15年度に相談カード見直しに係る調査を行い、平成16年度に見直しについて各消費生活センターからの意見を聴取した上で検討したものであり、平成17年度からの運用開始を踏まえ、今後その成果を検証していく。

iv. 相談カード直接作成システム導入に関する検討

—年度計画内容—

パソコンを用いて相談カードの直接作成を行うシステムの導入を検討する。

◎業務の概要

負担軽減策のなかのひとつが、「パソコンを活用した「直接作成システム」の導入」である。

なお、この導入の有用性は次のようなものである：

すでにパソコンを活用した相談カード作成システムを運用しているセンターの状況と、これらのシステムを当センターにおいて試用した結果、以下のような有用性が確認された：

- ①文章作成項目（件名、相談概要、相談処理結果概要）については、従来の手書き方式よりも、文章の記述や推敲をはるかに効率的に行うことができる。
- ②入力と同時にデータ化されるので、当センターに伝送後それを利用する方法に比べ、センター内や地域内で、迅速かつ容易に情報を共有することが可能となる。
- ③カードのデータ化作業を外部で行う必要がなくなるので、その発注から納入までの期間を短縮することができる。
- ④相談員自らが形式的なエラーチェックを行うことができるようになる（現状では、P I O - N E T 端末操作者がエラーチェックを行い、エラーがあった時には相談員に当該カードを差し戻して確認しなくてはならないが、その行程を省くことができる）。

◎年度計画実施状況

平成16年度年度計画策定時は、導入の有用性は確認されていたものの、消費生活センターの相談員に対して、日常の相談業務を行う中でのパソコンの操作を含む新たな入力方法に対する研修やそれを踏まえた習熟度を考慮して、段階的導入を念頭において導入方法や時期について検討を行う予定であったが、国が平成17年度からの当センターへのP I O - N E T 運営の全面移管という方針を提示し、「直接作成システムの導入」がその前提条件となった。

このため、以下の事項を平成16年度内に一括して実施した：

- ①導入予定システム（東京都方式をベースとしたシステム、日立製作所製のシステム）の両システムの導入を前提に詳細検討
- ②検討結果を踏まえ、地方センターへの配備に向けたシステム改造。さらに、個人情報相談データ入力にも対応するべく追加改造

- ③直接作成システム端末（ハードウェア等）の入札準備（国際競争入札）
意見招請、入札公告、入札実施（平成17年2月28日）
- ④直接作成システム配備台数の確定
配備希望調査（平成16年11月30日）
内閣府提示のP I O - N E T 端末等設置基準（平成17年1月5日）
に基づき確定
- ⑤研修
直接作成システム管理担当者研修
（平成16年11月30日～12月3日）
直接作成システムインストラクター養成研修
（平成17年1月26日～28日）
直接作成システム相談員研修
（関東甲信越 平成17年2月7日～9日）
直接作成システム相談員研修
（上記以外 平成17年3月7日～9日）
- ⑥配備先状況調査等事務連絡、配備先等からの問合せ対応

上記事項の精力的な実施を経て、調達業者による平成17年4月1日からの配備実施に必要な作業を概ね完了させた（相談カード直接作成システム導入に関する作業等の経緯については、別添資料13を参照）。

平成17年度は、直接作成システムのスムーズな導入と安定的運用への支援、及び配備先を含む消費生活センターからの多くの要望等へ（個別）対応する。

v. 「電子版キーワードマニュアル」の作成

－年度計画内容－

「電子版キーワードマニュアル」を作成する。

◎業務の概要

地方センターからは、キーワードマニュアルの追加送付の要望が多いが、従前より使用している印刷物の在庫が少なくなったこともあり、今後の要望への対応を考慮して、「消費生活相談カード記載要領 1997年度版」「P I O - N E T 分類・キーワードマニュアル 2000年度版」の電子版を作成する。

◎年度計画実施状況

計画通り、「消費生活相談カード記載要領 1997年度版」と「P I O - N E T 分類・キーワードマニュアル 2000年度版」の電子版マニュアル(PDF版)を作成し、関係消費生活センターに配布した。

電子版マニュアル(PDF版)を作成したことにより、以下の効果が得られた：

- ①電子版マニュアルは、パソコン画面上で見たい項目をクリックすることで瞬時にその項目を表示できる機能を有しており、地方センターにおける相談業務の迅速化・効率化が図られる。

したがって、その元データを「直接作成システム」に活用することにより、パソコン上で相談カード作成作業を実施するための環境作りが大きく寄与するものである（直接作成システムにその機能を実装済み）。

- ②従来から印刷・配布してきた紙媒体のものは、一定の数を印刷しないとコスト高となるため、相談員の増員などがされた地方センターからのマニュアル送付需要とのバランスを図るのに手間を要したが、電子版マニュアルのために地方センターへの要望通りの配布が可能となり、さらにCD 1枚とコンパクトなため、発送費なども大幅に軽減された。
- ③地方センターにおいても、各相談員等への個別配布が容易となるなど、マニュアルのより有効な活用が可能となった。

電子版マニュアル（PDF版）配布先については、別添資料14を参照。

vi. 「消費生活相談データベース」のデータ更新

一年度計画内容
「消費生活相談データベース」について、1週間に1回以上のデータ更新を実施する。

◎業務の概要

「消費生活相談データベース」は、P I O-N E Tに登録されたデータの中で、統計的に処理が可能な部分を抽出、再編成したデータを元に作成されており、消費者自身から全国の消費生活センターに寄せられる相談情報をインターネットで入手できるシステムである。本システムは、平成14年8月26日からサービスを開始しており、「どんな商品のトラブルがどのくらいあるのか」「ある商品の事故はどのくらい起きているのか」などの情報を消費者に、原則24時間提供することにより、被害の未然防止に資することを目的としている。本システムでは、以下の3つの情報を提供している：

- ①「検索・集計」……「商品・サービス」「相談内容」などの中から項目を選択し、任意の検索・集計が可能。
- ②「グラフコーナー」…訪問販売、アポイントメントセールスなど販売方法別の年度別件数グラフが表示される。
- ③「最近の話題から」…「架空請求」など、話題となっているテーマについての傾向や事例が表示される。

本システムは、P I O-N E Tのデータ更新（週2回）と同一間隔で、「消費生活相談データベース」の更新を実施している。

◎年度計画実施状況

「消費生活相談データベース」は、毎週2回（水曜・金曜）の更新を原則に実施した。平成16年度における更新状況は以下の通り：

月	回数	月	回数
4月	8回	10月	10回
5月	9回	11月	8回
6月	6回	12月	8回
7月	9回	1月	8回
8月	9回	2月	8回
9月	8回	3月	9回
平成16年度合計100回			

上記のようにデータ更新をP I O-N E Tと同等に行ったことにより、利用回数は増大している。消費生活相談データベースの活用について、特にマスコミ関係者から取材・問い合わせがある機会を捉えて、迅速な取材対応に資する観点から、検索機能の使用方法について詳細に説明を行い、利用の拡大を図った。

2) 消費者トラブルメール箱

消費者トラブルメール箱については、平成15年度の年度計画を通年化したもの(年間3,500件以上の情報収集と年4回の収集結果及びトラブルの概要公表)を平成16年度の年度計画として掲げ、いずれも達成している。さらに、収集した情報をもとにした追跡調査を行い、事業者対応改善の随時要求や、業界団体、関係官庁等への問題改善要望に繋げた。その結果、新品にもかかわらず不具合が生じたDVDレコーダーについては、メーカーによる不具合のある該当機種の出荷停止と在庫の引き上げといった対応がなされ、業者の勧誘方法に問題がある直収型固定電話サービスのトラブルについては、総務省による事業者への改善指導がなされた等、消費者利益増進に貢献した。

i. 「消費者トラブルメール箱」による情報収集

－年度計画内容－

「消費者トラブルメール箱」について、3,500件を上回る情報を収集する。

◎業務の概要

「消費者トラブルメール箱」は、消費者被害の実態をリアルタイムで把握し、消費者被害の防止に役立てることを目的とし、平成14年4月8日より当センターのホームページ上に開設した。本システムを通じ、消費者からの情報をメール形式で収集し、寄せられた情報を統計資料として整理、集計しホームページ上で知らせるとともに、必要に応じて確認・調査等を行ったりして、消費者向けの情報提供の強化に活用されている。

◎年度計画実施状況

毎月収集した個々の情報について商品分類および商品キーワードを付与し集計し、その集計結果等を内部資料として活用するとともに、四半期ごとに当センターのホームページに掲載した。平成16年度の収集件数は5,967件(1日16件)で、前年度に比べ2,713件増加した。平成14年度の収集開始から3年間の商品・サービス分類別年度別受信件数は下表の通り：

		平成14年度		平成15年度		平成16年度	
		件数	割合 %	件数	割合 %	件数	割合 %
1	運輸・通信サービス	957	29.4	2,250	46.9	3,559	59.6
2	教養娯楽品	723	22.2	245	5.1	570	9.6
3	商品一般	146	4.5	345	7.2	346	5.8
4	教養・娯楽サービス	246	7.6	657	13.7	172	2.9

5	金融・保険サービス	134	4.1	213	4.4	169	2.8
6	住居品	130	4.0	140	2.9	150	2.5
7	土地・建物・設備	95	2.9	100	2.1	132	2.2
8	車両・乗り物	124	3.8	99	2.1	113	1.9
9	食料品	126	3.9	126	2.6	108	1.8
10	他の役務	67	2.1	84	1.8	98	1.6
11	その他	506	15.5	535	11.2	550	9.2
	計	3,254	100	4,794	100	5,967	100

内容としては、オンライン関連サービスなど運輸・通信サービスに関するものが3,559件ともっとも多く全体の約6割を占め、ついでパソコン、携帯電話機など電子機器で教養娯楽品に関するもの570件が続いている。

なお、社会的問題となっている「架空請求」関連の相談については、1位の「運輸・通信サービス」に、と3位の「商品一般（商品を特定できない相談）」にそれぞれ含まれており、その割合は双方合せて6割程度となっている（平成16年度における消費者トラブルメール箱月別受付件数については別添資料15を、平成16年度消費者トラブルメール箱 商品・役務別受信件数については別添資料16を参照）。

また、集計表の作成及び、個人情報保護法対応として、個人情報を自動的に削除できるようにするために、システム改良を行った。

消費者トラブルメール箱を通じて寄せられる情報は、一方的なメールによる限られた情報なので、真実相当性には一定の限界がある情報であるが、新情報が寄せられた場合等において、同種苦情の有無を各地消費生活センターに問合せ、至急に同種の情報を入手することによりP I O-N E Tを充実させることで有効に活用できると考えられる。このため、平成17年度後期を目途に、地方センターに対する「P I O-N E T通信」の電子媒体による提供体制を検討する中で、「緊急情報提供（仮称）」等の事務連絡を行うことも合わせて検討することとしている。

ii. 「消費者トラブルメール箱」によって収集した情報の提供

－年度計画内容－

「消費者トラブルメール箱」に寄せられた情報について、年度内に4回、収集結果やトラブルの概要を公表する。

◎業務の概要

消費者トラブル等の現状を迅速に把握する機能（センサー機能）を強化するため、インターネットを利用した情報収集システム「消費者トラブルメール箱」を当センターホームページの中に設置し、寄せられた情報を調査・分析し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。

◎年度計画実施状況

インターネット経由のためか、情報通信サービス関連の相談が多くを占めている。インターネット関連であることが多い架空・不当請求の蔓延や当システムの周知度が高まってきたことなどにより、平成14年の受付開始より受信件数は年々増加している。最近の傾向としては、新製品や新サービスにかかる情報も多く寄せられている。

寄せられた情報については、平成16年4月に過去1年間分の年間統計を公表したほか、同じく4月及び7月、10月、平成17年1月に、それぞれ過去3ヶ月分の収集結果、主な事案等をホームページ上に公表した（公表内容については別添資料17参照）。

送信者の属性に大きな変化はなく、男性からの情報提供が7割以上を占め、年齢は20歳代から40歳代、特に30歳代が多かった。内容は、インターネット経由のためか、情報通信サービス関連の相談が多くを占めているが、最近の傾向としては、新製品（DVDレコーダー、携帯型ゲーム等）や新サービス（インターネットを利用したオンラインゲーム、電話サービスなど）にかかる情報も多い。

これらの情報をもとに事業者に事実確認等の追跡調査を行い、事業者対応の改善を随時要求、事例によっては業界団体、関係官庁等にも要望を行った。また、商品テスト部の協力を得て、当該製品を実際に検証し、問題点を探るなどの試みも行った。

事業者から何らかの改善策が寄せられた例は、下表の通りである：

SNO	事例内容	事業者による改善策等の内容
1	DVDレコーダーが録画中に音飛び（途中で音声途切れる）する件について	メーカーが不具合のある該当機種の出荷停止と在庫の引き上げを行った。また、ホームページに音質を改善するためのソフトウェアの案内が掲載された。
2	携帯用ゲーム機に関する不具合について	メーカーのホームページのQ&Aコーナーにその不具合と対処方法の情報が掲載された。
3	直収型固定電話サービスに関するトラブルについて	特にトラブルの多い事業者に当センターから事情を聴いた後、問題点の改善について回答があったが、その後も情報が寄せられたため、当センターが総務省に情報提供、総務省は改善策を講じるよう事業者を指導した。
4	プリンタ複合機の不具合について	ホームページのQ&Aコーナーに、対処方法が掲載された。
5	公衆浴場施設内での問題販売行為について	当センターから所管の保健所に情報提供し、その結果、当該浴場施設内での販売行為は停止された。

(2) 国民への情報提供

情報提供は主に新聞、テレビ、ラジオ等の報道機関を通じたものと、当センター自らが運営、発行するホームページ、テレビ番組及び、定期刊行物を通じたものに大別される。平成16年度においても、これらの手段を活用し、積極的な情報提供を行い、平成16年度の年度計画に掲げた目標を全て達成することができた。

特に報道機関を通じた情報提供については、話題性に富んだ21テーマを公表。その中には平成17年4月より全面施行となった「個人情報保護法」関連のものも3つ含まれており、個人情報重視の趨勢における消費者問題の啓発に資した。架空請求問題についても、平成15年度に引き続き積極的な情報提供を行い、政府と一体となった取り組みの一翼を担った。

また、行政や業界団体等への要望も実施している。例としては「無認可共済」についてその問題性を指摘した結果保険業法が改正されて規制対象となったことや、

日本ではまだ被害の出ていなかった「フィッシング」についていち早く情報提供したことで、関係省庁による対策協議会が立ち上げられ、被害発生原因を未然に抑えるなど、問題の未然防止に貢献した。この他にも消費者からの相談を踏まえた要望を実施している。

ホームページを通じた情報提供においては、多彩かつタイムリーな情報を掲載するなどにより、ホームページへのアクセス件数が大幅に増加した。

テレビ番組と各種定期刊行物についても、平成15年度に実施した視聴者及び読者向けの満足度アンケート結果を踏まえ、時節を捉えたテーマ選定など編集面での様々な工夫が実り、満足度アンケートにおいていずれも好結果を得ることができた。

なお、上記情報提供に加え、消費者取引や商品の安全性などに関連する話題、国民生活センターや全国の消費生活センターに寄せられた相談の統計データ、国民生活センターの業務内容など幅広い内容を収録した「消費生活年報2004」を発行し（平成16年10月）、最近の消費者問題の動向、統計データを調べるための情報源として各方面で活用されている。

1) 報道機関等を通じた情報提供

－年度計画内容－

PIO-NETの情報やセンターが処理した苦情相談を分析し、その結果を年度内に20テーマ以上提供する。また、これらの被害の未然防止や拡大防止の観点から必要がある場合には、関係事業者（団体）及び関係行政機関への要望及び情報提供を行う。

◎業務の概要

報道機関等を通じた情報提供のため、情報分析部ではPIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）を通じた情報収集を、相談調査部では消費者からの直接相談並びに各地消費生活センターからの経由相談を通じた情報収集を行い、問題性、緊急性の高い消費者問題を見極めつつ、内容を分析し、消費者に分かりやすい形に編集した上で各種メディアを通じて幅広く提供している。

◎年度計画実施状況

平成16年度においては、以下21のテーマによる情報提供（毎月開催される記者説明会並びにホームページを通じての公表）を行った：

- ①商品先物取引に関する消費者相談の傾向と問題点
－知識・経験・余裕資金のない人は手を出さない－
- ②飲み残し清涼飲料容器の破裂による事故！
－ペットボトルによる事故が増加－
- ③根拠法のない共済（いわゆる“無認可共済”）をめぐる現状等について
- ④パケット通信における接続先の開示等を求める要望について
- ⑤トラブルが多い指導付き学習教材
－中途解約ができない！解約料が高い！－
- ⑥熱さまし用ジェル状冷却シートの使用に注意
- ⑦中古車取引にかかわるトラブル－その対処法と未然防止のために－
- ⑧架空請求に関する現状及び関係機関への要望等について
－電話をかけさせて架空請求する業者への対策強化－

- ⑨ 2003年度のP I O-N E Tにみる消費生活相談、危害・危険情報
- ⑩ 「まつ毛パーマ」による目の炎症や、かぶれ等の事故が増加！
- ⑪ 相談が相次ぐ『パソコン内職』
 - －高額な商品等を購入させる内職の契約は避ける－
- ⑫ 家庭用電気治療器具に関する消費者被害にみる問題点
 - －過剰な効能効果をうたうセールストークに注意－
- ⑬ 製造物責任法施行9年目の製品関連事故に係る消費生活相談の動向と訴訟の概要
- ⑭ 消費者契約法に関連する消費生活相談件数と裁判の概況－法施行後3年－
- ⑮ 出会い系サイト等の架空・不当請求に関する“新手”の手口について
 - －支払督促等を用いた請求、携帯電話の「個人識別番号」による脅し－
- ⑯ 個人情報を聞き出す「フィッシング」詐欺に要注意
- ⑰ 増加する結婚相手紹介サービスのトラブル
 - －中途解約ができるようになっても解約料には不満－
- ⑱ 消費生活相談にみる2004年の10大項目
- ⑲ 旅行や飲食等が格安になるとうたう会員権のトラブル
 - －複合サービス会員の二次被害が急増－
- ⑳ クレジット会社の与信問題
 - －個品割賦購入あっせん契約における過剰与信等について－
 - ・個人情報流出事故に関する事業者調査結果
 - －急がれる個人情報管理体制の強化－

各々のテーマ名と概要、要望及び効果等：は以下の通り：

①商品先物取引に関する消費者相談の傾向と問題点

－知識・経験・余裕資金のない人は手を出さない－

公表日：平成16年4月15日

概要：商品先物取引に関する相談件数は、平成14年度には7,000件以上にのぼり、10年前の4倍に増加した。商品先物取引に関する相談の平均契約金額は700万円を超えており、消費者の損失額はきわめて大きい。現在、商品取引所法の改正案が国会で審議中であり、消費者保護のための規制強化が検討されている。

相談は、とりわけ高齢者の割合の増加が目立っている。契約先の多くは許可を受けた商品取引員だった。寄せられる相談の内容としては、長時間勧誘や脅迫的勧誘などの勧誘に関する相談や、無断で商品を売買したり取引の終了を拒否したりするなどの取引に関する相談、先物取引に適さない人へ勧誘・契約するなど適合性原則違反の相談がみられた。

問題点として、リスクが十分理解されていないこと、勧誘方法に問題があること、適合性原則が守られていないこと、消費者の意思を無視した取引が行われていることなどがあげられる。勧誘方法や取引の仕方は法によって規制されているが、規制違反と見られる相談も少なくなかった。

そこで、商品先物取引の相談について傾向と問題点、消費者への注意点をまとめた。

②飲み残し清涼飲料容器の破裂による事故！

－ペットボトルによる事故が増加－

公表日：平成16年5月10日

概要： 当センター危害情報システムには、平成10年度以降平成15年度までに、清涼飲料容器の破裂に関する事故情報が34件寄せられている。平成12年度以前はビンや缶入り飲料の破裂についての情報が目立っていたが、平成13年度以降、ペットボトル入り飲料の破裂事故が寄せられ始めた。平成13年度以降に寄せられた破裂事故24件のうち、ペットボトルによるものは9件で、容器内に飲料を飲み残した状態での事故であった。

そこで、最近目立ってきたペットボトル入り飲料の事故情報を中心に分析を行い、また、破裂事故が起こった場合にどのくらいの危険性があるのかについてテストを実施した。

③根拠法のない共済（いわゆる“無認可共済”）をめぐる現状等について

公表日：平成16年6月4日

概要： 共済は、根拠法のある共済（いわゆる認可共済、以下「認可共済」）と根拠法のない共済（いわゆる無認可共済、以下「無認可共済」）に分けることができる。

近年、無認可共済は、安価な掛け金や加入の容易性などが消費者ニーズと合致し、注目を集めている。しかし一方で、保険業法は適用されないと解されており、個別の法律もない。保険や認可共済と比較した場合、適切に共済金が支払われるのか、万一経営破綻した際の加入者保護が図られるのか等、その信用性に不安を感じる消費者も少なくないようである。

こうした状況を反映し、当センターや各地の消費生活センターには、無認可共済に係る相談が少数ながら寄せられている。相談内容の多くは業者の信用性やマルチ商法的勧誘方法に対する問い合わせである。

そこで、今後問題が顕在化する前に何らかの方策を検討すべきと考え、その現状の問題点や今後の課題等をまとめた。

効果等： “無認可共済”の問題については、情報提供を実施したのに加え、当センター関係者が数回にわたって金融審議会等に出席し意見表明等を行った。その結果、無認可共済を規制する改正保険業法が平成17年通常国会にて可決、成立した（平成17年4月22日）。これにより、業者は金融庁への登録、財務状況の情報開示や十分な商品説明などが必要になるため、被害未然防止が図られることとなった。

④パケット通信における接続先の開示等を求める要望について

公表日：平成16年6月4日

概要： 今や携帯電話は通話だけでなく、インターネット接続やメール送受信機能（以下「通信機能」）も備えており、その利便性は大きく向上している。しかし一方で、消費者トラブルも増加しており、最近特に目立つのが、インターネット接続に係る料金トラブルである。

携帯電話の通信機能利用の際は、送受信したデータ量に応じて課金する「パケット通信」が利用されている。そのため、携帯電話会社は、利用者がどのサイトに接続したのか、どこにメールを送ったのか等についてはパケット通信料の請求根拠とはならず、開示する必要がないとしている。よって、利用明細書にはインターネット接続日時とデータ量以外は掲載されていない。

しかし、パケット通信料に係る相談の多くは「通常よりパケット通信料が高かったが、こんなに利用した覚えはない」といったものである。相談発生の原因は、携帯電話会社からの請求書や利用明細書では、いつどのサイトにアクセスし、その結果パケット通信料がいくら発生したのかが確認できず、高額なパケット通信料の原因が不明確なところにある。

さらに、最近登場した“クローン携帯”(*)により、第三者に不正利用されたのではないかとといった疑念を消費者は抱えている(携帯電話会社は“クローン携帯”の存在を否定している)。

* 正規に契約した携帯電話を不正に第三者が複製(クローン)した携帯電話のこと。

そこで、事態改善のための要望並びに情報提供を行うため、問題点等を取りまとめた。

要望等：(社)電気通信事業者協会に、パケット通信時の接続先開示を同協会加盟の関係事業者に要請することと、パケット通信の課金システムについて周知徹底等を図るよう要望すると共に、総務省、内閣府に情報提供した(平成16年5月)。

⑤トラブルが多い指導付き学習教材

－中途解約ができない!解約料が高い!－

公表日：平成16年7月7日

概要：学習教材に係る相談は、訪問販売に関する相談の中でも、ここ数年「ふとん類」や「新聞」、「浄水器」等に続き常に上位にある。なかでも家庭教師や学習塾等の指導を受けるために必要であると説明され購入した高額な学習教材(以下「指導付き学習教材」)の相談は、「解約が認められない」、「解約料が高額である」など中途解約をめぐるトラブルが目立っている。

指導付き学習教材に係る相談は、恒常的に多数寄せられており、販売員の説明に問題があるだけでなく、消費者に渡される契約書等にも問題がある場合があり、中途解約をめぐるトラブルの解決をさらに難しくしている現状がある。

そこでトラブルが多い指導付き学習教材に係る相談の実態や問題点を整理し、取りまとめた。

要望等：役務付き学習教材の契約の場合、教材は特定商取引に関する法律の関連商品に該当すれば中途解約が可能であるにもかかわらず教材の解約が認められない等の相談が多数寄せられているため、消費者取引の適正化について経済産業省、日本訪問販売協会に要望した。また、日本クレジット産業協会、全国信販協会、日本図書教材協会、全国都道府県教育委員会連合会、全国市町村教育委員会連合会に情報提供した(平成16年6月)。

⑥熱さまし用ジェル状冷却シートの使用に注意

公表日：平成16年7月29日(FAX経由)

概要：平成16年4月下旬北海道内において、発熱した生後4ヶ月の男児の額に、熱さまし用ジェル状冷却シート(以下「冷却シート」)を貼り看護していた母親が、夕食の後片付けのためしばらく側を離れたのちに戻ったところ、冷却シートが男児の口と鼻を塞ぎ、窒息状態となった。救急車で病院に搬送後、人工呼吸管理をはじめ、さまざまな治療を施し一命は取りとめたものの、低酸素性虚

血性脳症が認められ、今後将来にわたり全介助が必要なほどの重度な障害が残る可能性が極めて高い。

当センターでは、事故同型品や参考品の粘着力に関するテストを実施するとともに、乳幼児の使用に関する注意表示についても調べた。他にも同様な事故が起こる可能性を否定できないことから、事故の再発防止のため事故の発生を広く周知し、消費者に注意を呼びかけた。

要望等：事業者（製造者）に対し、口と鼻が冷却シートで塞がれ、窒息する事故が起きないように、対策を講じるよう要望した（平成16年7月）。

効果等：本件は被害者の子どもが冷却シートという一見何の危険性も無い商品が原因で重篤な障害に陥ったことから注目を集め、朝日、読売といった全国紙が一斉に記事として取り上げたのと同時に、多くのテレビ放映がなされた。これにより、同種の事故再発防止に大きく貢献したと言える。

⑦中古車取引にかかわるトラブルーその対処法と未然防止のためにー

公表日：平成16年8月4日

概要：中古車は商品自体が千差万別で、価格も品質も一台ごとに異なり、新車とはまるで違う商品特性を持っている。それだけに消費者にとって商品の品質・機能の良しあしを判断することが難しく、購入後のトラブルに結びつきやすい。消費生活センター等に寄せられた中古車に関するトラブルの相談件数は、平成15年度に5,582件と決して少なくないばかりか、自動車に関する相談件数全体に占める割合もほぼ5割とその比率が高いのも特徴的である。そこで、当センターに寄せられた相談事例を分析し、代表的な事例を紹介するとともに、消費者に対してトラブルへの対処法、トラブルに巻き込まれないためのアドバイスを試みた。また、中古車販売業者に対しても、顧客とトラブルが発生した際の対応の向上や、トラブルが発生しないための方策について更なる取り組みを促す目的で、情報提供を行った。

要望等：日本中古車自動車販売協会連合会、日本自動車販売協会連合会、日本自動車輸入組合、自動車公正取引協議会に情報提供した（平成16年7月）。

⑧架空請求に関する現状及び関係機関への要望等について

ー電話をかけさせて架空請求する業者への対策強化ー

公表日：平成16年8月4日

概要：架空請求に関する相談は当センターや各地の消費生活センターに大量に寄せられており、平成15年度は46万件を上回る相談件数となった。その勢いは弱まる気配をみせない。

手口も巧妙化し、架空請求の書面には銀行口座を記入せずに連絡先の電話番号のみを記載し、消費者から連絡を取らせようとする手法が大半を占めている。さらに、請求名目を明記していなかったり、存在しない法令や公的機関の名称を用いて請求したりと、その手口は巧妙化・悪質化している。

このような事態を踏まえ、当センターでは当分の間、ホームページ上にP I O - N E Tに登録された架空請求の業者名及び当センターが受け付けた業者名を掲載し、消費者への情報提供を強化

する。また、消費者被害の未然・拡大防止のため、改めて架空請求の現状をまとめた。

要望等：対策の強化等を総務省、(社)電気通信事業者協会に要望すると共に、警察庁、内閣府に情報提供した(平成16年8月)。警察庁には、架空請求業者の名称や住所等の情報の定期的な提供を開始し、捜査の円滑な遂行に貢献した。また、ホームページに、架空請求に関する相談件数が多い業者名リストを、記者説明会並びにホームページを通じて開始した。このリストは、P I O - N E Tに登録された情報並びに当センターの相談調査部にて受け付けた相談情報を通じて得られたものをまとめたものであり、毎月1回更新している。当該リスト公表により、消費者が架空請求を受取った際に真偽を確かめることができるようになったため、被害減少に貢献した。

効果等：架空請求に関する相談件数が多い業者名リストの公表については、各新聞に大きく取り上げられた。また、総務省、内閣府等が連携し、ポスターを作製するなどして、消費者向により一層の注意喚起が行われる結果に繋がった。情報提供後、本問題の深刻性に注目した与野党の各調査会等にも数回出席し、そのつどの状況報告をした。さらに、年間を通じて対処法等を求められるなどマスコミからの取材は非常に多く、現在も続いている。

⑨2003年度のP I O - N E Tにみる消費生活相談、危害・危険情報

公表日：平成16年8月4日

概要：本資料は、平成15年度にP I O - N E Tを通じて収集した消費生活相談情報と、当センターが全国の消費生活センターから収集した危害・危険情報と協力病院等から収集した情報の概要を迅速にまとめたものである(対象データは、平成16年5月末日までに当センターのホストコンピュータに登録された情報)。

情報の詳細については、「消費生活年報2004」(平成16年10月発行)に掲載した。

⑩「まつ毛パーマ」による目の炎症や、かぶれ等の事故が増加!

公表日：平成16年9月3日

概要：「まつ毛パーマ」により、目に炎症やまぶたにかぶれが生じた等の危害情報が平成11年度から増加し始め、平成14年度にさらに増加している。なかには目の炎症により、治療に1ヶ月以上かかった例もみられた。そこで、「まつ毛パーマ」による危害情報を分析し、実際に使用されている「まつ毛パーマ液」の成分等について調べ、まつ毛に使用されているパーマ液を中心に問題点をまとめた。

要望等：被害の未然防止・拡大防止のための適正な対応について、厚生労働省、全日本美容業生活衛生同業組合連合会、日本エステティック連合に要望した(平成16年9月)。

効果等：要望を行った結果、厚生労働省から各自治体宛に、以下2点の通知が出された：

- ・厚生労働省医薬食品局監視指導・麻薬対策課長発、各都道府県衛生主管部(局)長宛の「いわゆる「まつげパーマ液」の取り扱いについて」通知(平成16年9月)
- ・厚生労働省健康局生活衛生課長発 都道府県・政令市・特別区

衛生主管部（局）長宛の「パーマネント・ウエーブ用剤の目的外使用について」通知（平成16年9月）。

⑩相談が相次ぐ『パソコン内職』

－高額な商品等を購入させる内職の契約は避ける－

公表日：平成16年9月3日

概要： 「パソコン内職」とは、自宅でパソコンを使ってホームページ作成やデータ入力等の内職をしないかと勧誘し、内職に必要であると教材等を販売する取引である。このような「仕事を提供すると勧誘し商品等を販売する取引」を特定商取引に関する法律（以下、特定商取引法）では、「業務提供誘引販売取引」として平成13年6月1日から規制している。

しかし、法施行後も業務提供誘引販売取引に係る相談は、毎年1万件を超えている。なかでも「パソコン内職」の相談件数は増加を続け、平成15年度には約7,700件に上った。

相談内容は、「月3～4万円は稼げるので、教材代を払っても報酬が手元に残る」、「仕事をするためには試験を受けてもらう必要があるが、誰でも簡単に合格できるから大丈夫」等と、月々の収入を保証したり、簡単に利益が得られることを強調したりして誘うことが多い。ところが、実際には「セールストークのような収入は得られない」、「業者の社内試験が難しく合格できない」等の苦情になっている。相談からみると仕事を提供すると勧誘しながら、実は商品等を販売することが目的と思えるケースがあり、法施行前と苦情内容に目立った変化はない。

このような状況の中で、平成15年度には販売業者の倒産等の相談が「パソコン内職」の相談の4割を超え、クレジット会社の加盟店審査・管理の問題が浮き彫りになった。

そこで、法施行後も相談が多い「パソコン内職」の問題点を整理・分析し、消費者被害の未然防止・拡大防止のために、契約にあたっての注意点等を取りまとめた。

要望等： より一層の加盟店審査・管理を求める旨を経済産業省、日本クレジット産業協会、全国信販協会に要望した。また、金融庁、全国貸金業協会連合会に情報提供した（平成16年8月）。

効果等： 経済産業省は当センターからの要望を受け、平成16年12月に日本クレジット産業協会及び全国信販協会に対して加盟店の審査・管理を厳格に実施するよう要請した。

⑪家庭用電気治療器具に関する消費者被害にみる問題点

－過剰な効能効果をうたうセールストークに注意－

公表日：平成16年10月6日

概要： 家庭用の電気で使用する治療器具類「家庭用電気治療器具類」は、医療用具として薬事法や医薬品等適正広告基準などによって製造・販売等や効能効果の表現についてさまざまな規制がされている。しかし、P I O-N E Tには、「病気が治る、病気に効く」などさまざまなセールストークが使われているものがあり問題があった。

そこで、家庭用電気治療器具類の相談情報を分析し、その効能効果に関するセールストークについての問題点を取りまとめた。

要望等： 薬事法、医薬品等適正広告基準、その他関係法令からみて問題の

あるセールストーク等により、消費者が被害を被ることのないよう、厚生労働省、社団法人日本ホームヘルス機器工業会に要望した（平成16年10月）。

効果等：要望を行った結果、(社)日本ホームヘルス機器工業会が業界としての対応に関する文書（平成16年11月25日付の日ホ工発第156号『家庭用電気治療器具類による消費者トラブルの防止について（要望）』の対応について）を全会員会社へ送付するとともに、工業会機関誌「ホームヘルス機器」平成16年11～12月号に関連情報を掲載した。また、各種研修会、講習会において教材の一部として取り入れられた。

⑬製造物責任法施行9年目の製品関連事故に係る消費生活相談の動向と訴訟の概要

公表日：平成16年10月6日

概要：平成7年7月に製造物責任法が施行されたが、製造物責任制度の定着状況を把握するため、P I O - N E Tに収集された当センターおよび全国の都道府県・政令指定都市・市区町村の所管する消費生活センター等が受付けた製品関連事故に係る受付相談件数について調査し、今般、施行9年目（平成15年度）までの調査結果としてまとめた。また、製造物責任法に基づく訴訟の動向について取りまとめた。

⑭消費者契約法に関連する消費生活相談件数と裁判の概況—法施行後3年—

公表日：平成16年10月6日

概要：当センターや全国の消費生活センターにおける消費者契約法に関連する消費生活相談の状況については、これまで半年経過分、1年経過分、2年経過分の状況を公表してきており、本資料は、消費者契約法施行後3年の関連消費生活相談の件数と、裁判の概況について取りまとめた。

⑮出会い系サイト等の架空・不当請求に関する“新手”の手口について

—支払督促等を用いた請求、携帯電話の「個体識別番号」による脅し—

公表日：平成16年11月5日

概要：出会い系サイトやアダルトサイト等に係る架空・不当請求に関する相談件数は依然として減少傾向を示さず、その手口は日々変化を遂げ、より巧妙化、悪質化している。

そこで、新手の手口と認識された「裁判手続きを利用した架空・不当請求の手口」と「携帯電話の「個体識別番号」を表示し、メールアドレス等の個人情報を入手したかのように装う不当請求の手口」について、その状況等を取りまとめた。

⑯個人情報を聞き出す「フィッシング」詐欺に要注意

公表日：平成16年11月5日

概要：フィッシング（phishing）とは、金融機関やオンラインショップなどからの電子メールを装い、住所、氏名、銀行口座番号、クレジットカード番号、有効期限、ID、パスワードなどの個人情報を返信もしくは入力させてそれらの情報を入手し、金銭を詐取する行為である。

当センターにおいては、平成16年10月までのところ、フィ

ッシングについて寄せられている情報や相談は少なかったが、今後日本においてもフィッシングによる被害が増加する可能性は十分にあると考えられた。そこで、フィッシングによる被害が広まる前に、消費者にフィッシングについて認識してもらうため、その特徴や内外の状況などの情報を取りまとめた。

効果等：フィッシングについては、日本国内での被害が無い段階での情報提供であったが、当センターからの情報提供直後にNHKの「ニュース10」にて取り上げられたため、消費者への早急な周知が叶った。その後、総務省や経済産業省が対策協議会を次々と設置するなど、被害の未然防止のための迅速な対応が取られた。なお、経済産業省設置の対策協議会には、国民生活センター関係者も参画している。

⑩増加する結婚相手紹介サービスのトラブル

－中途解約ができるようになっても解約料には不満－

公表日：平成16年11月5日

概要：特定商取引に関する法律（以下、特商法）に基づき政令の一部が改正され、平成16年1月1日より「結婚相手紹介サービス」が新たに規制対象となった。しかし、相談件数は、過去5年半の累積で10,200件を超え、規制後も相談は減少しなかった。

政令改正前は、「業者が一切解約・返金に応じない」という相談が目立ったが、改正後は「解約料が高い」という相談が多い。また、「契約書をもっていない」、「業者が返金しない」など特商法を遵守していないと思われる相談も未だに見受けられる。

「解約料が高い」という相談では、契約直後に会員情報が一括で提供され、サービスの提供が完了したとして情報料の全額が請求されるケースや、初期段階の会費を高く設定しているケースで、契約から間がない中途解約では解約料が高いという相談が多い。

業界団体等へのヒアリングでは、一般に結婚相手が見つかる確率は契約から早い時期のほうが高い傾向にあり、新会員の紹介等のサービスも初期段階に手厚くして、料金設定も高めにしているという。しかし、解約料が高いという相談からみると、このような仕組みが消費者に十分説明されているとは言い難い。

そこで、相談が増加傾向にある「結婚相手紹介サービス」の問題点を整理・分析し、消費者被害の未然防止・拡大防止のために契約に当たっての注意点を取りまとめた。

要望等：特商法が改正され、平成16年1月1日より「結婚相手紹介サービス」が新たに規制対象となったが、その後も相談が増加傾向にあるため、経済産業省（商務情報政策局サービス産業課、同消費経済部消費経済政策課）、結婚情報サービス協議会、日本仲人連盟、日本ブライダル連盟に業界健全化の対応等について要望した。また、経済産業省（商務情報政策局消費経済部消費経済政策課）、内閣府に情報提供した（平成16年11月）。

⑪消費生活相談にみる2004年の10大項目

公表日：平成16年12月3日

概要：PIONETを通じて収集している消費生活相談のうち、平成16年1月～10月に相談件数が多かったものや相談件数が急増したもの、社会的に注目を集めたもの10項目について取りま

とめ、1年間を振り返るとともに、消費者啓発の一助とした。

平成16年の10大項目は、次の通りである：

1. 消費生活相談件数が6割増
2. 架空請求の相談が急増
3. 個人情報に関する相談が増加
4. 悪質な訪問販売に関する相談が高水準
5. 外国為替証拠金取引などに関する相談が著増
6. 「二次被害」のトラブルが増加
7. フリーローン・サラ金にかかわるトラブルが多発
8. 目立つ賃貸住宅の敷金などに関する相談
9. リコール届出が急増するなか、自動車に関する相談が高水準
10. 消費者基本法が成立

⑱旅行や飲食等が格安になるとうたう会員権のトラブル

－複合サービス会員の二次被害が急増－

公表日：平成17年1月7日

概要：旅行や飲食店などが割安で利用できるとうたう「複合サービス会員」に関する相談は、平成13年度の約3千件から平成15年度の約9千件へと激増した。なかでも増加が著しいのが、過去に一度被害にあった人が再び被害にあうという「二次被害」の相談で、平成13年度の約7百件から平成15年度の約5千件へと大幅に増加している。

そこで、「複合サービスの二次被害」について相談事例やその問題点、対応策について取りまとめた。

⑳クレジット会社の与信問題

－個品割賦購入あっせん契約における過剰与信等について－

公表日：平成17年3月4日

概要：全国の消費生活センター等には消費者信用に係わる消費生活相談が多数寄せられている。このうち、販売信用に関連する相談は全相談の約12%を占めており、その大半が個品割賦購入あっせん契約に係わるトラブルである（平成15年度、136, 330件）。

個品割賦購入あっせん契約のトラブルが多い背景の一つとして、クレジット会社が問題商法を行っている業者とも加盟店契約をしているという問題があるが、これについて国民センターは平成14年3月に「個品割賦購入あっせん契約におけるクレジット会社の加盟店管理問題」をまとめ、消費者取引適正化のための提言を行った。その後、経済産業省からも「割賦購入あっせん業者における加盟店管理の強化」についての通達等が出され、指導強化されている。

一方、トラブル多発のもう一つの背景として、クレジット会社による過剰与信等の与信問題がある。クレジットトラブルを防止するためには、加盟店管理問題と過剰与信等の与信問題とが、ともに解決すべき重要な課題といえる。

そこで、クレジット契約のうち圧倒的にトラブルが多い個品割賦購入あっせん契約を中心に、「与信問題」という視点から消費生活相談の実態や問題点を分析するとともに、クレジット会社による与信や個人信用情報機関の実情を調査し、個品割賦購入あっせん

ん契約に係わる与信適正化のための提言を行った。

要望等：個品割賦購入あっせん契約に関わる与信の適正化のために、全国信販協会、日本クレジット産業協会に要望した。また、経済産業省に情報提供した（平成17年3月）。

なお、販売業者と事実上牽連関係がみられるにもかかわらず販売業者とは関係がないとして消費者からの抗弁を認めない等の対応を続けているローン会社について、経済産業省に割賦販売法を遵守した取引を行うよう指導を求める旨の要望もしている（平成16年4月）。

・個人情報流出事故に関する事業者調査結果

－急がれる個人情報管理体制の強化－

公表日：平成17年3月25日

概要：近年のIT化の進展に伴い、コンピュータやネットワークを利用して大量の個人情報が処理されており、個人情報の取扱いは今後さらに拡大していくと予想される。一方、国民のプライバシーに関する不安もますます高まっており、P I O－N E Tにおけるプライバシー関連の相談件数は増加傾向にある。こうした状況を踏まえ、平成17年4月より「個人情報の保護に関する法律」が全面施行される。そこで今回、顧客情報の流出や個人情報の売買事件に関して事業者を対象に「個人情報流出事故に関する事業者調査」を行った。

個人情報はその性質上、不適正な取扱いをされると取り返しのつかない被害を及ぼすおそれがある。実際、個人情報を悪用したと思われる架空請求や二次被害の相談も急増を続けており、誰もが安心して情報化社会の便益を享受するための制度的基盤の一層の充実が必要である。そこで、本調査をもとに個人情報流出事故の原因や問題点を分析し、消費者被害の未然防止という観点から被害救済のあり方や防止策等の課題の一端を探った。

なお、上記の21テーマによる情報提供以外にも、以下2点の事業者・団体及び関係機関等への要望または情報提供を行っている：

①直収型固定電話サービスに係る苦情について

概要：本件については、サービス提供事業者に勧誘された消費者より「勧誘の電話があり、資料送付を了承したところ、後日、通信会社から契約したことになっている通知が届いた。勧誘方法に問題があるのではないか」「契約をした覚えがないのに通信会社から契約したことになっている通知が届いた。通信会社に問い合わせた契約に至った経緯をたずねたが、「代理店がやったことなので当社とは関係ない」と回答された。対応に不満である」といった相談が寄せられたため、特に情報が多く寄せられたサービス提供事業者に事情を聴いたところ、「代理店が電話勧誘する際、強引な勧誘を行わないように指導を強化する。問題のある代理店に関しては調査や代理店契約の取消し等の厳しい処分も行う」との回答があったにもかかわらず、その後も同種情報が寄せられたため、総務省への対策要望を行ったものである。

要望等：消費者が直接、電話会社と契約する新しい固定電話サービスに関

して、不適切な勧誘方法等の相談が増加傾向にあり、電気通信事業法第26条等に抵触する可能性もあるため、総務省に対策等を要望した（平成17年3月）。

効果等：要望を行った結果、総務省が改善策を講じるよう関連事業者を指導した。

②携帯電話端末の交換等に伴う有料コンテンツ引継ぎのトラブルについて

概要：本件は、消費者より「携帯電話端末に不具合が発生したため、無償で交換されたが、交換前にダウンロードした有料コンテンツは著作権上の問題から新しい携帯電話端末に移すことができないと言われた。交換の原因は携帯電話会社にあるにもかかわらず、有料で取得したコンテンツを失うのは合理性がなく、納得できない。支払った情報料を返還してほしい」という相談を受け、消費者苦情処理専門委員会小委員会での審議結果からだされた助言を情報提供したものである（助言内容については後述）。

要望等：消費者に負担を強いる事のない方策を講じるよう、(社)電気通信事業者協会に対策を要望し、文化庁にも情報提供した（平成17年3月）。

効果等：要望の結果、(社)電気通信事業者協会より「消費者に不利益が生じないよう種々務めている」ことと、「文化庁に対して著作権法の改正要望を行っている」等の回答を得た（平成17年4月22日付）。

各情報は提供後に新聞記事やテレビ・ラジオ番組に取り上げられており、その数は全国紙をはじめ、新聞294回、テレビ・ラジオが78回であった。

各テーマによる情報提供に関する新聞記事（掲載された主要なもののみ）については、別添資料18を参照。

2) 出版物、テレビ、ホームページ等による情報

i. ホームページ

①提供情報の充実とアクセス件数増加

－年度計画内容－

被害の防止や解決に役立つ情報をより一層充実させることにより、アクセス件数の増加を図る。

◎業務の概要

当センターは発足以来、消費者に消費者問題の理解を促進するため、雑誌、リーフレット等の印刷物及びテレビを通じての情報提供を行ってきた。

その後、IT革命の中、情報提供の手段となった「インターネット」を通じての情報提供を実施するため、平成7年10月に「国民生活センターホームページ」を開設した（トップページのイメージは別添資料19を参照）。

今やホームページを通じての情報提供は事業の大きな柱となっており、消費者向け情報提供の主要な手段として活用されている。

◎年度計画実施状況

被害の防止や解決に役立つ情報をより一層充実させるため、従来から行ってきた「製品回収を伴う社告関連の情報」や「国民生活センター実施の各種調査結果」に加え、相談件数激増の大きな要因となっている架空請求関連の情報については新たな手口の速やかな掲載や業者名リストの毎月公表を行い、積極的な情報提供を行った。

また、平成16年10月に発生した新潟県中越地震に関する情報についても、「被災者の方々へ 暮らしの110番」というページを設置し、以下の情報を掲載した：

- 災害に便乗した悪質商法にご注意
- 義援金詐欺にご用心
- 家電製品再使用時の点検法
- 相談・連絡先等一覧
 - *消費生活相談窓口
 - *新潟県弁護士会無料相談
 - *保険・公庫等の連絡先
- 新潟県中越大震災関連情報

また、平成16年6月に公表した「利用した覚えのない請求」対策マニュアルや同年12月に公表した「あわてないで！！クリックしただけで、いきなり料金請求する手口」が大きな反響を呼んだこと、特に「あわてないで！！クリックしただけで、いきなり料金請求する手口」は、日本の著名なインターネットポータルサイトのトップページにある最新トピックとして取り上げられたことも特筆される。

以上のような取り組みの結果、ホームページアクセス件数は、平成15年度の月平均約20万件から、平成16年度には約27万件と大幅に増加した。

以下に、平成15年度と平成16年度における当センターホームページ（トップページ）への月別アクセス件数を示す：

平成15年度		平成16年度	
月	アクセス件数	月	アクセス件数
4月	155,012	4月	223,870
5月	177,190	5月	241,934
6月	193,132	6月	259,822
7月	184,754	7月	237,358
8月	173,404	8月	372,709
9月	193,603	9月	256,233
10月	225,011	10月	269,732
11月	205,538	11月	299,790
12月	192,271	12月	305,640
1月	219,295	1月	315,310
2月	230,181	2月	268,167
3月	246,582	3月	242,002
合計	2,395,973	合計	3,292,569
月平均	199,664	月平均	274,381

②携帯電話による情報提供の充実

－年度計画内容－
携帯電話による情報提供の充実を図る。

◎業務の概要

携帯電話はここ数年で急速に普及し保有台数は8,500万台を超え、国民の三人に二人が所有している。特に若い世代での所有率は他の世代に比較して高く、携帯電話を通じて様々な情報を収集・発信している。

消費者相談は20～30代の若い世代が多く、この世代への効果的な普及啓発が必要であるとの判断から、平成14年度より携帯電話（iモード対応の機種）を通じた情報提供を開始した。

◎年度計画実施状況

携帯電話利用者への情報提供の充実を図るため、携帯電話利用者が陥りやすい消費者トラブル等の情報として、以下の情報を中心に提供した：

- だましの手口
 - * 个体識別番号??
 - * 勧誘メールの落とし穴
- くらしの豆知識
 - * 敷金返還トラブルと原状回復
- 消費生活センター連絡先

また、携帯電話を通じて行われる架空請求に対抗するため、インターネットホームページ同様、架空請求業者名のリストを公表した。平成16年10月に発生した新潟県中越地震に関する情報についても、パソコン用ホームページ同様「被災者の方々へ くらしの110番」というページを設置し、以下の情報を掲載した：

- 災害に便乗した悪質商法にご注意
- 義援金詐欺にご用心
- 家電製品再使用時の点検法
- 相談・連絡先等一覧
 - * 消費生活相談窓口
 - * 新潟県弁護士会無料相談
 - * 保険・公庫等の連絡先
- 新潟県中越大震災関連情報

携帯電話用のホームページへのアクセス件数は、平成15年度の月平均約1万3,000件から平成16年度には約5万1,000件（約4倍）と大幅な増加となった。以下に、平成15年度と平成16年度における当センターiモード版ホームページ（トップページ）への月別アクセス件数を示す：

平成15年度		平成16年度	
月	アクセス件数	月	アクセス件数
4月	4,465	4月	24,880
5月	6,595	5月	27,851

6月	8, 308	6月	29, 174
7月	10, 042	7月	32, 501
8月	11, 661	8月	50, 276
9月	14, 059	9月	58, 285
10月	17, 964	10月	60, 786
11月	16, 195	11月	66, 602
12月	14, 888	12月	68, 670
1月	15, 386	1月	75, 612
2月	14, 705	2月	62, 076
3月	28, 299	3月	58, 486
合計	162, 567	合計	615, 199
月平均	13, 547	月平均	51, 267

③テレビ番組

－年度計画内容－

視聴者モニターにアンケート調査を実施し、5段階評価で4以上の満足度の評価を得るよう努めるとともに、その結果を企画・構成面に反映させる。

◎業務の概要

テレビ番組を通じての情報提供については、当センターが発足した翌年の昭和46年9月より、TBSをキー局として全国33局ネットで「あなたとくらし」の放映を開始している。

現在は日本テレビをキー局に31局ネットで「ご存じですか 消費者ミニ情報」を放映（毎週水曜日11:25～11:30）し、消費者問題に関する様々な情報を広く国民に提供している。

◎年度計画実施状況

平成15年度実施の視聴者に対する満足度アンケート結果では「食品の安全性や賞味期限」「消費期限の詳しい内容や悪質商法の種類と内容を詳しく知りたい」「国民生活センターの相談情報等を分かりやすく提供してほしい」といった声が強かった。

前述の視聴者からの声については、希望の多かったテーマを極力取り入れることとし、以下の通り番組構成に反映した：

- 平成16年 4月 「海外宝くじ」にご注意
- 6月 メリロートを含む「健康食品」
- 7月 指導付き学習教材の中途解約を巡るトラブル
- 8月 豆腐の品質と衛生
個人情報流出に関するトラブル
- 9月 上手な食品表示の読み方
手口が巧妙化する架空請求
- 12月 気がつけば被害者？うまい話にひそむ危険
- 平成17年 3月 あなたの名前が悪用される？個人情報の守り方

平成16年度においては、上記テーマを含む40回の番組提供を行っている。平成16年度の放送内容一覧には以下の通り：

SNO	放送日	放送内容
1	平成16年 4月7日	ダイレクトメールを使った「海外宝くじ」にご注意!
2	4月14日	商品テストーベビーカー
3	4月21日	暮らしに生かそう「消費者の権利」1)
4	4月28日	暮らしに生かそう「消費者の権利」2)
5	5月5日	引きこもりの若者の「居場所」づくり
6	5月12日	飲み残しの清涼飲料容器の破裂事故
7	5月19日	消費者のための医療
8	5月26日	痴呆性高齢者・知的障害者の金銭管理と権利擁護
9	6月2日	家庭で実践! 一生ごみの減量
10	6月9日	商品テストーメリロートを含む「健康食品」
11	6月16日	多重債務を抱える女性たちへ
12	7月14日	商品テストー洗濯乾燥機
13	7月21日	介護からもらった生きる力
14	7月28日	中途解約をめぐるトラブルが多い、指導付き学習教材
15	8月4日	どう創る? ー子どもの安全な遊び場
16	8月11日	商品テストー豆腐の品質と衛生
17	8月18日	個人情報の流出への不安につけ込む 「解約代行」トラブル
18	9月1日	上手な食品表示の読み方
19	9月8日	商品先物取引に関する消費者トラブル
20	9月15日	当選商法など、手口が巧妙化する架空請求
21	10月6日	話すだけじゃない! ー携帯電話とネットトラブル
22	10月13日	商品テストー揚げ物調理における食用油の発火
23	10月20日	商品テストーエアゾール式簡易消火具
24	10月27日	相談が相次ぐパソコン内職
25	11月3日	あなたの街の消費生活センターに行ってみませんか?
26	11月10日	商品テストー電気カーペット
27	11月17日	年末の大掃除、ハウスクリーニングを上手に 利用するには?
28	12月8日	気がつけば被害者? ーうまい話にひそむ危険
29	12月15日	ハロゲンヒーターの「ここ」に気をつけよう!
30	12月22日	増加する「結婚相手紹介サービス」のトラブル ー解約料に不満
31	平成17年 1月5日	2005年ーわたしたちの暮らしを考える
32	1月12日	活用しよう! ー高齢者を悪質商法から守る 「成年後見制度」
33	1月19日	地震保険の特徴としくみ
34	2月2日	冬場の入浴、高齢者を中心に思わぬ事故が多発!
35	2月9日	住まいの防犯対策を考える
36	2月16日	足用使い捨てカイロ、低温やけどに注意!
37	3月9日	あなたの名前が悪用される? ー個人情報保護法と個人情報の守り方
38	3月16日	引越しシーズン、賃貸住宅の敷金トラブルを防ぐには?
39	3月23日	若者の消費者トラブル
40	3月30日	「格安、割引」サービス会員権に要注意! ー複合サービス会員の二次被害が急増

平成16年度における視聴者に対する満足度アンケート調査は、以下の要領で行った：

- 実施時期：平成17年3月
- 実施場所：大阪及び仙台
- 対象者数：大阪40名、仙台40名 計80名
- 回収率：実際に対面しての調査のため100%

調査の結果、満足度については5段階評価で「4.6」を得た。また、アンケート対象者から出された今後取り上げてほしいテーマは以下の通りであった：

- 個人情報保護に関するもの
- 住まいの防犯対策に関するもの
- うまい話にひそむ危険に関するもの
- 携帯電話とネットトラブルに関するもの

上記のような消費者の関心が高いテーマについては、番組企画を検討する際の参考とする。

ii. 定期出版物等

①「くらしの豆知識」について

一年度計画内容一

「くらしの豆知識」について、適切なテーマ選択と満足度調査実施のため、読者等へのアンケート調査とヒアリングを実施し、読者への満足度アンケート調査において、5段階で4以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要

「くらしの豆知識」は生活に関わる様々な問題をコンパクトにまとめた生活便利手帖で、昭和47年2月に初刊行（1973年版）後、毎年刊行し、平成16年10月に刊行した2005年版で33冊目となった。

◎年度計画実施状況

適切なテーマ選択と読者の満足度を高めるために平成15年度に実施した読者等へのアンケート調査結果を内部で検討した結果、4点が特集テーマ（①携帯電話とネットトラブル②インターネットオークション③若者の契約トラブル④通信販売のトラブル）の候補案となった。

その後の更なる検討の結果、被害が特に急増している「携帯電話とネットトラブル」を2005年版の特集テーマとすることとした（特集テーマの内容については、別添資料20参照）。

特集テーマ選択以外にも、平成15年度実施のアンケート調査結果にて得られた意見より、以下7項目を取り上げた：

- ①遺伝子組換え食品とは
- ②食品添加物の知識
- ③法律・制度による義務マーク
- ④リサイクルに関連した主なマーク
- ⑤知っておきたい成年後見制度

⑥民生委員・児童委員は地域の身近な相談員

⑦生活保護を受けるには

また、個々の項目について「具体的な相談事例を紹介してあると理解しやすい」との意見が得られたので、2005年版においては相談事例の掲載数を増やした。

平成16年度における読者等への満足度アンケート調査は、以下の要領で行った（アンケート調査票については別添資料21を参照）：

○実施時期：平成17年3月

○対象者数：295名（内訳は以下の通り）

当センター主催の研修受講者 180人

一般消費者 115人

※「くらしの豆知識」については、「たしかな目」や「国民生活」と違って定期購読者がいないため、当センター主催の研修受講者及び「くらしの豆知識」の購入を直接申し出た一般消費者を対象とした。

○回収率：64.7%（内訳は以下の通り）

当センター主催の研修受講者 118人（65.6%）

一般消費者 73人（63.5%）

調査の結果、満足度については5段階評価で「4.5」を得た。

今後取り上げてほしいテーマとしては、以下の様なものが多かった：

○司法制度 ○税金

○医療 ○表示

また、アンケートの自由記載欄を通じ、以下の意見等が寄せられた：

○コンパクトなため持ち歩きにも便利である。また、内容が分かりやすく、学校の教材としても利用できる。

○相談処理の際、相談者への説明用資料として利用すると、より安心感を持ってもらえる。

○民生委員として高齢者に話しをする時の参考になる。

○安価でこれほど内容が充実し、実生活に役立つ本は他には無い。

○知りたい情報が簡潔に記載されているため、分かりやすく読み易いので、家族中で読んでいる。

②「国民生活」について

—年度計画内容—

「国民生活」について、内容の充実と満足度調査の実施のため、読者等へのアンケート調査を実施し、読者への満足度アンケート調査において、5段階で4以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要

月刊「国民生活」は、当センターの発足間もない昭和46年2月に創刊された消費者問題の専門誌である。

主な読者は消費者行政の担当者、政策研究者、消費生活相談員、企業の消費者関連部門の担当者、消費者団体のリーダー等である。

◎年度計画実施状況

内容の充実を図るために平成15年度に実施した読者等へのアンケート調査結果を内部で検討した結果、以下7点の特集テーマを平成16年度発行分で取り上げた（特集テーマの内容については、別添資料22参照）：

- 消費者基本法
- 環境問題
- 特定商取引法
- 高齢社会
- 消費者被害救済と司法
- 消費生活相談員の意義と役割
- 個人情報保護法

また、アンケート調査結果から、相談事例や判例情報の充実を希望する声が多かったことから、企画・編集の際に十分考慮することとした。

平成16年度における定期購読者への満足度アンケート調査は、以下の要領で行った（アンケート調査票については別添資料23を参照）：

- 実施時期：平成17年1月
- 対象者数：定期購読者約2,000名の5%にあたる100名
平成16年9月以降に新規定期購読者となった30名
- 回収率：53.8%（回答者数70名）

調査の結果、満足度については5段階評価で「4.1」を得た。

今後取り上げてほしいテーマとしては、以下の様なものがあった：

- 食品の安全性
- 介護
- 環境問題
- インターネット関係
- 年金
- 企業のCSR関係

また、アンケートの自由記載欄を通じ、以下の意見等が寄せられた：

- 消費者問題を体系的に捉える事ができるので、大変勉強になる。
- 適度に専門的で、適度に噛み砕いて書かれているので理解しやすい。
- 相談員の新人として、特に専門用語や相談事例による対応の仕方も勉強になる。
- 暮らしの統計やデータが色々な場面で役立っている。
- 話題性の高いテーマに沿っての内容なので、仕事上で活用できる。

③「たしかな目」について

—年度計画内容—

「たしかな目」について、内容の充実と満足度調査の実施のため、読者等へのアンケート調査を実施し、読者への満足度アンケート調査において、5段階で4以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要

暮らしと商品の情報誌として、昭和56年2月に創刊（隔月刊）の後、平成3年11月からより多くの情報を迅速に提供するために月刊化した。商品テスト情報や苦情相談をもとにした注意情報、消費生活の改善に役立つ情報など、消費者が日常生活を豊かで安全に安心して営むために、判断の材料とする情報を公平・公正に提供し、消費者の自立を支援している。

主な読者は、一般消費者、生活協同組合の会員、消費生活相談員、企業のお客様相談室担当者等多岐にわたっている。

◎年度計画実施状況

内容の充実を図るために平成15年度に実施した定期購読者へのアンケート調査結果や、取引先生活協同組合の担当者からの意見を集約した結果、消費者からの苦情相談情報、商品テスト情報など当センターの固有情報を中心に、記事を企画してほしい旨の希望があった。

アンケート調査より得られた読者からの声を踏まえ、平成16年度においては、以下のようなテーマの記事を毎号掲載した（年間の特集テーマは別添資料24参照）：

- 悪質商法関連の特集
 - *うまい話の落とし穴
 - *振り込め詐欺にだまされない！
- 商品テスト情報と合わせた特集
 - *洗濯乾燥機で洗濯は変わるか
 - *健康食品
 - *火の用心
 - *わが家の防犯術
- 苦情相談をもとにした注意情報（毎号）
 - *海外宝くじ
 - *架空請求トラブル
 - *無認可共済等

また、アンケート結果で今後取り上げてほしいテーマとして、「食」について希望が多かったので、特集に「食の不安をどう解決する？」を組み、新連載として「生産者を訪ねて」を掲載した。

さらに、新潟県中越地震に関しても緊急特集として「暮らし110番ー被災からの生活再建」を急遽企画し、被災者に役立つ情報をQ&A形式でわかりやすく掲載した。

デザイン・レイアウトなど誌面を一新、内容・表現もわかりやすいよう工夫し、読みやすい誌面づくりを行った。

平成16年度における定期購読者への満足度アンケート調査は、以下の要領で行った（アンケート調査票については別添資料25を参照）：

- 実施時期：平成17年3月
- 対象者数：定期購読者約4,000名の5%にあたる200名
- 回収率：43.5%（回答者数87名）

調査の結果、満足度については5段階評価で「4.4」を得た。

今後取り上げてほしいテーマとしては、以下の様なものがあった：

- 食品の安全性と表示
- くらしの法律知識
- 健康食品
- 悪質商法
- 高齢化社会と福祉
- 年金・金融

また、アンケートの自由記載欄を通じ、以下の意見等が寄せられた：

- 長く購読していますが、ホットな記事が多く、知りたいことが取り上げられていて役に立っています。編集される方の心意気が伝わってきます。がんばって下さい。期待しています。
- 身近な問題、最近の社会問題など分かり易く解説されていて勉強にな

ります。

○今まで同様に、賢く生きるための知恵を教えてください。

○十分に役立っています。

○日頃発生する様々な疑問や意見があると直ぐ取り上げてもらえるので、頼りになる。賢い消費者になれます。

④「消費生活年報2004」について

消費生活年報は、昭和63年に創刊されて以来、消費者取引や商品の安全性などに関連する話題、国民生活センターや全国の消費生活センターに寄せられた相談の統計データ、国民生活センターの業務内容など幅広い内容を収録した年次報告書であり、最近の消費者問題の動向、統計データを調べるための情報源として多方面で活用されている。

平成16年度においても、以下の章立てで編集を行い、平成16年10月に発行した：

- I. 新しい消費者行政の展開
- II. 消費生活相談からみたこの1年
- III. 国民生活センターの主な調査・商品テストから
- IV. 国民生活センターの事業
- V. 消費生活関連資料

(3) 苦情相談

消費者からの相談は、消費者被害の個々の救済に役立つとともに、消費者が今何で困っているのかを知るための貴重な情報源であり、相談処理業務は、各地の消費生活センターにおける中核業務といえる。

当センターでは消費者から直接寄せられる相談への対応を行いつつ、各地の消費生活センターにて適切かつ迅速な相談処理が行われるような支援をすることを中期計画に掲げており、平成16年度においても積極的にその役割を担ってきた。

その結果、平成16年度に受付けた相談の内、各地消費生活センターから寄せられる「経由相談」の比率は42.3%となっている。

また、当センター自らが受けた苦情相談の処理についても、消費生活専門相談員を中心とし、弁護士や各種専門家の支援を受けつつ、積極的な処理を行い、個々の消費者被害救済に尽力した。これに加え、高度な法的判断を要する事案について消費者苦情処理専門委員会に諮り、審議・検討を加えた結果を情報提供した。

また、全面施行を控えた「個人情報保護法」関連については、各地の消費生活センターでの相談受付と処理が円滑に行くよう、「個人情報に係る相談処理マニュアル」の作成と配布を行った。それと並行して、当センターでの個人情報関連相談処理を行うための環境整備も進め、個人情報保護法全面施行と同時に関連相談が受けられるような体制を整えた。また、受付けた個人情報関連相談の傾向について分析するための仕組みとして「個人情報保護法相談データベース」の構築にも着手し、平成17年4月から開始される情報収集に対応できるようにした。

1) 苦情相談

－年度計画内容－

消費生活専門相談員、弁護士、専門技術者等を配置して専門的相談の充実を図り、消費者被害の複雑多様化、国民生活に関連する新たな法律の制定等に適切に対応しつつ、懇切、迅速かつ公正に、あっせん等による苦情相談処理を行う。

◎業務の概要

技術の進歩や社会の発展に伴い、消費者被害の複雑さ、多様さもまた深刻化しており、問題解決のための相談受付と処理は、社会の中において重要な役割を担っている。

複雑さを増す一方の消費者相談に対し、国民生活に関連する新たな法律の制定等に適切に対応しつつ、懇切、迅速かつ公正に、あっせん等による苦情相談処理を行うため、当センターでは、消費生活専門相談員、弁護士、専門技術者等を配置して専門的相談の充実を図っているところである。

また、平成16年6月に公布・施行された「消費者基本法」には、当センターの役割として、事業者と消費者の間に生じた苦情の処理のあっせんなどにおける中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする定められていることから、高齢者、障害者、重篤被害などを中心に積極的にあっせんを行っているところである（センターにおける相談処理の流れについては別添資料26を参照）。

◎年度計画実施状況

平成16年度における内容分類別の苦情相談件数は、下表の通りであった：

分類内容	四半期	第1 四半期	第2 四半期	第3 四半期	第4 四半期	合計
商品一般		32	69	35	56	192
食料品		61	64	57	50	232
住居品		88	92	190	138	508
光熱水品		6	2	6	8	22
被服品		69	75	69	72	285
保健衛生品		71	61	48	53	233
教養娯楽品		302	337	284	305	1,228
車両・乗り物		60	50	31	43	184
土地・建物・設備		55	51	43	43	192
他の商品		1	2	0	0	3
商品小計		745	803	763	768	3,079
クリーニング		9	9	9	7	34
レンタル・リース・貸借		130	98	77	112	417
工事・建築・加工		46	63	57	51	217
修理・補修		13	11	16	12	52
管理・保管		3	6	1	3	13
役務一般		33	48	29	26	136
金融・保険サービス		121	119	110	127	477
運輸・通信サービス		801	731	843	638	3,013
教育サービス		16	17	6	11	50
教養・娯楽サービス		117	76	85	104	382
保健・福祉サービス		69	64	62	53	248
他の役務		74	76	90	67	307
内職・副業・相場		134	95	92	98	419
他の行政サービス		4	2	1	3	10
役務小計		1,570	1,415	1,478	1,312	5,775

他の相談	19	10	15	13	57
合計	2,334	2,228	2,256	2,093	8,911

消費生活相談は多種多様であり、相談の内容も複雑化、高度化、専門化してきている。これらに対応するため、弁護士による法律相談を毎週水曜日（午前）、木曜日（午後）に実施。一級建築士による住宅相談を隔週金曜日に実施。自動車専門家による自動車相談を第2・4木曜日に実施した。

また、あっせん事案については、相談者と相手事業者が同席した上で、双方の主張を整理するなどし、和解に導くことに努めた（別添資料27参照）。

平成16年度における各専門家の配置日数並びに、相談内容例は以下の通り：

弁護士による法律相談 : 97日

（相談内容例）

- ①入居後2ヶ月で死亡した母の有料老人ホームの解約
- ②敷金を上回る修繕費を請求された賃貸アパート
- ③足に合わずに履くことができないリウマチ患者のためのオーダー靴
- ④キャンセルできない結婚式用に予約し式後に入荷したCD
- ⑤家庭教師が来ないまま連絡がとれなくなった家庭教師派遣業者

一級建築士による住宅相談 : 30日

（相談内容例）

- ①次々に不具合が発生し、原因不明で修繕もできない新築分譲マンション
- ②同様の苦情があるにもかかわらず、アフターサービス期間を過ぎたからと言って、天井のヒビの修理を有料という不動産業者
- ③再工事の依頼に全く対応しない注文住宅業者

自動車専門家による自動車相談 : 24日

（相談内容例）

- ①購入直後から不具合のある輸入車
- ②ハンドルをとられたり、ブレーキの効きにも違和感があるので原因究明してほしい輸入限定車

現在、相談業務は消費生活専門相談員及び相談調査部職員が対応しており、相談処理が困難な場合や処理にあたって専門的解釈を得たい場合に、弁護士等各専門家に助言を求めている。基本的な消費生活相談であれば、現在でも職員等で対応しているが、専門的分野も含め処理能力をさらに高めていく中、専門家の意見を聞くことも少なくなることが予想される。

2) 個人情報の取扱いに関する苦情相談

i. 個人情報保護法相談データベースの構築

—年度計画内容—

センター及び地方センターに寄せられた個人情報保護法に関する相談情報を収集するため、個人情報保護法相談データベース（仮称）を構築する。

◎業務の概要

個人情報保護法に関する相談情報データベース構築を実施し、平成17年度より地方センターにおいて個人情報に係る苦情相談窓口を開設している箇所では受け付けた個人情報に関する相談情報の収集・蓄積を開始する。

◎年度計画実施状況

本データベースに登録すべき情報の範囲、項目及び用語等の定義、システムが有すべき機能等のシステム基本仕様については、内閣府個人情報保護担当部局と緊密な連携をとりつつ進捗させていたところであるが、内閣府側におけるこれらの基本仕様の決定が平成16年8月末となり、データベース構築業者選定のための必須要件であった国際入札仕様書作成を経て、国際入札手続きを平成16年11月開始し、業者決定（開札）は平成17年1月となった。その後、契約してデータベースの構築を行った。システム納入は平成17年6月となるが、平成17年4月から全国の消費生活センターへ配布される「消費生活相談カード直接作成システム」に個人情報に関する苦情相談情報の入力機能を付加することにより、それらの苦情相談窓口へ寄せられた個人情報に関する苦情相談情報を、平成17年4月から収集できるように対応した。

本データベース構築の経緯については、別添資料28を参照。

ii. 個人情報に関する相談受け

－年度計画内容－

個人情報の保護に関する法律の制定や同法第7条に基づく基本方針の策定を受けて、円滑かつ的確な苦情処理を確保するため、国民からの個人情報に関する相談専用電話を設置するなど苦情相談機能の充実強化を図る。

◎業務の概要

個人情報の保護に関する法律が、平成17年4月1日より全面施行されることに伴い、全国の消費生活センター等をはじめとする相談窓口において、個人情報の取り扱いに関し事業者と本人との間に生じた苦情の処理の斡旋等に取り組むことが求められている。また、個人情報の保護に関する基本方針（平成16年4月閣議決定）では、「国民生活センターは、自ら個人情報に関する苦情相談に取り組むほか、消費生活センター等の各種相談機関と連携を図りつつ、研修等の実施による専門知識を有する相談員の育成、苦情処理に関するマニュアルの作成・配布等により、窓口対応の強化を支援する」と、当センターの役割を重視している。この基本方針を受け、苦情相談の中核的な機関としての役割を果たすため、「個人情報に係る相談処理マニュアル」を作成し、全国の相談窓口へ配布するとともに、個人情報に係る苦情相談の受付窓口を設置、専門の相談員を配置し、苦情相談機能の充実を図った。

◎年度計画実施状況

平成17年2月に、相談調査部内に新たに個人情報相談窓口のスペースを設置した。3月に専用電話を設け、地方公共団体の個人情報相談窓口や消費生活センターからの相談に対して助言を行うなど試行を行い、4月1日よりの本格稼働に備えた。当センター教育研修部の消費生活専門相談員養成講座の修了生を対象に募集し、相談員として適切な7名を配置、「個人情報に係る相談処理マニュアル」をもとに勉強会、また、事例研究会等の研修を行った。

このように、平成17年4月からの個人情報相談受付処理業務が円滑に行える体制を整備することができた。

iii. 個人情報の取扱いに関する相談処理マニュアル作成

－年度計画内容－

地方センターの個人情報の取扱いに関する相談に適切に対応するための相談処理マニュアルを作成する。

◎業務の概要

「個人情報の保護に関する基本方針」において、当センターは、苦情処理に関するマニュアルの作成・配布等により、全国の消費生活センター等をはじめとする相談窓口対応の強化を支援するとの役割が課せられている。そのため、「個人情報に係る相談処理マニュアル」を作成し、全国の相談窓口配布した。

◎年度計画実施状況

「個人情報に係る相談処理マニュアル検討委員会」（委員長：堀部政男・中央大学大学院法務研究科教授）を設置、あわせて設置した同作業部会（部会長：池本誠司弁護士）で、平成16年6月より合計10回、約半年にわたって、討議を重ね、各省庁のガイドラインや各種資料を参考として作成した。内容は個人情報保護法に関する基本的な解説から相談処理の指針まで多岐にわたっている。

以上の経緯を経て完成した「個人情報に係る相談処理マニュアル」を、平成17年2月に全国の苦情相談窓口約4,000部配布した。作成したマニュアルの内容（目次）については、別添資料29を参照。

3) 地方センターの苦情相談処理への支援

i. 中核的機関としての役割

－年度計画内容－

経由相談の充実や、消費生活相談緊急情報、製品事故情報の発行などにより、地方センターの苦情相談処理への支援を通じて、その中核的機関としての役割を適切に果たす。

◎業務の概要

各地消費生活センターへの苦情相談処理への支援・経由相談（各地センターからの苦情相談の移送、各地センターとの共同処理、各地センターへの助言等）の充実や、「消費生活相談緊急情報」、「製品関連事故情報」の発行などにより、各地センターを支援し、中核機関としての役割を適切に果たす。

◎年度計画実施状況

①平成16年度に受け付けた相談8,911件のうち経由相談は3,767件（42.3%）、移送事案28件や、共同処理398件を行った。

②「消費生活相談緊急情報」を計12回発行、「製品関連事故情報」を隔月1回計6回発行し、各地消費生活センターに情報提供し、苦情相談処理への支援を行った。

③製造物責任法による訴訟の情報を収集し、「国民生活」を通じ、その情報を提供した。

移送や共同処理した案件の内容については、後述の「経由相談受付け強化」部分に記載した。

「消費生活相談緊急情報」は、各地の消費生活センターにおいて、よく役に立ち活用されているものであり、主に、販売方法、セールストークが非常に悪質である、新手の販売形態、セールストークと思われる、被害が広域化する恐れがある、同種トラブルが発生している、業者の対応が悪い等、相談処理が難航している、といったような相談事例を掲載し、相談窓口での受付・処理を支援している：

平成16年度の発行履歴は下表の通り：

SNO	発行年月	事 例
1	平成16年 4月	<ul style="list-style-type: none"> ・クーリング・オフの清算時、サラ金業者に直接返金した教材販売会社 ・複数の販売代理店がある業者
2	5月	<ul style="list-style-type: none"> ・突然請求された会員サービスの月会費 ・個品割賦購入あっせん契約を認めない消費者金融業者
3	6月	<ul style="list-style-type: none"> ・クーリング・オフしたにもかかわらず、返金しない業務提供誘引販売業者 ・本人に無断で、クレジット契約書に架空の引落とし口座を記入した業者
4	7月	<ul style="list-style-type: none"> ・高額当選したかのようなDMで申込みさせる海外宝くじ ・クーリング・オフしたにもかかわらず、なかなか返金しない連鎖販売業者 ・強引に勧誘し、複数契約させた連鎖販売業者
5	8月	<ul style="list-style-type: none"> ・高額な解約料を請求する結婚相手紹介サービス業者 ・高齢者に次々と高額な契約をさせる業者 ・旅行会社から流出した個人情報
6	10月	<ul style="list-style-type: none"> ・実在する弁護士名で請求された出会い系サイトの利用料金 ・郵送で約1,200人分のデータを送ってきた結婚相手紹介サービス業者
7	11月	<ul style="list-style-type: none"> ・クーリング・オフ後に、オーダーメイドの健康食品を引き取らせた業者 ・ネット通販でエレクトーンの製造番号を剥がして販売する業者 ・仕事に必要なだと説明し、一般旅行業務取扱主任者の資格教材を販売する業者
8	12月	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢の母が訪問販売で契約した個人年金 ・相談者の積極的な行動が功を奏した事例
9	平成17年 1月	<ul style="list-style-type: none"> ・入学までまだ6ヵ月もあるのに、入学金を返金しないゲームデザインスクール ・役務提供開始後は、中途解約しても返金に応じない結婚相手紹介サービス業者 ・クリックしただけで“登録”と表示され、料金を請求される不当請求トラブル

		<ul style="list-style-type: none"> ・宅配会社が提供するカード決済サービスで支払ったパソコン教材
10	2月	<ul style="list-style-type: none"> ・突然連絡がとれなくなったFAX指導付学習教材の販売業者 ・本人確認が不十分で未成年が簡単に高額な決済ができてしまうオンラインゲーム ・業者のクレジット処理の手違いで事故情報が登録された事例
11	3月	<ul style="list-style-type: none"> ・子供のいたずらが起きたオークションのトラブル ・名刺に教育相談員の肩書きがある販売員が指導すると説明し補習用教材を販売した業者
12	3月	<ul style="list-style-type: none"> ・平成16年度 問題業者一覧 <ol style="list-style-type: none"> 1) 50音順 2) 商品・サービス別 ※相談事例、行政処分情報、中央省庁からの通達文、要望書、業者の逮捕情報、提訴事案、判例等について、2種類の一覧表（索引）を作成

一方、「製品関連事故情報」の発行履歴は下表の通り：

SNO	年月	事 例
1	平成16年 4月	<ul style="list-style-type: none"> ・開栓時に手を切るアルミ製のスクリュキャップ ・使用中に転倒し、尾てい骨を脱臼した折りたたみ椅子 ・飲み残した炭酸飲料のペットボトルが破裂、ヒジを直撃して大けが
2	6月	<ul style="list-style-type: none"> ・髪の毛を巻き込んだ家庭用電気マッサージ器 ・燃えたゆで野菜調理保存容器 ・鍋の着脱式の取っ手が外れて足にやけど ・顔に痕が残ったホクロ除去クリーム
3	8月	<ul style="list-style-type: none"> ・電子レンジで温める湯たんぽで足にやけど ・ニコチン中毒になった咳止め薬 ・ユニットバスの棚を溶かしたヘアマニキュア ・掃除中のガラスが割れたスチームクリーナー ・ベビーカーのハンドルに乳児の手が挟まった
4	10月	<ul style="list-style-type: none"> ・足の指を骨折した買い物用手押し車 ・髪の毛を巻き込んだマッサージチェア ・両手鍋の取っ手が脱落してこぼれた熱湯で足をやけど ・電子レンジ専用の哺乳ビン消毒ケースが発火
5	12月	<ul style="list-style-type: none"> ・荷台とともに自転車用幼児座席が外れて子どもが転落した電動アシスト自転車 ・破裂して天井に突き刺さったアスパラガスの缶詰 ・家電量販店が販売したハンディスチーマーの不具合でやけど
6	平成17年 2月	<ul style="list-style-type: none"> ・スチームアイロンが転倒して足をやけど ・異物が混入していた紙おむつ ・粉ミルク用小分け容器のキャップで1歳3ヶ月の男児が窒息事故

これらの情報提供については、各地消費生活センターの相談員や職員から

配布後直ぐに多くの問合せがあることや、経由相談を受ける際に必ずといっていいほど引用されることから、その有用性が確認できる。また、同様の事例等を見て相談処理に役立てている、相談者にフィードバックした等の声も寄せられている。

このほか、消費者契約法に関連する判決一覧（別添資料30）及び製造物責任法に関連する訴訟一覧（別添資料31）をまとめた。

ii. 経由相談受付け強化

－年度計画内容－

年度内においては、全相談（個人情報保護に関するものを除く）件数に占める経由相談（個人情報保護に関するものを除く）の比率が40%以上とする。

◎業務の概要

各地消費生活センターの苦情相談処理への支援を通じて、その中核的機関としての役割を適切に果たす。経由相談について専門的知見を有する職員や消費生活専門相談員適切な配置を行うとともに、各地消費生活センターからの意向や要望を定期的に調査し、その結果を活用し、より効果的な業務運営を行う。

全相談件数に占める経由相談の比率を40%以上とする。

◎年度計画実施状況

平成16年度に受け付けた相談8,911件の内訳は下表の通りであった：

直接相談	経由相談
5,144 (57.7%)	3,767 (42.3%)

平成13年度までは、処理方法の照会に対してアドバイスをすることがほとんどだったが、平成14年度以降は「共同処理」や「移送」（「処理依頼」）に応じるなど幅広く対応している。平成16年度のそれぞれの件数は以下の通りであった：

①移送	28件
②共同処理	398件
③助言	3,266件
④その他（処理中を含む）	75件

主な事例は、次の通りである：

<移送>

【事例1】本人確認が不十分で未成年が簡単に高額な決済ができてしまうオンラインゲーム

クレジットカード会社から、オンラインゲームの代金として約29万円が請求された。14歳の中学生の息子が1年前くらいからこの会社のオンラインゲーム（ロールプレイングゲーム）をやっていることは知っていた。ゲーム自体は無料で、ゲームの中で武器やアイテムを買うと有料になるらしい。息子に尋ねると、無料の範囲で利用しており、父親で

ある自分のクレジットカードは利用していないという。

クレジットカードは鍵のかかる鞆に保管しているので、息子が使っていないというのであれば、不正利用されたのではないか。自分に支払い義務があるか（男性 30歳代 給与生活者）。

【処理結果】

ゲーム業者に決裁記録の開示を求めたところ、息子は利用を認めないものの、息子が利用した可能性が高く、未成年者取消を申し出た。ゲーム業者は連絡先の住所が非公開であったり、未成年者取消についてもカード会社からチャージバックがかからないと認めないなど問題があった。本件については未成年者取消となった。

【事例2】高額な解約料を請求する結婚相手紹介サービス業者

結婚相手紹介サービスの雑誌広告を見て業者の店舗に出向き、1年コースを申し込み約35万円（入会金、1年分の会費、1年半分の登録済み会員情報料）を払った。20人くらいのデータを見て複数の人に交際を申し込んだが見合いは1度しかできなかった。申し込みから1か月たたないうちに業者に中途解約を申し出たところ、業者から解約料として約19万円を請求された。あまりに高額なので理由を尋ねたら、すでに一括で情報提供した分約12万円については返金しないと契約時に説明したうえ、契約書にも書いてあると言われたが、入会して間がない解約なので納得できない（30歳代 男性 給与生活者）。

【処理結果】

中途解約に伴う解約料等について業者に尋ねたところ、「解約料等については、当社の契約条項や会員規約に記載されており、相談者にも渡している。また、規約や概要書面については、経済産業省でチェックを受け、問題ないと言われている」とのことだった。そこで、国民生活センターが業者の主張を確認するため経済産業省に問い合わせたところ、「ただ見たというだけでチェックをしたわけではない。内容まで立ち入っていないし、コメントもしていない」との回答であった。また、業者は、「情報提供料については、ネットが開通すれば1日で対象となる全データをみることが可能なので、全額請求しており、そのことは文章で記載してはいないが、解約料の具体的な清算式を記載してある」と説明した。そこで、当センターは清算式を記載するだけでは情報提供料を一切返金しない旨について書面に記載しているとは言えない、また、相談者は実際には1ヶ月に30人足らずのデータしか提供されておらず18ヶ月分の情報のすべてが提供されていないので全額請求は特定商取引法の中途解約の規定に反する、と指摘した。その後、業者から「情報提供料については見直しをしている。方針が決まったわけではないが、今回は月割りで計算する」との回答があり相談者も納得したため、請求合計額約7万円で合意となった。

<共同処理>

【事例3】強引に勧誘し、複数契約させた連鎖販売取引業者

職場の同僚に誘われて知り合いのサロンへ行き、体型補正下着の試着をして購入契約をした。その際、業者の紹介販売ビジネスに誘われた。友人を紹介したりもしたが、不要な商品まで強引に購入させるやり方に疑問を抱いた。研修に参加した際さらに2つの契約を強いられ、2ヵ月のうちに3つの契約をクレジットで結び200万以上になった。他に車

のローンと、エステティック契約の支払いもあり、支払いが困難である。
解約したい（女性、20歳代、給与生活者）

〔処理結果〕

相談者は業者とクレジット会社3社（JCKクレジット、ファインクレジット、学研クレジット）に、契約の経緯や解約したい理由を記した手紙を送った。それにより業者へ事情聴取をしたクレジット会社（ファインクレジット）に対して、業者は手紙の内容は全くのうそだと否定していた。そこで国民生活センターでは相談者への書面交付が特定商取引法に則ったものではなく、書面不交付である旨を指摘し、クレジット会社へも加盟店指導を依頼しつつ交渉を重ねた。業者は、相談者がビジネス研修に何度も参加したり友人の紹介もしていたこと、商品のほとんどを使用していることなどからクーリング・オフには応じなかったが、最終的には2、3件目の契約については既払い金（約100,000円）放棄で解約、使用済みの商品は相談者が引き取るということで合意した。1件目の契約については相談者の希望で契約を続行することとなった。

〔事例4〕 業界基準に従わず関連商品の解約を認めない育毛サービス業者

体調が悪いせいで外見にも自信がなくなり、電話帳で業者を見つけ問い合わせをした。その後、店に向いて説明を受け育毛サービスを受けることにし、毎月返済できる金額として15,000円を設定され育毛サービスと商品（頭髮ケア商品等）合計約50万円の契約をした。その後、自分は働いておらず収入がないので支払っていくのは無理だと思い、店に行って解約したいと伝え、そのときに商品も返した。業者は解約手続きについてはあとで連絡すると言ったが、その後連絡がない。（女性、20歳代、無職）

〔処理結果〕

業界団体である日本毛髪業協会では「毛髪業界の取引に関するガイドライン」を改正し、平成15年7月から施行、9月1日までに重要事項説明書または契約書の記載事項の変更などの改定を行うように通知をしていた。ガイドラインには、中途解約時のサービスや関連商品の清算についても概ね特商法の特定継続的役務提供に準じて規定がある。しかし、当該業者は、自社の都合で勝手にガイドラインの適用を平成16年2月からとしており、それを盾に強硬な対応であった。国民生活センターでは、業界団体へ業界基準違反であることを指摘し、クレジット会社へも加盟店指導を依頼しつつ交渉を重ね、最終的には入会金と施術済み料金の合計約4万7千円を相談者が支払うことで合意した。

〔事例5〕 粉ミルク用小分け容器のキャップで1歳3ヶ月の男児が窒息事故

「1歳3ヶ月の男児が粉ミルク用小分け容器のキャップをはずし、口に入れて遊んでいたところ、キャップを飲み込んでしまった。家族が発見した際、男児は呼吸をしておらず、顔色も悪かった。すぐに口の中に指を入れてキャップを取り出そうとしたが、取り出せなかった。救急車で救急病院に搬送されたが、到着時、男児に意識はなく、心停止状態だった。咽頭に栓をする形でキャップが挟まりこんでおり、引き抜くのにかなりの力を要した。人工呼吸、心マッサージ等蘇生術により心拍は再開したが、その後自発呼吸はなく、意識は戻っていない。製品に安全上の問題がないか調べてほしい」という相談が、救急病院の医師からなされた。

〔処理結果〕

国民生活センター商品テスト部で、事故品のキャップの大きさや形状等に問題がないかテストした。その結果、苦情品は寸法的に小さく、乳幼児が誤飲した際にのどに詰まらせる危険性があることがわかった。そこで、製造者にテスト結果を示し、製造者としてどう考えるかを質問したところ、「キャップの形状について設計変更することを早急に検討したい」との回答であった。後日、製造者よりキャップの形状変更の図面が提出され、新規生産分より改良型のキャップを採用するとの報告があった。

経由相談実施の効果等の検証については、平成17年2月に経由相談ホットラインの利用者である埼玉県等、6県市の消費生活センターの相談員に当センターに集まってもらった上で会議形式のヒアリングを実施した。その概要は以下の通り：

①ヒアリング対象自治体

秋田県、仙台市、鹿沼市、埼玉県、新潟県、平塚市

②議題

- ホットラインについて国民生活センターから説明
- ホットラインの利用状況
- ホットラインの回答に対する意見
- 意見交換（ホットラインへの意見・要望）

③ヒアリングの概要

秋田県：県内に7つのサブセンターがあるが、各サブセンターは相談員1人だけなのでホットラインを頼りにしている。また、難航案件の助言、可能であれば移送を期待している。業者の最新情報がほしい。

仙台市：法的な見解を知りたい時は、所管官庁に問い合わせているが、グレーゾーンのとときにホットラインに電話している。国センのあっせん事例をもっと知りたい。

鹿沼市：自分たち相談員はまだ経験年数が浅いので、ホットラインを非常に頼りにしており、「命綱」という感じである。具体的な処理方法に関するノウハウをアドバイスしてもらえるのはもちろん、精神的に追い込まれた時など、相談するだけで安心することができる。

埼玉県：受付センターの相談員に知識が足りなかったのかもしれないが、IT関連の説明がわかりにくかった。

新潟県：業者交渉の手触り、感触を得たい時に問い合わせている。

平塚市：ネットトラブルが多いが、システム自体がわからないのでホットラインに問い合わせている。また業者交渉のポイントをつかみたい時、技術的なこと（メカニック）について知りたい時に利用している。広域化している案件については統一処理

してほしい。

※上記以外に、複数の自治体から移送や共同処理の基準があれば教えてほしい、との意見が寄せられた。

今後は上記のヒアリングの結果を踏まえ、更に適切な支援ができるようにしていく。

4) 消費者苦情処理専門委員会

－年度計画内容－

都道府県の苦情処理委員会や地方センター等の苦情処理の推進に資するため、小委員会を活用するなど柔軟な運用に努め、年度内に4件以上の情報提供を行う。

◎業務の概要

当センターが受理した製品関連事故や取引・契約関係の苦情相談において高度な法的判断を要する事案等について、当センター理事長からの諮問に応じ、公正かつ中立的な立場から助言等を行い、その適正な解決を図ることを目的に設置されている。専門委員会では、事案ごとに小委員会を設け、助言等を行っている。

◎年度計画実施状況

内部の諮問候補の検討会議を経て、事例の収集、関連判例の収集等を行い、「自動車販売業者の倒産にかかわる消費者トラブル」及び「携帯電話端末の交換等に伴う有料コンテンツ引継ぎのトラブル」の2テーマについて、それぞれ3回計6回の小委員会を開催した。その結果を取りまとめたものを、各地の消費生活センター及び苦情処理委員会等に対して情報提供を行った。

当該2テーマの概要等は以下の通り：

①自動車販売業者の倒産にかかわる消費者トラブル

公表日：平成16年8月4日

概要：相談内容

自動車販売業者に300万円の新車購入の申込みをした。契約の際、信販会社にボーナス一括払いを勧められ、クレジット1回払いで購入した。ところが販売業者は契約して1ヶ月もしないうちに、納車しないまま倒産した。自動車は未登録である。信販会社に対して支払停止の抗弁書を提出しているが、クレジット1回払いは割賦販売法の適用外としてこれを認めず、支払わなければ差押えもできる、と言っている。支払わなければならないのか。

小委員会の結論

消費者が結んだクレジット契約は、あくまでも売買契約に基づいて自動車の引渡しを受けることを前提としたものである。よって、消費者が販売業者の倒産により自動車の引渡しを受けられなくなったにもかかわらず、信販会社の消費者に対する支払請求を認めることは、自動車の引渡不能のリスクを何ら過失のない消費者に負担させることを意味し、信義則（民法1条2

項)に反する。

②携帯電話端末の交換等に伴う有料コンテンツ引継ぎのトラブル

公表日：平成17年3月25日

概要：相談内容

携帯電話端末に不具合が発生したため、無償で交換されたが、交換前にダウンロードした有料コンテンツは著作権上の問題から新しい携帯電話端末に移すことができないと言われた。交換の原因は携帯電話会社にあるにもかかわらず、有料で取得したコンテンツを失うのは合理性がなく、納得できない。支払った情報料を返還してほしい。

小委員会の結論

携帯電話端末に不具合がある場合、携帯電話会社は携帯電話端末の売買契約上の売主の義務として、瑕疵のない携帯電話端末と交換しなければならない。他方、携帯電話会社は販売した携帯電話端末に不具合があったとしても、消費者がダウンロードしたコンテンツを新しい携帯電話端末に引継ぐ作業を行う義務までは原則として負わないと解される。著作権法上、携帯電話会社がコンテンツを引継ぐことは許容されないと考えざるを得ず、同法上許されないと考えられる行為を携帯電話会社が債務内容として負っているとはいえないからである。しかし、このことはコンテンツが失われてしまうことについての携帯電話会社の金銭賠償の責任を免れしめるものではない。このような結果は、瑕疵ある携帯電話端末を供給した携帯電話会社の債務不履行によって引き起こされたものであるし、消費者が携帯電話端末に取得したコンテンツを失わせることについて不法行為責任が成立するともいえるからである。従って、携帯電話会社は、消費者が取得したコンテンツが引継がれないことによる損害を賠償する責任がある。なお、携帯電話会社は契約約款により、この責任を否定しているが、消費者契約法に抵触し、当該免責条項は無効と考えられる。

要望等：消費者に負担を強いる事のない方策を講じるよう、(社)電気通信事業者協会に対策を要望し、文化庁にも情報提供した(平成17年3月)(再掲)。

効果等：要望の結果、(社)電気通信事業者協会より「消費者に不利益が生じないよう種々務めている」ことと、「文化庁に対して著作権法の改正要望を行っている」等の回答を得た(平成17年4月22日付)(再掲)。

上記2点の他に、平成16年度内に新たな案件として、「中古車の売却の際のキャンセル料のトラブルについて」の検討を、平成17年3月末に開始した。

当センターから提供された情報の地方センターでの活用状況については、各地の消費生活センターにおいて同種の苦情相談を受付けた際に、小委員会の助言を参考に相談処理を行った例がある。例えば「自動車販売業者の倒産にかかわる消費者トラブル」については、クレジット1回払いであっても支払停止の抗弁を認めるよう信販会社と交渉し、「携帯電話端末の交換等に伴う有料コンテンツ引継ぎのトラブル」については、携帯電話端末の不具合が原因による交換等の場合、有料コンテンツの情報料の返還等の対応をするよう携帯電話会社に交渉している。

なお、消費者苦情処理専門委員会の運営には下記の通りの留意点がある：

① 諮問すべき事案の希少性

当センターでは、「高度専門相談」を実施し、解決が困難な専門的な事案については弁護士や建築士等の協力を得て機動的に相談処理を行っており、消費者苦情処理専門委員会への諮問に至るものは極めて少なくなるのが現状である。「斡旋不調」は非常に少なく、この中には、消費者の申立内容に無理があるケースや、事業者が最初からまったく処理に協力しないケース、消費者が処理の長期化を望まないケース、個別案件で処理の参考としての広がりがないケース、法的に考察する論点が乏しいケースなど多様な相談が含まれている。諮問直前に「斡旋解決」するケースもある。

② 助言等までに要する時間

諮問事案の検討から助言等の実施にいたるまで、様々な手続き（諮問文の作成→諮問文の委員長説明→諮問決裁手続→小委員会委員の選定・指名手続き→小委員会の開催手続き→助言の報告手続き等）を経る必要があり、これと平行して審議のために必要な事業者調査や関係書類の収集等を行うため、1事案を解決するまでに最低でも4ヶ月程度の時間を要する。

解決困難な重要な事案であればあるほど、法的な検討にもさらに時間を要する。

5) 苦情処理・紛争解決に関する総合的窓口機能の整備

－年度計画内容－

政府内におけるADR機関の連携等に関する検討の動向等を踏まえ、消費者トラブルに係る総合的窓口としての機能整備について検討を行う。

◎業務の概要

消費者がトラブルに巻き込まれた際に、より多くの選択肢の中から適切な問題解決手段や問題解決を支援する機関を選択できるよう裁判外紛争解決（以下「ADR」）の充実とADR機関の連携が必要であり、「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律」が平成16年12月に成立した。今後は同法に基づき、新たに認証されるADR機関も含め、ADR機関が更に連携して様々な紛争を解決する担い手として活躍することが期待されている。

ADR機関との連携については、現段階において十分な連携が図れているとは言えず、裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律に基づいて認証される新たなADR機関との連携のあり方に至っては、同法の完全施行及び認証ADRが現出するのを待つ必要がある。

当センターは消費者トラブル解決のための機関であり、消費者トラブルに係る総合窓口機能の整備については、平成19年の裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律完全施行を睨みつつ、検討を進める。

◎年度計画実施状況

平成16年度においては、関係部局において以下3点の事項を行った：

- ①「司法制度改革」「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律案」など、政府レベルでの動き、民間ADR機関に関する情報収集。

- ②当センターが行っている相談処理業務と、新生・既存ADR機関が行っている紛争処理業務との連携についての検討。
- ③法務省に認証されたADR機関リストなど、当センター運営のホームページに掲載するのに相応しい情報についての検討。

取り組みにあたっては、関連部署を企画調整課（事務・各種取りまとめ）、相談調査部（ADR関連の情報収集）、広報交流部（ホームページを通じての情報提供）が分担して情報収集と各種検討を行った。ホームページにおけるADR関連の体系的な情報提供等の実現に向け、今後更に検討を進めていく。

なお、ADR関連の情報については、司法制度改革推進本部ADR検討会資料、ADRに関連する各種著作物、都道府県等における苦情処理委員会等の付託案件等を収集した。

また、法務省が主体となって推進している「総合法律支援（司法ネット）」の中心の実施機関となる予定の「日本司法支援センター」立上げ作業に協力するため、センターが長年に渡って蓄積してきた相談処理業務に係る知識・経験等を提供した（平成16年9月）。

「日本司法支援センター」立上げに向けての協力の経緯と対応概要については別添資料32を参照。

（4）関係機関への情報提供

当センターでは、一般消費者に向けた情報提供に加え、各地の消費生活センターや行政への情報提供も行っている。この情報提供活動は、直接的ではないものの、間接的には消費者利益に資するため、一般消費者向けの情報提供と同様重要視している。特に行政機関向けの情報提供については、法改正や行政指導に繋がるため、その重要性は高い。

各地の消費生活センター向けに提供される情報の主たるものとして「P I O - N E T 通信」があり、この情報を通じてP I O - N E T システム運営の円滑化や情報の精度向上を図っている。この「P I O - N E T 通信」や、前出の「消費生活相談緊急情報」と「製品関連事故情報」については、より迅速に提供するための手段構築が必要と認識されていることから、中期計画において電子的な配信の仕組み確立を掲げており、平成16年度はその基礎となる情報セキュリティポリシーの基本方針と対策基準を策定した。

また、各種消費者団体や、業界の健全化を目的に設置された各種事業者団体との交流も深めており、当センターが収集した情報と各団体が持つ情報を交換し、お互いに活用することで消費者保護の相乗効果を図っている。

また、平成16年度においては、「くらしの情報交流プラザ」を開設し、既に交流のある各種団体に加え、増えつつあるN P O との交流を可能にする環境整備を行った。

1) 地方センターへの情報提供

i. 「P I O - N E T 通信」の発行

— 年度計画内容 —

地方センターにおけるP I O - N E T の安定的な運営に資するため、P I O - N E T 運営に関する情報を掲載した「P I O - N E T 通信」を月1回作成し、地方センターに提供する。

◎業務の概要

P I O-N E T情報の収集にあたっては、相談カードの精度維持が重要であるが、そのためには各地消費生活センターの相談員が相談カードの記載方法やキーワード付与にあたって、できるだけ同質のレベルを維持する必要がある。そのためにP I O-N E T通信は、相談カードの書き方、分類の仕方、キーワードのふり方等について、間違いの多い項目、新たに決めた事項、相談員からの質問が多く寄せられる事項など、その時々に必要な情報を掲載している。またP I O-N E Tに関する種々の連絡事項も知らせており、年12回発行することとしている。

◎年度計画実施状況

平成16年度に12回発行したP I O-N E T通信のテーマと内容は下表の通り：

SNO	発行年月	通信テーマ
1	平成16年 4月	<ul style="list-style-type: none"> 相談情報「全国版」の検索利用時間について 相談情報のセンターコードについて 「まつ毛パーマ」関連相談データの修正について 「外国為替証拠金取引」関連相談データの修正について
2	5月	<ul style="list-style-type: none"> 内容別分類の定義をもう一度確認して下さい！ “商品”との関連性のない複合サービス会員の会費請求に関するトラブルは「P00」に分類して下さい！
3	6月	<ul style="list-style-type: none"> 廃止した商品別分類・商品キーワードを使わないで下さい！
4	7月	<ul style="list-style-type: none"> 「P I O-N E T分類・キーワードマニュアル（2000年度版）」等の送付について
5	8月	<ul style="list-style-type: none"> 死亡した人への架空請求は、契約当事者の年齢を空欄にして下さい 契約購入金額が不明で、既支払額が0円の場合の契約購入金額欄
6	9月	<ul style="list-style-type: none"> 継続的役務の中途解約の場合における「解決内容」について
7	10月	<ul style="list-style-type: none"> 件名等に「ショートメール」や「Cメール」とは書かないで下さい 集計機能（EXPAND集計）利用時の不具合について
8	11月	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報を不正に入手されたことが問題となる相談の分類について
9	12月	<ul style="list-style-type: none"> 法律事務所名で送付されてきた不審な連絡に関する相談について 年末・年始のP I O-N E T利用について
10	平成17年 1月	<ul style="list-style-type: none"> 「処理結果」欄の「1他機関紹介」「2助言（自主交渉）」「3その他情報提供」の違い
11	2月	<ul style="list-style-type: none"> 住宅リフォームに関する相談の「第1商品キーワード」は「リフォームサービス」ではありません
12	3月	<ul style="list-style-type: none"> 2005年4月から、カードの書き方が変わります！ 2005年4月から、指定ワードが変わります！

ii. 地方センターへの情報提供

－年度計画内容－

地方センターへ提供する情報の内容、迅速に情報提供するための手段及び情報漏洩防止策について検討する。

◎業務の概要

当センターから地方センターに行う情報提供の中には、苦情相談の多い事業者名や悪質な事業者名が記載された「消費生活相談緊急情報」のように情報漏洩に特段の配慮が必要な機密性の高い情報もあるが、急増している消費者被害事例などの緊急情報を地方センターに一層迅速に提供するために、「消費生活相談緊急情報」等を電子媒体等の手段を用いた方法で情報提供を行うことについて検討することとしている。

そこで、平成16年度は、その情報提供を実施するに先立ち、機密性の高い「消費生活相談緊急情報」等を電子媒体で提供する際の情報漏洩防止策について検討する。

◎年度計画実施状況

情報漏洩防止策は当該組織として体系的に行う必要がある。

そこで、当センターとしての情報セキュリティポリシーの基本方針と対策基準を策定することとした。

なお、情報セキュリティについては、その具体的方策等に関する情報については、セキュリティに関する事項という性質上、公開情報が少ないことから、また、その策定に当たっては、他の行政機関等の動向等を参考にする必要もあることから、外部専門家のコンサルテーションを受けつつ作業を実施した。

その結果、情報セキュリティポリシー基本方針（案）について、平成16年12月に作成した。併せて、個人情報管理規程（素案）についても作成した。

その後、基本方針に基づく対策基準案の検討を開始した。これと同時に当センター内の情報資産調査及び重要な情報システムについてリスク分析を実施した。そして、情報資産調査結果の情報の重要度を考慮しつつ対策基準案を検討し、さらにその後、中間報告に対する意見等も踏まえ、かつ個人情報管理規程（案）との整合性を図った対策基準案を作成し、平成17年3月末に決定した。

策定した基本方針に基づく対策基準の中で、「遠隔地にあるシステムへのアクセス」を定め、その中で、地方センターとの電子的情報交換等については、情報漏洩防止策の一環としてP I O－N E T用回線網を活用する方向性を示した。

なお、地方センターに対する電子媒体による情報提供について、情報漏洩防止策の観点からP I O－N E T回線網を活用するためには、現在のF R 網・I N S－P 網から、閉鎖性の高いネットワーク網に変更する必要がある。このことは、試算によれば、同時にP I O－N E T回線網にかかる経費の大幅な削減に資することにもなるため、平成17年度の年度計画として掲げ、実現に向けての作業を行うこととなっている。

2) 行政機関等との情報交流

i. 行政機関からのP I O-N E T情報提供依頼への対応

－年度計画内容－
行政機関からのP I O-N E T情報に関する情報提供依頼に積極的に対応する。

◎業務の概要

各省庁では、各々で所管する法律に基づき、消費者と事業者間で適正な取引が行われるよう、法執行活動が行われている。そのような活動を行う際、当センターが運営するP I O-N E Tに登録された消費者相談情報がまさにその有用な情報にあたることから、P I O-N E Tデータを各省庁の要請に応じ、積極的に対応することで、消費者被害の未然防止、拡大防止に資することとしている。

◎年度計画実施状況

平成16年度は下表の通り依頼があり、回答した：

国会	内閣府	経済産業省	その他省庁	合計
96件	139件	303件	97件	635件

なお、平成15年度における対応状況は下表の通り：

国会	内閣府	経済産業省	その他省庁	合計
1件	81件	460件	132件	674件

上記対応の中で特筆すべきものは以下の通りである：

①消費者保護基本法の改正（平成16年6月2日改正。『消費者基本法』に名称変更）に向けた内閣府への情報提供

消費者保護基本法改正の検討に係る参考資料として、P I O-N E T情報の提供を行った。

具体的には、販売方法別の相談件数、年齢別の相談件数などについて情報提供を行った。

②特定商取引法の改正（下記参照）に向けた経済産業省への情報提供

特定商取引法改正の検討に係る参考資料として、P I O-N E T情報の提供を行った。

平成16年改正（改正内容）悪質な訪問販売等に対する規制強化及び民事ルールの整備等

提供情報：「点検商法」などに関する相談情報

なお、情報提供先である経済産業省による特定商取引法違反による行政処分実施状況については、別添資料33を参照。

(参考) その他にも、政府・審議会・政党等の要請に応じ、以下の様な対応を行った：

①第17回金融審議会金融分科会第一部会

日時：平成16年5月26日（水）10：00～12：30

場所：中央合同庁舎第4号館 共用第1特別会議室

議題：外為証拠金取引の現状等

説明者：相談調査部長

②自民党 内閣部会・生活安全関係団体委員会合同会議

日時：平成16年6月10日（金）8：00～9：00

場所：自民党本部707号室

議題：探偵社・興信所に関する新たな法制度の検討についてヒアリング

説明者：情報分析部長

③国民生活審議会 第2回消費者団体訴訟制度検討委員会

日時：平成16年7月2日（金）10：00～12：00

場所：中央合同庁舎4号館 共用第1特別会議室

議題：消費生活相談における約款中の不当条項及び不当な勧誘行為について

説明者：相談調査部長

④民主党 消費者団体訴訟制度ワーキングチーム

日時：平成16年12月8日16：00～16：30

場所：衆議院第二議員会館第4会議室

議題：架空・不当請求の現状について

説明者：相談調査部長

⑤第28回金融トラブル連絡調整協議会

日時：平成17年1月31日（月）10：30～12：10

場所：中央合同庁舎4号館 金融庁特別会議室AB

議題：金融トラブルの苦情紛争事例のケース・スタディ

説明者：相談調査部長

⑥自民党 オレオレ詐欺撲滅ワーキングチーム

日時：平成17年2月1日（火）12：00～13：00

場所：自民党本部706号室

議題：架空・不当請求による新手の犯罪について

説明者：相談調査部長

⑦自民党 内閣部会 調査業に関するワーキングチーム

日時：平成17年3月8日（火）8：30～9：20

場所：自民党本部702号室

議題：「探偵業新法」（議員立法）要綱素案についての意見（興信所に関する苦情相談及び主な事例）

説明者：情報分析部長

⑧民主党 人権消費者問題プロジェクトチーム

日時：平成17年3月10日16：00～16：30

場所：衆議院第二議員会館第4会議室
議題：PL法成立から現在に至るまでの経過
説明者：情報分析部調査役 他

⑨自民党 内閣部会 消費者問題に関するプロジェクトチーム

日時：平成17年3月30日（水）8：00～9：00
場所：自民党本部702号室
議題：「消費者団体訴訟制度の骨格」についてヒアリング
説明者：理事長

ii. 法令に基づく情報照会への対応

－年度計画内容－
法令に基づく裁判所、警察、弁護士会からの照会について、PIO-NET
情報や相談処理を行う中で把握した情報を活用して対応する。

◎業務の概要

センター宛の法令に基づく情報照会には、主に以下の3つがある：

- ①警 察：刑事訴訟法第197条第2項による照会（捜査関係事項照会書）
- ②裁判所：民事訴訟法第186条による照会（調査囑託）
- ③弁護士：弁護士法第23条の2による照会

警察からの照会については、悪質業者の逮捕・摘発を行うための捜査における参考資料として、また、裁判所・弁護士会からの照会については、消費者問題関連裁判の参考資料として活用するために行われるものである。

当センターがこれら法令に基づく情報照会に対応することは、間接的に消費者利益の擁護に繋がっている。

◎年度計画実施状況

平成16年度は、203件の照会があり、その全てに適切な対応を行った。
内訳は、弁護士会118件、警察72件、裁判所13件である。
なお、平成15年度実績との比較は下表の通りであり、平成16年度はより多くの消費者利益擁護に繋がった：

	平成15年度	平成16年度
弁護士会	101	118
警察	54	72
裁判所	11	13

3) 消費者団体、事業者団体、NPO等との情報交換

i. 消費者フォーラムの開催

－年度計画内容－
消費者フォーラムを開催し、参加者から5段階評価で4以上の満足度の評価を得るよう実施する。

◎業務の概要

平成6年度にスタートした全国消費者フォーラムは、各地で活躍する消費者団体等の活動内容を全国的に紹介する唯一の機会を提供する場になっている。全国消費者フォーラムは、地域の消費者団体等の実践活動をより多くの消費者、市民の方々に知ってもらい、フォーラムに参加した方々との情報交換を通じて、さらに団体の活動を充実してもらうことを主眼に開催している。毎年50近い団体が発表し、参加者は600人近くに上る。

◎年度計画実施状況

平成16年度は、36年振りに改正された消費者基本法の中で新たに規定された「消費者の権利」をテーマに、平成16年12月に開催した。参加者は、想定参加者650人に対し654人であった。参加者の内訳は以下の通り：

午前（公開講座）：参加者509人（一般424人、発表関係者 68人、招待者・報道関係者17人）

午後（分科会）：参加者654人（一般524人、発表関係者116人、招待者・報道関係者14人）

今回は、午前に公開講座「消費者を育むー情報処理力と情報編集力」を行い、午後は6つの分科会に分かれ46グループが活動報告を行った（分科会の内容については別添資料34を参照）。

参加者にアンケート調査を行った結果、5段階評価（非常に良かった 良かった どちらともいえない 良くなかった 全く良くなかった）で4.8の評価だった。なお、同アンケートで来年度参加の意向を尋ねたところ75%の人が参加希望との回答であった。

消費者フォーラム実施の際の想定参加者算定式は、以下の通りである：

前回の実参加者数×開催内容

消費者フォーラムは一般の方々を対象としたイベントであり、関心が高く、話題性のあるテーマをその都度取り上げ、平易で分かり易く著名な講師を選定するなどして、参加者数増を図っている。

ii. 事業者団体等との意見交換

－年度計画内容－

平成16年度内に、4以上の事業者団体等と定期的な意見交換会を開催する。

◎業務の概要

国民生活センターが消費者問題を扱う団体と交流を持ち、意見を交換することは、相談処理をはじめ、国民生活センターの様々な業務にとって重要な情報源となる。消費者団体との定期的な懇談会は、日頃より活発に活動している消費者団体との交流を深め、意見交換等によって得た情報を業務運営に反映させることを目的として開催されている。

また、事業者が組織する業界団体とも定期的に懇談会を開催し、消費者問題の解決に役立っている。

◎年度計画実施状況

平成16年度においては、消費者団体、事業者団体等との懇談会を5回実施した。各懇談会の概要は以下の通り：

①消費者団体との懇談会

開催日時：平成16年7月23日（金）

参加団体：主婦連合会
全国消費者団体連絡会
全国地域婦人団体連絡協議会
東京都地域消費者団体連絡会

日本消費者協会
日本消費者連盟
日本生活協同組合連合会

議事内容：○国民生活センターの活動状況報告

- *国民生活センターが収集した消費生活相談情報件数やホームページを活用した情報提供について説明。
- *国民生活センターの予算について、独立行政法人化に伴い若干の予算体系の変更があったことを説明。
- *組織改編を実施し部署名や中身を変更し効率的な業務の遂行が可能になったことを報告。

○意見交換

- *中核機関としての商品テストの充実
- *架空請求関連相談への更なる対応について

○各消費者団体の活動報告

- *主婦連合会：
No x 測定の実施、様々なテーマでの勉強会等の開催について
- *全国消費者団体連絡会：
消費者団体訴訟制度の研究会の設置と団体訴訟を担える団体づくりについて
- *全国地域婦人団体連絡協議会：
消費者団体の横の連絡を強めるための活動について
- *東京都地域消費者団体連絡会：
欠陥展の開催、レジ袋の削減調査の実施、廃棄に関わる問題提起について
- *日本消費者協会：
「月刊消費者」等の出版、電化製品の比較テスト、各種講座等の実施と「消費生活能力検定試験」の立ち上げについて
- *日本消費者連盟：
「食の安全監視市民委員会」の立ち上げ、「遺伝子組み替え食品いらないキャンペーン」の実施について
- *日本生活協同組合連合会：
地方の消費生活条例改正のための見直し活動や団体訴訟制度と団体組織の強化への取り組みについて

②（社）日本広告審査機構（JARO）との懇談会

開催日時：平成16年12月20日（月）

議事内容：○（社）日本広告審査機構の近況報告（運営・審査状況）

- *平成16年度は家電量販店についての苦情が多かったことや学習塾の合格者表示の問題について説明。

* 広告に掲載されている商品が実際には店にないというものが多いため警告を行った事例や、食品に関する事例が多かったこと、小売・通信に関する事例がトレンドになっていること等の報告。

○国民生活センターの最近の活動について

* 年度計画に基づいて年間20テーマの情報提供を行うこと及び情報提供の内容について説明。

* 「個人情報保護法全面施行への対応」「相談カード直接作成システムの導入」「ADRとの連携」「『くらしの情報交流プラザ』の開設」「消費者団体訴訟制度への対応」について。

○意見交換

* 国民生活センターが公表した「美容医療」に関する調査研究について

③ (社) 生命保険協会との懇談会

開催日時：平成17年1月19日(水)

議事内容：○生命保険業界の最近の動向や取り組みについて

○生命保険協会・生命保険文化センターの消費者対応活動について

* 生命保険業界の業績推移について

* 税制改正への意見・要望やスタンダードの確立等の重点業務について

* 生命保険に関する相談・苦情への対応状況について

○国民生活センターの最近の活動状況について

* P I O - N E T 情報にみる生命保険に関する相談件数の状況について

* 生命保険に関する最近の相談事例について

○意見交換

* 相談の傾向について

* 根拠法のない共済等について

④ (社) 日本損害保険協会との懇談会

開催日時：平成17年2月7日(月)

議事内容：○(社) 日本損害保険協会の最近の活動について

* 「社会的責任」に関する報告書作成と広報活動について

* 損害保険に対する理解促進のための取り組みについて

* 損害保険に関する相談や苦情への対応について

○国民生活センターの最近の活動について

○国民生活センターの活動状況について

* P I O - N E T 情報にみる損害保険に関する相談件数の状況について

* 個人情報保護に関する対応状況について

○意見交換

* 個人情報保護法への対応について

* 地震等への保険会社の対応について

* 相談員・教員への情報提供について

* 銀行窓販と損害保険の問題について

⑤ (社) 日本訪問販売協会との懇談会

開催日時：平成17年2月16日(水)

議事内容：○最近の訪問販売業界の動向について

＊訪問販売員教育指導者資格制度について

＊会員企業を対象に改正特商法と個人情報保護法の説明会開催について

○国民生活センターの最近の活動について

＊P I O - N E T 情報にみる訪問販売に関する相談件数の状況について

＊個人情報保護に関する対応状況について

○意見交換

＊国民生活センターが公表した「訪問販売業界等の自主ルールに係る問題点と改善策」について

＊連鎖販売について

＊個人情報についての相談対応や高齢者向けの基準作成可否について

消費者団体との懇談会を通じ、商品テストの充実等、消費者団体が国民生活センターに望むことを直接聞くことができ、業務運営の参考となった。

各事業者団体と懇談会を定期的開催することで、最近の業界の動きを知るとともに、当センターから事業者団体に対して要望や意見を伝えている。また、個人情報保護法との関連では、各事業者団体がどのような取り組みを行っているか、認定団体となることも考えているのか等の情報を収集することができ、今後の協力体制についても検討する上で有益であった。

なお、当センターから事業者団体に対して要望や意見を懇談会の場で伝えているが、業界運営にどのように反映されているかについての情報は得られていなかったため、次回からは当センター側が伝えた要望や意見が各団体でどのように対応されたかについての情報交換も実施する。

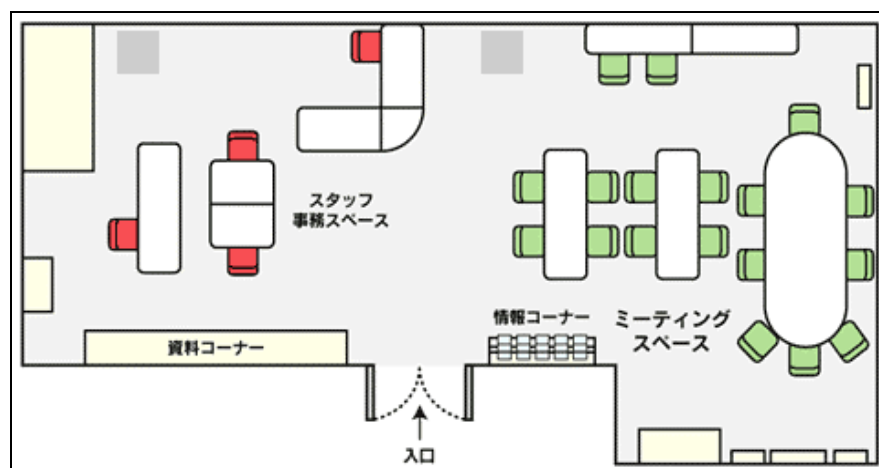
iii. 「くらしの情報交流プラザ」の開設

－年度計画内容－

消費者団体やNPOが活動や交流のために、利用できる場所となる「くらしの情報交流プラザ(仮称)」を平成16年度前半に開設する。

◎業務の概要

「くらしの情報交流プラザ」は、生活問題・消費者問題に取り組んでいるNPO(特定非営利活動法人)、消費者関連団体を中心とした幅広い人々、団体の情報交流、ネットワークづくりを目的として、平成16年10月1日に、当センター東京事務所3階に開設された(俯瞰図は以下の通り)：



「くらしの情報交流プラザ」の設備概要は以下の通りである：

- ◇ミーティングスペース：打ち合わせや情報交換などに利用。
- ◇情報コーナー：NPO、消費者関連団体のニュースレターなどが閲覧可能。
- ◇資料コーナー：NPOなどに関する書籍、NPO、消費者関連団体の調査報告書などが閲覧可能

「くらしの情報交流プラザ」の運営内容は以下の通りである：

- 資料コーナー、情報コーナーの設置により、NPOの活動記録などを中心に生活関連情報の収集と提供を図る。
- ◇当センターのホームページ上に「くらしの情報交流プラザ」のコーナーを設け、そのコーナー内に生活問題・消費者問題に取り組む団体のデータベースを作成・運用している。
- ◇消費者問題に関する最近のテーマを設定し、ゲストスピーカーを招いての講演を中心とした「くらしの情報交流プラザ☆さろん」を開催（毎月第2水曜日の18：00から20：30）。

◎年度計画実施状況

「くらしの情報交流プラザ」を開設するため、NPOや消費者団体の専門家による運営懇談会（委員4名で構成）を2回、企画部会（委員4名で構成）を4回開催し、「くらしの情報交流プラザ」の運営方針や「くらしの情報交流プラザ☆さろん」での討議・意見交換のテーマについて検討を行った。

運営懇談会では、「『くらしの情報交流プラザ』の大きな目的は、情報の収集と発信、交流の場で、そのために『国民生活センターが黒子になって異分野の人達の交流の場にすること』『多くのジャンルの方への場所提供とし、国民生活センターは一歩引いて任せる』『サロンの運営については、企画部会を作り、検討すべき』との意見が出された。

これを受け、企画部会でサロンの運営について議論した結果、以下の意見が出された：

- ◇名称は「くらしの情報交流プラザ☆さろん」とする
- ◇開催日は皆が参加しやすい水曜日の18時から20時半に
- ◇「くらしの情報交流プラザ☆さろん」で取り上げるテーマとしては、当センターのホットな情報やNPO、消費者団体が関心を持っているテーマで当面行う
- ◇月2回位夜間（20時半位まで）プラザ室を利用できるようにしたらよ

い

各種検討の結果、平成16年10月1日付で「くらしの情報交流プラザ」をオープンさせることができ、同年10月20日には、記念シンポジウム（テーマ「くらしの安心をともに築く－消費者団体とNPO、国民生活センターの情報交流・連携を考える－」）を開催した。

「くらしの情報交流プラザ☆さろん」については、平成16年11月10日に開催された第1回を皮切りに、毎月1回のペースで計5回を開催した。

概要は以下の通り：

第1回（参加人数：24人）

開催日：平成16年11月10日（水）

テーマ：PIONEERシステムの概要

落語で学ぶ「高齢者が契約させられた布団の訪問販売」

第2回（参加人数：23人）

開催日：平成16年12月8日（水）

テーマ：私の年金は大丈夫？－女性の年金問題をどう考えていくか－

第3回（参加人数：24人）

開催日：平成17年1月12日（水）

テーマ：被災からの生活再建

◎「しんさい生活110番」を実施して

◎阪神・淡路大震災から10年、教訓は生かされたか？

第4回（参加人数：20人）

開催日：平成17年2月9日（水）

テーマ：NPOと企業をどうつなげていくか、協働して何ができるか
－企業の消費者対応窓口の現場から－

第5回（参加人数：26人）

開催日：平成17年3月10日（木）

テーマ：介護サービスの質と評価－改正を介護の現場から考える－

（開催内容を周知するための資料「くらしの情報交流プラザ通信」については別添資料35を参照）。

（5）研修

当センターが行う各種研修は、主に以下の職種に就いている方々を対象に行われている：

- 1) 地方公共団体の職員
- 2) 地方公共団体等の消費生活相談員
- 3) 消費者団体の職員
- 4) 企業の消費者対応部門の職員等
- 5) 小学校、中学校、高等学校の教員等

上記の内、各学校の教員等は平成15年度からの新たな対象であり、教育現場における消費者教育の重要性を認識しての取り組みである。

各種研修の実施にあたっては、相模原事務所にある研修施設を活用しての研修の他、地方からの要望を踏まえ、中期目標期間中は3分の1以上を地方都市において実施することとしている。こうすることで、全国に展開する消費生活センターにて各種業務に従事する方々の活動を支援し、最終的には消費者の利益擁護につながるものと考えている。

また、常に効果的な研修を開催するため、各研修の受講者に対するアンケート調

査を実施しており、平成16年度においては5段階表かの総平均が「4.4」となり、充実した研修実施のための様々な工夫や努力が実った形となっている。

なお、研修については教育研修部が中心的な役割を果たしているが、情報分析部によるPIONEER端末機設置センターの職員を対象にしたシステム関連の研修も実施されている。

また、外部の団体が催す会議・会合において当センターの役職員が講演を行ったり、出版物に寄稿したりして、様々な形での研修を実施し、普及啓発に努めている。

1) 研修

i. 地方公共団体職員を対象とした研修

－年度計画内容－

地方公共団体の職員を対象とする研修を4コース実施する。

◎業務の概要

当センターは、発足時（昭和45年）から地方公共団体職員を対象とする研修の開設準備に着手し、翌年度から開講した。当時は、消費者行政の歴史がまだ浅く、都道府県において消費生活センターの開設が相次ぐなか、消費者行政を担う職員の育成が急務となっていた。それ以降34年間にわたり、当センターは、消費者行政を担う職員の研修をわが国で唯一実施し、現在、主に新任の消費者行政担当職員・管理職の方々を対象にした講座を開講している。担当職員・管理職の方々は直接相談業務に携わるケースは少なく、被害の未然防止のための施策を企画・立案する業務を担当している方が多く、そのため、カリキュラムは、施策の企画・立案に役立つことを念頭に置き組み立てている。「講師養成講座」は、消費者行政担当職員の方が、被害の未然防止のために一般消費者へ直接講演を行う啓発活動に活かすための話し方や資料作成の仕方などのノウハウを学んでもらうために開設している。

◎年度計画実施状況

平成16年度における行政職員研修の実施状況は下表の通り：

	実施時期	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
職員講座	平成16年 6月（4日間）	60人	99人	4.4
管理職講座	7月（3日間）	50人	63人	4.2
講師養成講座	10月（4日間）	40人	38人	4.6
業務セミナー	平成17年 2月（3日間）	40人	30人	4.5

※合計想定受講者数：190人

※合計実受講者数：230人

※アンケート調査結果平均：4.4

各研修の受講者に対する満足度アンケート調査は：

非常に有意義だった（評価5）

- 有意義だった (評価 4)
- どちらともいえない (評価 3)
- 有意義ではなかった (評価 2)
- 全く有意義ではなかった (評価 1)

の 5 段階評価で行った。

なお、各種研修実施の際の想定参加者数算定基本式は、以下の通りである：

基本想定参加者数 (* 1) × 研修内容 (* 2) × 開催場所 (* 3)

- * 1 : 過去の同種の研修開催時に得られた開催時期・開催場所・研修内容のデータと講座品質維持(研修生参加型の場合は講師 1 人に対する研修生の数を制限する等) のための上限を基に設定したもの。
- * 2 : ①話題性のあるテーマを取り上げる場合②基礎的だが業務には必須となる重要なテーマを取り上げる場合③両方を合わせて取り上げる場合など、取り上げ方によって係数を可変する。
- * 3 : ①大都市(東京、大阪、政令指定都市等) で開催する場合②市町村等で開催する場合③国民生活センター相模原事務所で開催する場合、各々によって係数を可変する。なお、開催場所によっては使用できる会場が限られ、会場の容量(相模原事務所の場合は宿泊施設の収容人数も含む) による物理的制限を受けるので、この点も係数の可変で調整している。

実参加者数が想定参加者数を大幅に上回った場合、講座開催主旨を損なわない限りにおいて会場変更等の柔軟な対応で参加者の希望を最大限受け入れることとしている。

各講座の開催概要は以下の通り：

- ①職員講座は、「21 世紀型消費者政策のあり方」、「これからの消費生活相談のあり方」、「効果的な消費者教育・啓発を行うために」などをテーマに講義、グループ別討議、討議結果発表などを行った。
- ②管理職講座は、「消費者行政の最近の動向」、「効果的な消費者行政の推進をめざして」などをテーマに講義、グループ別討議、討議結果発表などを行った。
- ③講師養成講座は、「レジュメの作成と教材の活用」、「効果的な講義手法」などをテーマに講義、グループ別実習、実演、講評などを行った。
- ④業務セミナーは、相談における消費者行政の役割とは何か」などをテーマに講義、ロールプレイング、グループ別討議、討議結果発表などを行った。

ii. 地方公共団体等の消費生活相談員を対象とした研修

－年度計画内容－

地方公共団体等の消費生活相談員を対象とする研修を 3 4 コース(地方都市開催 1 8 コース) 実施する。

◎業務の概要

地方公共団体職員を対象とした研修を昭和 4 6 年に開講後、消費生活センターで消費者から直接相談を受ける消費生活相談員の方々を対象とした研修の必要が認められ、2 年後の昭和 4 8 年度に「消費生活相談員研修専門・事

例講座」を開始した。当講座は、食、衣、住生活、契約などのテーマを設定し、関係法令の解説、相談事例の検討などを中心にカリキュラムを組み、実践に役立つ講座となるようにしている。消費者から寄せられる内容は、時々刻々変化しており、例えば、悪質な商法といわれるものでも次第に巧妙化、脱法化してより解決が困難になってきている。こうした事態に対応し、消費者被害の迅速な救済のためにも、消費生活相談員を対象とした研修は必要不可欠であり、また、消費生活相談員としての社会的役割を自覚し更なる活躍をしてもらうためにも一堂に会しての研修・情報交換は不可欠といえる。

新たに消費生活相談員に採用された方を対象に消費者問題の基礎から学んでもらうための「消費生活相談員養成講座」を昭和49年度からスタートし、これまで1,857人が修了し、現在全国の相談窓口等で活躍している。なお、昭和55年度から、一般消費者で消費生活相談員を目指す人も受講対象とし、修了後は消費生活センターで相談に当たっている。

「相談実務講座」は、消費生活相談員としての基礎的な業務である「相談カード」記載の仕方を学ぶためのもので、講義は当センターの担当者が担っている。

「消費者契約に関わる法律講座」は、平成13年4月消費者契約法の施行を機に増加することが予想された消費者契約関連相談に対処すべく消費生活相談員向けに開講し、全国各地で講座を行ってきた。3年目の平成16年度は8カ所で開講し、現在、相談の9割を占める消費者契約関連相談への解決方法などについての講座を実施した。

「個人情報保護法講座」は、同法が完全施行される平成17年4月を控え、法律の内容、想定される相談への対処方法を中心にカリキュラムを組み、全国各地で講座を実施した。

以上のように講座の日程やカリキュラムは、法律の制定、改正に伴い、あるいは相談の動向を相談現場にいる消費生活相談員の声を聴取し、当センターとしてより成果が上るよう研修計画を立て実行している。

◎年度計画実施状況

計画の34コース（地方都市開催18コース）について、計画通り下記の34コース（地方都市開催18コース）を実施した。

なお、各コースの受講者に対する満足度アンケート調査は：

非常に有意義だった（評価5）

有意義だった（評価4）

どちらともいえない（評価3）

有意義ではなかった（評価2）

全く有意義ではなかった（評価1）

の5段階評価で行った。

①消費生活相談員養成講座

	実施時期	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1期	平成16年 7月（3週間）	50人	50人	4.8
第2期	8月～9月 （2週間）	50人	48人	4.8

※合計想定受講者数：100人

※合計実受講者数：98人

※アンケート調査結果平均：4.8

②消費生活相談員 専門・事例講座

	実施時期	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1回	平成16年 5月	70人	78人	4.2
第2回	6月	70人	99人	4.1
第3回	8月	70人	100人	4.3
第4回	9月	70人	100人	4.2
第5回	9月	70人	96人	3.9
第6回	11月	70人	100人	4.2
第7回	12月	70人	95人	4.1
第8回	平成17年 1月	70人	70人	4.8
第9回	2月	70人	81人	4.3
第10回	3月	70人	100人	4.5

※各回の開催期間：3日間

※合計想定受講者数：700人（1回当たり70人）

※合計実受講者数：919人（1回平均91.9人）

※アンケート調査結果平均：4.3

③相談実務研修

	実施時期	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1回	平成16年 6月	50人	62人	4.0
第2回	7月	50人	45人	4.0

※各回の開催期間：3日間

※合計想定受講者数：100人（1回当たり50人）

※合計実受講者数：107人（1回平均53.5人）

※アンケート調査結果平均：4.0

④消費者契約に関わる法律講座

	実施時期 及び場所	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1回	平成16年 4月（東京都）	40人	89人	4.5
第2回	5月（福岡県）	40人	40人	4.5
第3回	5月（岡山県）	40人	62人	4.4
第4回	5月（京都府）	40人	88人	4.5
第5回	6月（岩手県）	40人	34人	4.6
第6回	6月（鹿児島県）	40人	31人	4.8
第7回	6月（北海道）	40人	18人	4.5

第8回	7月（愛知県）	40人	63人	4.4
-----	---------	-----	-----	-----

※各回の開催期間：1日間

※地方都市開催数：7回（87.5%）

※合計想定受講者数：320人（1回当たり40人）

※合計実受講者数：432人（1回平均54人）

※アンケート調査結果平均：4.5

⑤個人情報保護法講座

	実施時期 及び場所	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1回	平成16年 11月（東京都）	40人	106人	4.3
第2回	11月（新潟県）	40人	128人	4.0
第3回	11月（愛知県）	40人	48人	4.2
第4回	12月（福井県）	40人	42人	4.3
第5回	12月（福岡県）	40人	47人	4.1
第6回	12月（宮城県）	40人	78人	4.1
第7回	平成17年 1月（広島県）	40人	59人	4.2
第8回	1月（兵庫県）	40人	81人	4.3
第9回	1月（静岡県）	40人	56人	4.1
第10回	2月（京都府）	40人	130人	4.3
第11回	2月（宮崎県）	40人	83人	4.3
第12回	3月（香川県）	40人	36人	4.2
第13回	3月（東京都）	40人	120人	4.2

※各回の開催期間：1日間

※地方都市開催数：11回（84.6%）

※合計想定受講者数：520人（1回当たり40人）

※合計実受講者数：1,014人（1回平均78人）

※アンケート調査結果平均：4.2

※実受講者数が想定受講者数を大きく上回った回については以下の通り対応している：

第1回と第13回については、当センターの東京事務所を会場としていたため、同事務所内での会議室変更で対応。

第2回と第10回については、予約していた会場を変更して対応。

第6回、第8回、第11回については、2人掛けのところを3人掛けにしたり、机と椅子を増設して対応。

各講座の開催概要は以下の通り：

①消費生活相談員養成講座

○第1期として、平成16年7月に、3週間にわたって以下のテーマによる講義を中心に開催した：

「経済社会の現状と消費生活」、「消費者の権利と消費者政策」、「消費生活相談の処理に必要な法律と制度」、「商品・サービスの知識と相談処理」

○第2期として、平成16年8月～9月に、2週間にわたって、「消費生活相談の実務と実習」について講義、グループ別討議、全体討議、各地消費生活センターでの実習などを中心に開催した。

②消費生活相談員 専門・事例講座

- 平成16年5月に、「金融・保険をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義を中心に3日間にわたり開催した。
 - 6月は、「クレジット契約をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを3日間にわたり開催した。
 - 8月は、「消費者契約をめぐるトラブル<基礎編>」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを3日間にわたり開催した。
 - 9月は、「連鎖販売取引・業務提供誘引販売取引をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを3日間にわたり開催した。
 - 9月に、「インターネット（電話関連を含む）をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、事例検討などを3日間にわたり開催した。
 - 11月は、「不動産取引（賃貸借契約を中心に）をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを3日間にわたり開催した。
 - 12月は、「クリーニングをめぐる消費者トラブルの解決に向けて」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを3日間にわたり開催した。
 - 17年1月は、「多重債務相談への対応」をテーマに講義を中心に3日間にわたり開催した。
 - 2月は、「インターネット（電話関連を含む）をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、事例検討などを3日間にわたり開催した。
 - 3月は、「継続的役務取引に関わる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを3日間にわたり開催した。
- ③相談実務研修を、平成16年6月に2回とも「消費生活相談カードの記載方法」などをテーマに講義を中心に3日間にわたり開催した。
- ④消費者契約に関わる法律講座を、平成16年4月～7月に全国8か所（うち、地方都市開催7か所）で各1日、「消費者契約に関わる法律知識」をテーマに講座を開催した。
- ⑤個人情報保護法講座を、平成16年11月～平成17年3月に全国13か所（うち、地方都市開催11か所）で各1日、「個人情報保護法の概要」、「個人情報に関する相談への対応」をテーマに講座を開催した。

iii. 生活大学移動セミナー

－年度計画内容－

生活大学移動セミナー（地方都市開催）を11コース実施する。

◎業務の概要

生活大学移動セミナーは：

- ◇「共催コース」
- ◇「専門・事例講座」
- ◇「講師養成コース」

の3コースで実施している。

「共催コース」（公開講座と専門・事例講座の3日間）は、地方公共団体と共催で公開講座（1日間）を開催し、広く一般消費者にカレントな生活問題・消費者問題を理解してもらうことを主眼に開催している。開催初日は著名な講師による講演などがあり、後の2日間は、消費生活相談員を対象に専門・

事例講座を開催している。専門・事例講座は、共催する地方公共団体と打ち合わせを行い毎回カレントなテーマを設定し、地域の実情に合わせた講座を行っている。

「専門・事例講座」は、上記の「共催コース」とは別に、当センターとして地域の実情に合わせたテーマを設定しつつ、消費生活相談員を対象に2日間開催している。

「講師養成コース」は、地方公共団体職員を対象とした研修の「講師養成講座」の地方版であり、それぞれの地域における消費者行政職員、消費生活相談員などによる「悪質商法に気をつけよう」などの啓発活動を行う際の効果的な方法・手段、話し方などのノウハウ伝授を目的としたカリキュラムを主としている。

◎年度計画実施状況

計画の11コース（地方都市開催11コース）について、計画通り下記の11コースを実施した：

なお、各コースの受講者に対する満足度アンケート調査は：

非常に有意義だった（評価5）

有意義だった（評価4）

どちらともいえない（評価3）

有意義ではなかった（評価2）

全く有意義ではなかった（評価1）

の5段階評価で行った。

①講師養成コース

実施時期	想定受講者数	実受講者数	アンケート調査結果
平成17年 1月（3日間）	40人	32人	4.6

②共催コース

	実施時期及び場所	想定受講者数	実受講者数	アンケート調査結果
第1回	平成16年 9月（秋田県）	40人	32人	4.7
第2回	10月（長崎県）	40人	51人	4.7
第3回	11月（沖縄県）	40人	37人	4.7
第4回	11月（岡山県）	40人	40人	4.8

※上記表は「専門・事例講座」のデータであり、「公開講座」のデータは含まず

※各回の開催期間：3日間（公開講座1日、専門・事例講座2日）

※「専門・事例講座」合計想定受講者数：160人

※「専門・事例講座」合計実受講者数：160人

※「公開講座」合計想定受講者数：540人

※「公開講座」合計実受講者数：540人

※アンケート調査結果平均：4.7

③専門・事例講座

	実施時期 及び場所	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1回	平成16年 6月（福岡県）	40人	48人	4.5
第2回	7月（兵庫県）	40人	80人	4.5
第3回	7月（宮城県）	40人	59人	4.8
第4回	8月（福岡県）	40人	39人	4.6

※各回の開催期間：2日間

※地方都市開催数：4回

※合計想定受講者数：160人（1回当たり40人）

※合計実受講者数：226人（1回平均56.5人）

※アンケート調査結果平均：4.7

※実受講者数が想定受講者数を大きく上回った第2回については、
2人掛けのところを3人掛けにしたり、机と椅子を増設して対応。

④消費生活専門相談員育成支援講座

	実施時期 及び場所	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1回 (3日間)	平成16年 7月（愛知県）	40人	61人	—
第2回 (4日間)	7月～8月 (宮城県)	40人	76人	—

※地方都市開催数：2回

※合計想定受講者数：80人（1回当たり40人）

※合計実受講者数：137人（1回平均68.5人）

※アンケート調査は平成17年度より実施開始

※実受講者数が想定受講者数を大きく上回った第2回については、
2人掛けのところを3人掛けにしたり、机と椅子を増設して対応。

各講座の開催概要は以下の通り：

⑤講師養成コースは、以下の内容で実施した：

- 「レジュメの作成と教材の活用」「効果的な講義手法」などをテーマにした講義
- グループ別実習
- 実演
- 講評

⑥共催コースは、以下の内容で実施した：

第1回（於秋田県）

- 公開講座：テーマ「食卓からくらしを見直す」
- 専門・事例講座：「契約をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを実施。

第2回（於長崎県）

- 公開講座：テーマ「ヤミ金融被害の実体と対処法」
- 専門・事例講座：「契約をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを実施。

第3回（於沖縄県）

- 公開講座：テーマ「食卓からくらしを見直す」
- 専門・事例講座：「契約をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを実施。

第4回（於岡山県）

- 公開講座：テーマ「これからの消費者と男女共同参画社会」
- 専門・事例講座：「業務提供誘引販売をめぐる消費者トラブル」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを実施。

⑦専門・事例講座は、以下の内容で実施した：

第1回（於福岡県）

- 「多重債務」をテーマに講義、質疑討議などを実施。

第2回（於兵庫県）

- 「継続的役務取引」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを実施。

第3回（於宮城県）

- 「多重債務」をテーマに講義、質疑討議などを実施。

第4回（於福岡県）

- 「継続的役務取引」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを実施。

⑧消費生活専門相談員育成支援講座は、以下の内容で実施した：

第1回（於愛知県）

- 「消費者相談に関する法律知識」をテーマにした講義を中心に実施。

第2回（於宮城県）

- 「消費者相談に関する法律知識」をテーマにした講義を中心に実施。

iv. 企業の消費者対応部門職員等を対象とした研修

—年度計画内容—

企業の消費者対応部門の職員等を対象とする研修を3コース実施する。

◎業務の概要

消費者問題の解決は、企業が消費者指向を持ち積極的に取り組まなければ前進しないため、当センターは、企業の消費者対応部門職員等を対象とした研修を昭和54年度から開始している。開始当時は、企業の中でも「お客様相談室」を開設している企業は消費財メーカーなど少数であり、さらに、消費者対応部門職員だけではなく、経営者にも消費者指向の理念を理解してもらうことが肝要だとして昭和58年度から「消費者問題 企業トップセミナー」を開設した。企業トップセミナーは、回を重ねる毎に受講する取締役・役員の方々が増え、近年は経団連会館会場が一杯の盛況になっている。

◎年度計画実施状況

計画の3コースについて、計画通り下記の3コースを実施した：

①消費者問題 企業トップセミナー

実施時期	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
平成17年 2月（1日間）	150人	172人	4.5

なお、各研修の受講者に対する満足度アンケート調査は：

参考になった（評価5）

まあ参考になった（評価4）

どちらともいえない（評価3）

あまり参考にならなかった（評価2）

参考にならなかった（評価1）

の5段階評価で行った。

平成16年度のテーマは、「消費者と企業の間をどう育むかー『消費者基本法』の理念の実現をめざしてー」とし、平成16年4月に施行された消費者基本法に規定された事業者の責務、消費者の権利・役割をどのように実践し、消費者と企業の望ましい関係をどのように構築するかとした。

基調講演は、消費者基本法・消費者基本計画の概要を内閣府から、次に、日本を代表する自動車メーカーから「お客様と企業のより良い関係を目指してーお客様対応における新たな取り組みー」をテーマに企業の消費者対応、安全・品質に対する取り組みについての講演を催した。後半は、パネルディスカッション形式で、消費者団体の立場、学識経験者の立場、社外取締役の立場、NPOの立場から、「消費者と企業の新しい関係を構築するためには」をテーマに、現在の消費者と企業の間をどう捉えているか、その際の問題点は何か、消費者と企業の新しい関係を構築するためには、企業は何をすべきか、消費者は何をすべきかについての討論を行った。

②3日コース

	実施時期	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
第1回	平成16年 5月	60人	83人	4.5
第2回	10月	60人	50人	4.4

※合計想定受講者数：120人（1回当たり60人）

※合計実受講者数：133人（1回平均66.5人）

※アンケート調査結果平均：4.4

なお、各コースの受講者に対する満足度アンケート調査は：

非常に有意義だった（評価5）

有意義だった（評価4）

どちらともいえない（評価3）

有意義ではなかった（評価2）

全く有意義ではなかった（評価1）

の5段階評価で行った。

3日コースは、第1回を「企業の消費者対応と危機管理」をテーマに講

義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催、第2回を「消費者基本法の理念と、個人情報保護法に沿った消費者対応のあり方」をテーマに講義、質疑討議を中心に開催した。

v. 消費者活動リーダーを対象とした研修

－年度計画内容－
消費者活動リーダーを対象とした研修を1コース実施する。

◎業務の概要

消費者問題を解決する上で、消費者活動を行っているリーダーの役割は、非常に大きいと言える。但し、こうした団体の活動内容に行政や当センターが口を挟むことは厳に慎むべきことと考え、当センターが主催する消費者活動リーダー支援講座は、あくまでも活動の支援のために学習の機会を提供し、あるいは、話し合いの場を提供したりする機会に限り、昭和54年度から研修を行ってきた。研修開始以来、25年間の歴史を経て、消費者団体が取り組むテーマは時代とともに大幅に変わり、それに伴い講座の内容や受講者の顔触れも大きく変化してきている。

◎年度計画実施状況

平成16年度における消費者活動リーダー支援講座の実施状況は下表の通り：

実施時期	想定受講者数	実受講者数	アンケート調査結果
平成17年 3月（3日間）	40人	22人	4.7

なお、各研修の受講者に対する満足度アンケート調査は：

- 役立つと思う (評価5)
- 多分役立つと思う (評価4)
- まだ判らない (評価3)
- 多分役立たないと思う (評価2)
- 全く役立たないと思う (評価1)

の5段階評価で行った。

本講座では、「これからの消費者活動のカタチを考える」をテーマに講義、グループ別討議、全体討議などを中心に取り扱った。

vi. 相模原市との共催による公開講座

－年度計画内容－
相模原市と共催で公開講座を1コース実施する。

◎業務の概要

毎年5月の消費者月間を記念して、当センター相模原事務所のある神奈川県相模原市との共催による公開講座を実施し、市民の方々に生活問題・消費

者問題について理解していただく機会を設けている。こうしたイベントを通して当センターの業務や消費者問題に関心を持ってもらうことが大切なことと考え、地域の市民との交流を実施している。

◎年度計画実施状況

平成16年度における実施状況は下表の通り：

実施時期	想定受講者数	実受講者数	アンケート調査結果
平成16年 5月（3日間）	120人	115人	4.2

なお、各研修の受講者に対する満足度アンケート調査は：

- 非常に有意義だった（評価5）
- 有意義だった（評価4）
- どちらともいえない（評価3）
- 有意義ではなかった（評価2）
- 全く有意義ではなかった（評価1）

の5段階評価で行った。

本公開講座は、「納得のいく食品を食べたい」をテーマに講演を行った。

vii. 学生及び小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修

<p>－年度計画内容－ 学生及び小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修を2コース実施する。</p>

◎業務の概要

次の時代を担う子どもたちへの消費者教育は非常に大切であり、センターとしても関係機関と連携しつつ取り組んでいる。日本消費者教育学会と共催で大学・大学院で消費者教育を学ぶ学生を対象に消費者教育の現状と課題を中心とした講座を開催している。指導には、日本消費者教育学会所属の先生方が、全国の大学から参加され、ゼミ形式での講座も行っている。

また、財団法人消費者教育支援センターと共催し、小学校、中学校、高等学校の教員を対象とした研修を平成15年度から行い、指導案の作成など実践的な講座を開催している。消費者教育支援センターに蓄積された消費者教育のノウハウと当センターに蓄積された消費生活相談、商品テスト、研修のノウハウを組み合わせた講座になるよう取り組んでいる。

◎年度計画実施状況

①消費者教育学生セミナー（日本消費者教育学会との共催）

実施時期	想定受講者数	実受講者数	アンケート調査結果
平成16年 9月（2日間）	40人	43人	－

※消費者教育学生セミナーのカリキュラムは、日本消費者教育学会が教育的見地から原案を作成し、当センターと協議して行っており、特にアンケート調査は行っていない

②教員を対象とした消費者教育講座（消費者教育支援センターとの共催）

実施時期	想定 受講者数	実受講者数	アンケート 調査結果
平成17年 3月（3日間）	30人	31人	4.5

なお、各研修の受講者に対する満足度アンケート調査は：

非常に有意義だった（評価5）

有意義だった（評価4）

どちらともいえない（評価3）

有意義ではなかった（評価2）

全く有意義ではなかった（評価1）

の5段階評価で行った。

消費者教育学生セミナーは、「消費者教育の現状と問題点」などをテーマに各大学の合同学習、講義、グループ別討議、全体討議を行った。

教員を対象とした消費者教育講座は、「消費者教育概論」、「食品添加物から考える食の安全性」などをテーマに講義、実験実習、グループ別指導案作り、指導案発表・講評などを行った。

viii. 研修等の受講者に対するアンケート調査

－年度計画内容－

研修コース毎に受講者に対するアンケート調査を実施し、その結果を研修内容等の充実に活用するとともに、受講者から5段階評価で平均4以上の満足度の評価を得る。

◎業務の概要

当センターでは、各講座終了後、次回の講座を企画する際の参考とするため、発足当初から受講者へアンケート調査を行っている。アンケートでは、講座の内容が有意義だったかどうかを主な調査対象としてきた。

その後、平成15年10月の独立行政法人への移行に際し、アンケート調査を5段階評価に統一し、主な調査対象を受講者の満足度に変更した。回収率の向上を図るため、アンケートへの記入・提出をオリエンテーションや閉講時に呼びかけるほか、受講者への「受講案内」にもアンケート協力依頼を記載し、周知を図っている。

◎年度計画実施状況

平成15年度に実施した受講生に対するアンケート調査を通じ、各研修や研修施設等についての意見が寄せられた。寄せられた意見の内容を検討後、平成16年度において、研修充実のための対応を行った。主な対応内容は下表の通り：

講座名	平成15年度 アンケート記載事項	平成16年度における 対応状況
消費生活行政職員 研修・管理職講座	「6月下旬は地方議会 開催中のため、開催を避 けて欲しい」との意見あり。	7月上旬開催に変更し た。
全国 消費者フォーラム	基調講演について「内 容が常日頃感じているこ となので少々物足りなか った。もっと突っ込んだ 話が欲しかった」との意 見あり。	現場に精通した講師を 招聘し、より具体的な講 演内容となるようにし た。
消費者契約に関わる 法律講座	【事例討議・質疑】は 講師1人（弁護士）で対 応していたが、「決定的回 答がないものもあり、 様々な観点から検討しな ければならない」「挙手 をして発言しにくいので、 指名していただいた方が 時間の節約にも繋がる」 といった運営上の意見あり。	【事例研究】とし、全体 討議は弁護士1人でな く、司会を兼ねる消費生 活相談員と2名で実施し た。 相談員には討議の交通 整理を依頼するほか、事 例について現場での処理 経過等について発言を依 頼するなど、具体性を持 たせて実施した。
消費者契約に関わる 法律講座	終了時間を「17:4 5」としていたが、「終了 が遅すぎる。そのために 1泊しなければならない」 との意見あり。	終了時間を17:00 として実施した。
消費者問題・企業 トップセミナー	基調講演について「も う少し具体的な、苦労話 をしていただくと良い」 との意見あり。	参加者からの要望に沿 った内容を話せる講師を 招聘し、消費者対応に的 を絞った講演を実施し た。
消費者教育に携わる 講師養成講座 (相模原・福岡)	初日の模範実演として 相模原で「落語」、福岡で 「腹話術」を披露したが 「特技のない者はどうし たら良いのか？」との意 見あり。	初日の導入としては、 まずオーソドックスな 「講義」を行うノウハウ についての講座を実施し た。
消費生活相談員 養成講座	「論文の作成とポイン ト」「実習」で1単元、論 文の添削と指導で0.5 単元、合計1.5単元で あったが「書き方だけ でなくどう理解すればよ いのか」「もう一度論文 添削の機会が欲しい」と の意見あり。	左記の課目に、希望者 のみの「論文指導ゼミ」 を追加して添削指導を強 化した。

消費生活相談員研修	試験的に土曜日に講座を開催したところ「公私共に土曜日は行事が入るので、できれば土曜日は避けて欲しい」との意見あり。	土曜日の開催は取止め、平日開催で対応した。
その他施設利用関係	研修棟の宿泊室に虫が入ってくるので、網戸を設置して欲しい。	各宿泊室に網戸を設置した。

平成16年度に実施した58コースのうちアンケート調査を実施した55コースのうち、5段階の満足度評価で4.0以上が54コース、3.9が1コースだった。

各研修・講座の受講者数、アンケート回答者数、満足度（5段階評価）、回収率等については、別添資料36を参照。

なお、研修実施後に、受講者派遣元に研修効果等について意見聴取をしたところ、以下の様な回答が寄せられた：

◇兵庫県立神戸生活創造センターへの意見聴取

「研修に派遣した相談員は、センターに戻り他の相談員を集めて研修内容を説明することになっている。国民生活センターの研修の場合、相談事例を取り上げているので、実践的に役立っている。説明をするには自身での勉強が必要なので、より専門性が高まる。研修内容をセンター全体で共有化し組織全体で役立てるようにしている。国民生活センターの研修に参加をすると良い講師の講座が聴けるので相談員としての自覚・意識がさらに高まり、また頑張るぞという気になるので感謝している。」

◇岡山県消費生活センターへの意見聴取

「市町村では行政職員が相談を受けている。国民生活センターの研修に市町村職員が参加をすると意識の面、資質の面ともにレベル・アップして、県内全体の相談解決のレベルが上がってきている。国民生活センターの研修は役立つと思っているので、これからも相談員を派遣することを考えている。」

◇栃木県消費生活センター

「国民生活センターの研修には、年々研修派遣費用が減額されてきているが可能な限り派遣している。受講すれば、相談解決の現場で着実に役立つ、新しい知識も修得できるので今後も続けて派遣していきたい。」

◇岩手県立県民生活センター

「国民生活センターの研修はとても役立つので、県民生活センター（相談員7名）、地方振興局（11ブロック）（各ブロックに相談員2～4名）から1人年1回は参加するようにしている。難しい相談が寄せられた時は、いろいろと判断に悩むがそのような時、研修に参加した人のアドバイスが貴重となる。特に、最近のように度々法改正があるときなどは、研修で得

た知識が相談解決に役立つ。研修に参加すると表面的な文字面だけの理解ではなく、深く理解することができるので、その点でも相談現場で役立つ。毎週1回相談員同士の情報交換会を開催し、常時情報の共有をしている。この席で、国民生活センターの研修で得た内容を披瀝している。」

◇福井県消費生活センター

「情報の共有がなによりも大事。研修で得た知識を日々の相談現場で活かしていることは勿論、月1回、センター職員、相談員が参加する所内の打合せ会で研修に参加した相談員が研修内容の報告をしている。また、必要に応じ、法改正の時などは相談員同士の打合せ会も行っている。」

◇宗像市消費生活センター

「センター単独での研修はできないので、予算は厳しいが、5名いる相談員を交代で派遣することになっている。今までは、国民生活センターの研修で配布された資料を相談現場で活用していたが、最近では、月1回半日を取り、研修に参加した相談員がレクチャーをしている。また、毎朝、30分相談受付時間をずらして、相談員同士の情報交換をしている。その際も、研修で知り得た情報を積極的に伝達している。」

2) 消費生活専門相談員資格の審査及び認定

－年度計画内容－

消費生活専門相談員の能力・資質の向上等を図るための資格認定試験について、各地の地理的条件に配慮した人材供給を確保していくという観点から、全国18ヶ所以上で実施する。

◎業務の概要

消費生活専門相談員資格制度は、国・地方公共団体等が行う消費生活相談業務に携わる相談員の資格を認定する制度である。本制度は内閣総理大臣を長とする消費者保護会議（平成2年、第23回）において決定され、経済企画庁長官の認可を受けて、平成3年度から実施してきたもので、現在は内閣総理大臣の認可事業となっている。

近年、相談内容の高度化、複雑化に伴い相談員の資質の向上が課題とされており、大都市以外の各地においては相談員の人材確保が難しい状況となっている。このような現状に対応するため、人材を広く発掘することが急務となり、資格認定試験制度が創設されることとなった。

本資格は、相談に応じるための一定水準以上の知識と能力を持ち合わせていることを当センターの理事長が認定した者に与えられるものである。認定にあたっては、筆記試験と論文審査（第1次試験）、面接（第2次試験）を実施し、合否判定を行っている。

◎年度計画実施状況

消費生活専門相談員資格試験の第1次試験を全国15か所の会場で受験者780人により実施した。第1次試験会場の選定にあたっては、次のように考えた：

- i. 平成3年度に資格試験を開始した当初は、第1次試験の会場は、全国9か所で平成12年度まで同様に推移した。
- ii. 平成13年度に地方の受験者の便宜を図るために、地方公共団体に会場設置の希望の有無を聞き、希望のあった全ての地方公共団体に会場を設けた。
- iii. 平成15年度まで同様の手続きを取り実施してきた。
- iv. こうした措置を3年間（平成13～15年度）実行し、独立行政法人への移行に際し、費用対効果も大切であるとの考えから、平成16年度に見直しを行い、地方公共団体に会場設置の希望の有無を聞き、受験者が10名以上あった場合、会場を設けるようにした。
- v. 平成16年度は、12地方公共団体から会場設置の希望があり、そのうち受験者が10名以上の地方公共団体が6か所あったので、毎年実施の大都市9か所と併せて15か所で試験を実施した。
- vi. 第2次試験を平成16年11月～12月、全国7か所で受験者148人により実施した。

第1次及び第2次試験の結果を踏まえ、平成17年1月、消費生活専門相談員認定者として181人を認定した。都道府県別認定者は、別添資料37を参照。

以上のように、消費生活専門相談員資格試験は、各地の地理的条件に配慮した人材供給を確保していくという観点から、第1次試験会場を全国各地に設けることにしている。平成16年度は、全国18か所を予定したが、応募者が10人未満の会場については、隣接の会場で受験するよう案内し、15か所で実施した。

(6) 商品テスト

消費者は日々の生活を営むにあたり、様々な商品やサービスを利用している。特に商品については、昔ながらのものに加え、高度に発達した技術を多く盛り込んだものも数多くなっている。高度な技術は利便性向上に貢献する一方で、消費者が想像もしないような事が起こる可能性も高めている。このような時代背景の中、当センターの商品テスト事業はその重要性を益々高めているため、中期計画において原因究明テストの実施と問題提起型テストの実施を掲げている。それぞれの達成目標は以下の通りである：

1) 原因究明テスト

- i. 拡大損害を伴う製品関連事故等の原因究明を通じて被害の救済・未然防止・再発防止に資するため、原因究明テストを実施
- ii. テスト技術の向上及びテスト期間の短縮により、毎年度のテスト実施件数を、平成14年度の41件に比べて10%以上増加させる
- iii. 地方センターが実施する原因究明テストに対して、技術的な協力を行う

2) 問題提起型テスト

- i. 人の生命・身体などに関わる事故や苦情等の内容が国民生活に重大な影響を及ぼす案件について問題提起型テストを年12件以上実施
- ii. 結果を迅速に公表
- iii. テストの課題設定及び成果は、外部有識者による評価を実施し、その結果を業務に反映

平成16年度においては、上記中期計画を踏まえた年度計画に基づく業務を実施し、以下の成果を挙げた：

1) 原因究明テスト

- i. 昨今の高度化された商品をテストするための研鑽等により、テスト期間を平成15年度の108日から23日短縮し、85日とした。
 - ii. 食品、衣料品、家電品など生活の中で使用される様々なカテゴリの商品について、計45件の原因究明テストを実施し、商品関連事故等を伴う苦情相談の処理に寄与した。
 - iii. 各地の消費生活センターにおける商品テスト業務支援と活性化を目的とした「全国商品テスト企画ブロック会議」を開催の上、担当者間の意思疎通を円滑化するため仕組みである「IT会議室・テスト職員掲示板」についての議論や意見交換をし、平成17年3月に設置した。これにより、平成17年度からの運用開始の足がかりを作ることができた。また、「商品テスト技術・評価研究会」も開催し、各地消費生活センターにて商品テスト業務に従事する担当者にテスト手法や評価方法などについて理解を深めてもらうことで、各地の消費生活センターにおける商品テストの向上を図った。
- 2) 問題提起型テスト
- i. 食品、衣料品、家電品などに加え、消火具や昨今意識が高まっている家の防犯のための商品など、様々なカテゴリの商品について計12件の問題提起型テストを実施し、その結果から、行政や業界への要望又は情報提供も行った。各要望については、商品本体の警告表示の改善、監督官庁や公正取引委員会による行政指導、業界団体内での問題点周知徹底などの対応がなされており、商品による事故等の未然防止に貢献した。
 - ii. テスト結果については、報道機関等並びに当センター運営のホームページやテレビ番組、各種定期刊行物を通じて広く提供した。これにより、消費者が各種商品を購入する際に確認すべき事項や、使用時の注意等の知識を得る機会を増やし、商品関連事故の未然防止に貢献した。
 - iii. テストの課題設定及び成果に対する評価については、「商品テスト分析・評価委員会」を積極的に活用し、個々のテストの狙いや結果公表のための資料とりまとめについて精査を行うのと同時に、今後実施するであろう同種のテストについてのノウハウ蓄積を行い、商品テストの更なる充実に繋げた。

1) 原因究明テスト

- i. テスト技術向上のための研鑽とテスト期間短縮

—年度計画内容—

テスト技術向上のための研鑽を図り、テスト期間の短縮を行う。

◎業務の概要

各地消費生活センターから寄せられる様々な原因究明テストを実施するにあたり、新たな専門的知識や技術の習得のため専門家や専門機関の訓練や研修を受講して、テスト技術向上のための研鑽を図り、新たなテストに取り組むとともに業務の効率化によりテスト期間の短縮を行う。

◎年度計画実施状況

揮発性有機化合物（VOC）の分析手法習得のため環境省環境調査研修所や（社）自動車技術会で訓練や研修を受けたほか、ボンベの耐圧強度を調べるための耐圧試験手法を住友金属テクノロジー（株）で確認するなど専門機

関の指導・訓練を受けた。また、技術的、専門的知識習得のため「金属・プラスチック材料の破断面の解析」等の講習会受講や「プラスチック（ノート型パソコン）の亀裂原因の考え方」など専門家のヒアリング等を行いテスト着手から完了までの期間短縮を図った。テスト期間は、平成15年度は平均108日であるが年度内は85日に短縮した。

年度内のテスト期間の平均は85日であるが、各テストの期間を見ると、最も短いものは「折りたたみ式自転車の組立不良」の構造調査によるものが14日、最も長い期間を要したのは「いくら入りおにぎりの衛生といくらの確認」の257日であった。着手から完了までに長い期間を要した理由としては、テスト対象である「おにぎり」の変質状況が季節によって異なるため、気温が高い時期と低い時期でテストを行う必要があったためである。このように、原因究明テストについては、内容によってテスト期間が大きく異なることがある。

なお、事故原因の究明は、既存の規格・基準によるテストばかりではなく、事故状況を考慮した条件でのテストも少なくない。このため、テストの内容などによっては、新たなテスト装置の作製やテストの試行を繰り返すなど準備に日数を要する場合があるなど、必ずしも一律の期間内のできるものではなかった。

(主な技術の研鑽) (研修参加等一覧は別添資料38を参照)

- ①金属・プラスチックの破断面の解析手法
- ②機能性繊維素材の評価方法
- ③液体試料からの揮発性有機化合物(VOC)の抽出及び分析手法
- ④ガソリンコンロ用ボンベの破裂試験手法
- ⑤高速液体クロマトグラフ(HPLC)の基本的分析手法
- ⑥機械部品の破断面の見方と長寿命化技術
- ⑦車室内の揮発性有機化合物(VOC)測定法
- ⑧高速液体クロマトグラフ(HPLC)による微量遊離型アミノ酸分析法
- ⑨プラスチック(ノート型パソコン)の亀裂原因の考え方
- ⑩高周波誘導結合プラズマ(ICP)定性、定量の基本的操作と実試料への応用方法

「金属・プラスチックの破断面の解析手法」や「車室内の揮発性有機化合物(VOC)測定法」の受講は、「ユニットバスの手すりの折損」、「新車室内の揮発性有機化合物の室内濃度」などの原因究明や測定・分析に役立った。また、効率的に業務を行うため問題提起型テストにも利用した。

ii. 原因究明テスト実施件数

－年度計画内容－

テスト実施件数は、年度内で45件以上とする。

◎業務の概要

当センターまたは各地消費生活センター等で受け付けた製品関連事故等の原因究明を通じて被害の救済・未然防止・再発防止に資するため、原因究明テストを実施する。

◎年度計画実施状況

平成16年度においては、下表の通り45件のテストを実施した（原因究明テストの概要は別添資料39を参照）：

SNO	テスト内容	SNO	テスト内容
1	すいとんの粉で作ったドーナッツが破裂	24	ヘアクリームの染毛効果
2	缶詰の破裂	25	熱さまし用のジェル状シートによる窒息事故
3	缶詰のプルトップ取付強度	26	オゾン発生器のオゾン濃度と殺菌性
4	食用油の発火	27	電気蚊取器の焼損
5	いくら入りおにぎりの衛生といくらの確認	28	マスクの異臭
6	フードプロセッサの誤作動で受傷	29	水中で水素を発生する商品の活性酸素消去能
7	ガスコンロ（グリル）のふっ素樹脂部の毒性ガス発生に関する調査	30	ノート型パソコンの蓋の亀裂
8	粉ミルク用小分け容器キャップの誤飲の危険性	31	腕時計端部の鋭利度
9	キャンプ用ガソリンコンロの破裂	32	電子ゲーム玩具の操作ボタンの応答性
10	浄水器蛇口の付着物分析と安全性	33	鉄道模型の保管ケースの異臭
11	蛇口直結式の浄水蛇口からの流出物と安全性	34	水槽の藻取り薬剤中の除草剤濃度
12	包丁のパッケージの危険性	35	普通自動車の直進走行性の不具合
13	やかん内部付着物分析と安全性	36	普通自動車内の異臭
14	ハロゲンヒーターのランプ破裂	37	ワゴン車のホイールが変形
15	ホットカーペットで熱中症	38	スノーチェーンの破断
16	椅子の強度	39	自動車盗難防止装置の焼損
17	シーツの材質の鑑定	40	カーシャンプーによる自動車塗装表面の色落ち
18	三脚脚立の後ろ支柱の折損	41	折りたたみ式自転車の組立不良
19	紳士下着の目寄せ（織糸の部分的ずれ）	42	折りたたみ式自転車の前輪がコントロール不能となった原因
20	マッサージ器の発熱	43	電動アシスト自転車に装着した補助いすの落下
21	メガネフレームの鋭利度	44	自転車の車輪の強度
22	救急絆創膏による皮膚の剥がれ	45	ユニットバスの手すりが折損
23	まつ毛パーマ液の成分		

なお、原因究明テストの実施にあたり、相談者から提供される事故状況の情報が十分でない事例や、苦情品が現状保存されていないことがあり、原因究明に支障をきたすことがあったので、依頼元のセンターに情報収集等の更なる協力を要請することとした。

iii. 全国商品テスト企画ブロック会議及び商品テスト技術評価研究会の実施

－年度計画内容－

全国商品テスト企画ブロック会議及び商品テスト技術評価研究会を実施し、全国のテスト担当技術者の技術の向上と効率化を図るとともに、原因究明に必要なテスト方法等の技術相談に対して助言などを行う。

◎業務の概要

①全国商品テスト企画ブロック会議

商品テストの効率化、技術向上のための議題について、全国の消費生活センターを6ブロックに分けて討議を行い、全ブロックを一同に会した全国会議を開催する。

②商品テスト技術・評価研究会

商品テストのための技術及び評価について各地消費生活センターのテスト担当者が集まり、多角的に検討し、消費生活センター等で行う商品テストの向上を図る。

◎年度計画実施状況

①全国商品テスト企画ブロック会議

各地消費生活センターのテスト担当職員を対象に、「消費者基本法の改正と商品テストのあり方」「テスト機器の精度管理と相互利用について」などを議題として全国商品テスト企画ブロック会議及び全国会議（全体会）を実施した（平成16年11月12日 相模原事務所）。参加したのは40機関から52人であった。

また、前年度検討課題とした「電子掲示板を活用した商品テストやテスト技術の情報交換の場を設置する」ことについては、インターネットを利用して「IT会議室・テスト職員掲示板」の作成案を説明し、意見を求めた。出された意見を参考に、「IT会議室・テスト職員掲示板」の改善と試行を繰り返して完成させ、平成17年3月に設置した（電子掲示板の設置により、各地消費生活センターで実施したテスト結果が入力されている商品テスト情報システムは平成16年度をもって廃止した）。

②商品テスト技術・評価研究会

各地消費生活センターのテスト担当職員を対象に、「講演」「事例発表」を行った後、専門家を交えて「食品の安全性」をテーマにディスカッションを実施した（平成16年11月11日 相模原事務所）。参加したのは46機関から53人であった。「講演」は「食品の安全性をどう考え消費者に伝えるか」を実施し、「事例発表」は各地消費生活センターが実施した「アレルギー物質を含む食品の原材料表示に関する調査」「輸入かんきつ類の防かび剤」「にがり」などの発表を行った。講演テーマや発表3事例などを例に食品の安全に関して、「リスクの程度（健康への影響、摂量他）」や「リスクの低減」「リスクコミュニケーション」などを考えるとともに、測定や評価な

どについて質疑を行い、テスト手法や評価方法などの理解を深めてもらい各地消費生活センターで実施する商品テストの向上が図られた。

③テスト方法等の技術相談に対する助言

各地消費生活センターに対して原因究明に必要なテスト技術等の助言や資料の提供を行うとともに、商品テスト報告書を作成して提供した。また、商品テスト情報システム及び商品テスト機関リストを作成し運用した。

平成16年度における主な技術相談事例の内容は以下の通り：

- スチームクリーナーの油汚れの作成方法と汚れ落ちの判定方法
- 電球型蛍光灯の試験項目、測定方法と基準
- 楊枝や箸などの容器包装に使われる漂白剤である亜硫酸の定性試験方法
- 窓ガラス用アルミシート貼布による破損事故の原因究明手法
- マスクがウイルス飛沫をどのくらい捕集するかを示す方法
- 付着した血液の判定方法
- カビと酵母の判別方法
- 革製衣料の染色堅ろう度の考え方
- ハロゲンコタツと赤外線コタツの相違点
- 歩行補助車のSG認定試験内容

2) 問題提起型テスト

i. 問題提起型テスト実施件数

—年度計画内容—

テスト実施件数は、年度内で12件以上とする。

◎業務の概要

当センターや各地消費生活センターが受け付けた苦情相談等の中から、人の生命・身体などに関わる事故や苦情等の内容が国民生活に重大な影響を及ぼす案件につき、問題提起を行うテストを実施し、消費者に商品の購入や使用に関する情報を提供する。また、テストした結果、商品に安全や品質、表示などの問題があれば業界に改善を要望するとともに、行政へは規格、基準の見直し及び法令違反が疑われるものについて指導等を要望する。

◎年度計画実施状況

年度内に、12件のテストを実施した（問題提起型テストの概要は別添資料40を参照）。実施したテストのテーマは以下の通り：

- ①ベビーカーの安全性
- ②いわゆる排水口に流すタイプの食用油処理剤等
- ③飲み残し清涼飲料容器の破裂
- ④メリロート（ハーブの一種）を含む「健康食品」
- ⑤洗濯乾燥機の実使用性
- ⑥豆腐の品質と衛生
- ⑦まつ毛パーマ液の成分

- ⑧揚げ物調理における食用油の発火
- ⑨エアゾール式簡易消火具
- ⑩電気カーペット
- ⑪ハロゲンヒーター
- ⑫防犯ガラス、防犯フィルムのパフォーマンス

消費者には商品の購入や使用上の注意などアドバイスを行うとともに、業界に対しては安全性など商品の品質・機能や表示等の改善を要望した。

また、行政には規格、基準の見直し及び法令違反が疑われるものについて指導等を要望した。テスト品目ごとの主な要望内容と、それに対する業界や行政の対応等は以下の通り：

①ベビーカーの安全性

公表日：平成16年4月7日

要望等：フロントバー脱着時等に生じたすき間で手や指などを挟む可能性があるものがあったので消費者に注意を呼びかけ、業界に改善を要望した。そのほか、警告表示などが外国語でわかりにくいものがあったので指摘した。また、持ち運び時に使用する可能性が高いフロントバーの強度を十分なものとするよう全国ベビー&シルバー用品連合会等に要望した（平成16年4月）。

効果等：本体警告表示の改善と在庫品は連絡先を追加説明書として添付して出荷する旨、当該メーカーから表明があった（平成16年4月）。また、全国ベビー&シルバー用品連合会は、会員各社に対し指摘されたような問題がないか十分に検討し適切な対応を行うよう要望書を出した（平成16年4月）。

②いわゆる排水口に流すタイプの食用油処理剤等

公表日：平成16年4月21日

要望等：公正取引委員会との連携によるテスト。食用油を食用油処理剤で処理しても、環境負荷（有機物による水質汚濁）が軽減するとはいえない結果であった。食用油処理剤で処理すれば環境負荷が小さくなるとの表示は誤認を与えるので業界に改善を要望した（平成16年4月）。

効果等：同日、公正取引委員会より、景品表示法（第4条第1項第1号）に違反するおそれがあるとして販売業者5社に対し警告の行政指導が行われた（平成16年4月）。発表後、テスト対象5銘柄のうち1銘柄は販売中止された。

③飲み残し清涼飲料容器の破裂

公表日：平成16年5月10日

要望等：ペットボトルの破裂事故の原因や危険性が消費者にわかりやすく伝わるよう、商品ラベルの注意表示の内容をさらに改善し、宣伝などの広報活動においても、より一層の注意喚起を行うよう業界に要望した（平成16年5月）。

効果等：(社)全国清涼飲料工業会は会員各社等に対して周知するとともに、注意喚起と表示の徹底、改善を要請した。（平成16年5月）。

④メリロートを含む「健康食品」

公表日：平成16年6月4日

要望等：メリロートを含む「健康食品」は「むくみ」などの対策をうたって販売されているが、品質管理の悪いものや予防や治療効果を期待させ、消費者に誤認を与えかねない表示などの問題があったので、品質管理の徹底や表示の改善等を業界に要望した（平成16年6月）。また、植物成分抽出濃縮物の安全性の評価と食品衛生法の適正な運用、ハーブ利用の医薬品と食品（「健康食品」）の区分の再整理、安全で有効な商品が選択できるよう行政に要望した。また、予防や治療効果、栄養機能食品に関する表示について、消費者が誤認するおそれのあるものがあったので改善の指導を行政に要望した（平成16年6月）。

効果等：薬事法に抵触する表示方法については、厚生労働省から都道府県に対して改善指導を行うよう事務連絡がなされ、事業者に対して指導がなされた（平成16年6月）。

⑤洗濯乾燥機の実使用性

公表日：平成16年7月7日

要望等：「シワがひどく乾燥性能が不十分」、「運転時間が長い」、「エラーで途中停止する」、「ふたが長い時間ロックされる」、「糸くずが捕集されず流出する」など改良の余地がある商品であった。また、油の付いた洗濯物を乾燥させると発煙することがわかった。乾燥機能の使い分けや油の付いた洗濯物に関する注意を消費者にアドバイスするとともに、業界に改善の要望をした（平成16年7月）。

効果等：（社）日本電機工業会より、「長い運転時間」や「エラーによる途中停止」、「ふたのロック機能」、「糸くずの流出」について改善等の回答があった（平成16年7月）。

⑥豆腐の品質と衛生

公表日：平成16年8月4日

要望等：豆腐の栄養成分や保管方法などを消費者にアドバイスするとともに、衛生面や凝固剤・栄養成分などの表示に問題が見られたので、衛生管理の向上、凝固剤や栄養成分の表示の適正化、「にがり」「丸大豆」等を強調した表示の見直しを業界に要望した。また、遺伝子組換え大豆の混入率が製品で検証できない現行試験方法の検討についても行政に要望した（平成16年8月）。

効果等：遺伝子組換え大豆の検出が認められたものには、厚生労働省による当該事業者への調査が行われた。また衛生面の管理の徹底についても指導がなされた（平成16年8月）。また、農林水産省は関係団体に対し、表示等について法令を遵守するよう口頭で指導。当該調査結果の冊子を会員事業者に配付した（平成16年9月）。

⑦まつ毛パーマ液の成分

公表日：平成16年9月3日

要望等：まつ毛パーマに関して目の炎症等の危害情報が寄せられ、エステティックサロンや美容院等で使用されている「まつ毛パーマ液」は、頭髮以外への使用が承認されていない「頭髮用パーマ液」と化学的性質の点でほとんど差がなかった。このため、使用については慎重さが必要と消費者にアドバイスするとともに、行政にはこのような商品がまつ毛に使われることのないよう被害の未然防止・拡大防止のための対応を要望した（平成16年9月）。

効果等：厚生労働省より各都道府県、政令市、特別区に対し「パーマメント・ウエーブ用剤の目的外使用について」エステサロン、美容院等において、まつ毛に使用しないよう周知及び適正な実施の確保を図るよう通知が出された（平成16年9月）。また、厚生労働省より「いわゆる『まつ毛パーマ液』の取り扱いについて」頭髪用以外の用途を謳ったものは無承認無許可の医薬部外品であるため、製造者等に対する監視指導の徹底を図るよう通知が出された（平成16年9月）。

⑧揚げ物調理における食用油の発火

公表日：平成16年10月6日

要望等：揚げ物用食用油の種類や使用状況によって発火温度等が異なることがわかったため、消費者に安全な使い方をアドバイスするとともに、業界及び行政にわかりやすい表示と情報提供をするよう要望した（平成16年10月）。

効果等：総務省消防庁より各都道府県及び東京消防庁・各指定都市消防長宛に「揚げ物調理における食用油の発火」のテスト結果を火災予防上の参考にするよう通知が出された（平成16年10月）。また、（社）日本植物油協会より、使い方により発火までの時間が異なるなどの注意を、ホームページ等で啓発する旨の回答があった（平成16年10月）。また、少量の油で揚げる場合や特定の成分を調整した油を使用する場合などについて、消費者に対し注意喚起がなされた（平成16年10月）。

⑨エアゾール式簡易消火具

公表日：平成16年10月6日

要望等：「天ぷら油火災」に使用すると、炎が非常に大きくなり危険なものがあったので、エアゾール式簡易消火具の選び方を消費者にアドバイスするとともに、業界に販売の再検討などを要望した。また、環境負荷が大きいなど問題が多い「ハロン」や「代替フロン」を消火薬剤に用いている製品が輸入販売されていることの是非について、業界及び行政に対し早急な対策を要望した（平成16年10月）。

効果等：総務省消防庁より各都道府県及び東京消防庁・各指定都市消防長宛に「エアゾール式簡易消火具の取扱い等について」鑑定マークを引き続き推奨すること、ハロン等は大気中に放出しないこと、ハロン及び代替フロンを使用したものは「天ぷら油火災」に有効でないことに留意するよう通知が出された（平成16年10月）。また、（社）日本通信販売協会が、一部の輸入品については「天ぷら油火災に使用すると、炎が吹き上がり非常に危険なものがあった」というテスト結果を受け、同種の商品を扱っている場合は厳重に注意するよう、会員各社に対し注意喚起を行った（平成16年10月）。

⑩電気カーペット

公表日：平成16年11月5日

要望等：低温やけどや熱中症にならないように消費者にアドバイスするとともに、本体や取扱説明書に熱中症に関する注意表示の記載がなかったため、記載するよう業界に要望した（平成16年11月）。

効果等：(社)日本電機工業会より、電気カーペットの誤った使用方法によっては、脱水症状にとどまらずに熱中症になる可能性もあると判断し、安全表示を改定する旨の回答があった（平成17年2月）。

⑪ハロゲンヒーター

公表日：平成16年11月5日

要望等：パラボラ型製品での熱集中によるやけどや、テレビなどのリモコンでの誤動作、転倒時の安全機構の問題点を消費者にアドバイスするとともに、設計の再検討等を業界に要望した。また、ハロゲンヒーターのガラス管が破裂するなどの不具合が生じたものは、改善をするよう業界に要望した（平成16年11月）。

⑫防犯ガラス、防犯フィルムの性能

公表日：平成17年2月4日

要望等：防犯ガラスや防犯フィルムの防犯性能の有効性を消費者にアドバイスするとともに、より防犯性能の高い商品の開発と普及促進のため、商品の低価格化等を業界に要望した。一方、防犯フィルムの「打ち破り」試験でガラスからフィルムが剥がれたものがあったので、業界と行政に「官民合同会議※」の基準を満たすよう改善と指導を要望した（平成17年2月）。

※侵入犯罪の防止を図るため、警察庁や国土交通省、経済産業省、民間団体などで構成された「防犯性能の高い建物部品の開発・普及に関する官民合同会議」

効果等：警察庁、国土交通省、経済産業省、官民合同会議より、「打ち破り」試験でフィルムが剥がれたものについて、各ホームページで注意喚起が出された。

なお、新たな専門知識や技術などの研修、習得が一部不十分な例も見られたので、今まで以上に各種の研修や講習会に積極的に参加するなど一層の研鑽を図り、改善を行うこととした。

ii. テスト結果の提供

－年度計画内容－

テスト結果を、報道機関、ホームページ、テレビ番組、「たしかな目」、「国民生活」などを通じて迅速に情報提供する。

◎業務の概要

国民生活の安定及び向上に寄与するため、また、消費者被害の未然防止、拡大防止のため、テスト結果を記者説明会で新聞・テレビなどの報道機関に公表するとともに、当センターが提供するホームページ、テレビ番組、「たしかな目」、「国民生活」などを通じて迅速に情報提供している。

◎年度計画実施状況

テスト結果の公表は、記者説明会で行うと同時にホームページにも掲載した。また、テレビ番組や月刊誌「たしかな目」などにも、テスト内容を一般消費者にわかりやすく加工して速やかに情報提供した。

平成16年度に実施したテストの結果は、記者説明会の当日や翌日の新聞・テレビなどで、迅速に情報提供されたものがあった。また、記者説明会と同時にテスト結果をホームページに掲載した。その他、平成16年度以前に公表したもので、改めて情報提供されたものもあった。

各媒体を通じての情報提供実績は以下の通り：

①報道機関（新聞・TV等）による情報提供：107件

※新聞：72件、TV：35件

※新聞への掲載状況については別添資料18を参照

②雑誌・広報媒体等：17件

③当センターによる情報提供：45件

※たしかな目：12件、TV番組「ご存知ですか」：10件、

ホームページ：12件、国民生活：11件

iii. テストの課題設定及び成果に対する評価

－年度計画内容－

テストの課題設定及び成果については、商品テスト分析・評価委員会の評価を受け、その結果を業務に反映させる。

◎業務の概要

テストの課題設定及び成果については、商品テスト分析・評価委員会を実施し、その結果を業務に反映させる。

◎年度計画実施状況

食品、化学品、家電・住生活品、車両関連等各専門分野の学識経験者を委員とする商品テスト分析・評価委員会を29回開催して評価を受け、商品テストデザイン及びテスト結果に反映させるのと同時に、今後実施するであろう同種のテストについてのノウハウ蓄積を行い、テスト業務の充実に繋げた（委員名簿については別添資料41を、委員会及び分科会実施状況については別添資料42を参照）。

（主な助言とテストデザイン及びテスト結果等への反映）

- ①「メリロートを含む『健康食品』」のテスト結果について、商品名にメーカー名を付加するとメーカーに対する制裁となり問題となることがあるなど、表現に関する様々な問題点のアドバイスを受け、報告書に反映させた。
- ②「洗濯乾燥機の実使用性」のテスト結果について、テストに使用した衣類は乾燥機での使用が不適當なため、運転時間が長くなった可能性があるとの指摘を受けた。このため、当該衣類を他のものに交換して運転時間等の確認を行った。消費者がこの商品を使いこなせるよう使い方のコメントを記載すべきとのアドバイスを受け加筆した。
- ③平成16年度実施予定のテスト品目の課題設定について、「効果のない健康食品は非常に難しいが実施可能か検討すべき」、「実使用を想定したテストを実施する場合、問題となることもあるので試験方法や問題提起の仕方を十分検討すべきである」、「消費者への情報提供はテレビ、新聞等を通じて

直接伝えることが大事で、いろいろな媒体を有効に使うこと」等の意見を
受け、テストデザイン等に反映させた。

- ④「豆腐の品質と衛生」のテスト結果について、遺伝子組換え大豆の検出を
コメントするときは、安全性の観点ではなく「不使用」と表示されている
ものからどうして検出したのかを記載した方がよい。また、イソフラボンの
身体への影響は、種類などにより異なるので文献を引用した方がよいと
のアドバイスを受け、報告書に反映させた。
- ⑤「まつ毛パーマ液の成分」のチオジグリコール酸量の測定方法について、
アドバイスを受け再試験を行った。また目に対する影響という観点から液
性（アルカリ剤）の影響が大きいとの指摘を受け加筆した。
- ⑥「揚げ物調理における食用油の発火」のテストデザインについて、揚げ物
調理時の発火のメカニズムなどに関する助言のほか、発火点は点火源によ
って異なることや発火の判別方法などのアドバイスを受け、テストに反映
させることとした。また、テスト結果については、「発火」「引火」「火がつ
く」という言葉の使い分けを適切に行うこと。また、まとめ方は、微細な
データの差異にとらわれず、消費者への注意情報を主体にすべきとのアド
バイスを受け、報告書中の表現を改めるとともに、グラフや図を多く用い
てわかりやすくなるように修正をした。
- ⑦「エアゾール式簡易消火具」のテストデザインについて、消火能力のテスト
方法は日本消防検定協会の鑑定試験方法を参考にするようアドバイスを受
け、テストに反映させることとした。また、ハロンや代替フロンを消火薬
剤に使用した消火具は、環境問題や有毒ガス発生の危険性があるため、
専門機関でもテストは実施しておらず、テストの実施は再考すべきとのアド
バイスを受け、調査に留めることとした。また、テスト結果については、
消火薬剤にハロンを用いた製品等については、販売そのものの是非を業界
に、規制化などを行政に、各々要望すべきであるとのアドバイスを受け、
それぞれに要望することとした。
- ⑧「電気カーペット」のテスト結果について、乳幼児や高齢者など、熱中症
に弱い人に関する注意喚起が必要であるとのアドバイスを受け、業界に要
望することとした。また、テストデータをもう少し医学的な見地からコメ
ントした方がよいというアドバイスを受け、報告書に反映させた。
- ⑨「ハロゲンヒーター」のテストデザインについて、繰り返し耐久試験による
ヒーターのガラス管破裂の再現テストは、電源が切れたのち、製品が十分
に冷えてから次の電源投入がされる条件でテストを設計すればよいとの
アドバイスを受け、テストに反映させることとした。また、耐衝撃試験に
ついては J I S 9 2 0 2 にある、野球の軟球を用いた試験方法の方が適し
ているとのアドバイスを受け、テストに反映させることとした。また、テ
スト結果については、反射板（パラボラ形状）による熱集中や転倒時の危
険性などは重要なので消費者へのアドバイスとしては優先度が高いことや、
転倒試験結果は、J I S と電気用品安全法とで評価が多少異なるので注意
が必要であり、本体各部の温度も法的な問題よりも使用上の注意としてと
らえた方がよいとのアドバイスを受け、報告書に反映させた。

- ⑩「防犯ガラス、防犯フィルムの性能」のテストデザインについて、防犯ガラスはタイプ（仕様）により性能差はあるが、仕様が同じならメーカー間に差はないとのアドバイスを受け、対象銘柄の選定に役立てた。また、防犯フィルムは厚いので、一般消費者が施工するのは難しく、また施工の良否が強度に影響する旨の指摘を受け、厚いタイプの防犯フィルムの施工は専門の業者に依頼することとした。また、テスト結果について、防犯フィルムの「打ち破り試験」でフィルムが剥がれた原因が特定できていないので、フィルムメーカー指定店が施工したもので再テストの必要があるという指摘により確認したところ、同様の結果であった。
- ⑪「電動アシスト自転車」のテスト結果について、自転車である「電動アシスト自転車」と、原動機付自転車である「自走機能付自転車」を区別してまとめないと、消費者に誤認を与えるというアドバイスを受け、報告書の構成を修正した。また、「自走機能付自転車」という名称はわかりにくいので、検討した方がよいとのアドバイスを受け、「ペダル駆動付の原動機付自転車」と訂正した。さらに、10km 走行当たりのコストは、充電にかかる電気代だけでなく、バッテリー価格を含んだコストも記載すべきとのアドバイスを受け、テスト結果に反映させた。
- ⑫「虫よけ剤」のテストデザインについて、医薬部外品はディート濃度が様々で使用者の年齢に対応して作られていると思われることから、テストは使い方、特に子供への使用がポイントになる、とのアドバイスを受け、テストに反映させることとした。また、消費者アンケートは、「効果の有無や子供への使用実態が把握できるとよい」などの意見をアンケート調査に反映させることとした。また、テスト結果については、各メーカーで想定している使用量等に大きな差があるとの調査結果だが、各メーカーがその根拠を有しているのかどうかを含めて情報化すべきではないか、また粒子径が小さいものでは吸入の危険性が高くなることへの注意喚起を行うべきである、等のアドバイスを受け、それぞれ報告書に反映させることとした。なお、各メーカーの想定使用量と実際のテストで調べた使用量の結果の比較もすることとした。
- ⑬「アロエを使った『健康食品』」のテストデザインについて、アロエには医薬品に使用されるものなど様々な種類があるが、慣例的に食品扱いとなっているキダチアロエにも下剤成分であるバルバロインが入っている、また、キダチアロエが原材料として使用されているかどうかは、キダチアロエ特有の成分を分析すればわかるとのアドバイスを受け、対象商品をキダチアロエのものを中心にする事とした。
- ⑭「センナ茎を使った『健康食品』」のテストデザインについて、6年前に実施した結果との対比もテストの重要なポイントである、またこの商品については表示の問題も大きいと思われる、とのアドバイスを受け、テストに反映させることとした。
- ⑮「自転車の夜間走行時の事故を防ぐために—自転車用ランプ等—」のテストデザインについて、LED（発光ダイオード）式のランプは被視認性が劣る旨のアドバイスを受け、モニターテストを行うこととした。また、LED式のランプは点灯してから安定するまでに時間がかかる旨のアドバイスを受け、照度（光度）測定時は約10分経過後に測定することとした。

⑩「幼児用玩具の安全性」のテストデザインについて、抗菌に関するテストを予定していたが、24ヶ月未満の子供用品には抗菌加工を施さないとの規定があるため、抗菌加工はあまりされていないのではないかとアドバイスを受け、衛生面や重金属の溶出にポイントを置いてテストを実施することとした。

⑪「卓上型食器洗い乾燥機」のテストデザインについて、湯で洗浄し、高温で乾燥することから衛生性はあまり問題とならないと思われるので、確認テスト程度で十分とのアドバイスを受けた。また、「手洗い」との費用比較で、本体価格以外に工事費用や分岐水栓の購入代も考慮する必要があるとのアドバイスを受け、テストに反映させることとした。その他、工業会の「手洗い」の定義が一般家庭の実状と異なっているようであれば指摘するようとのアドバイスを受け、検討することとした。

なお、専門性が極めて高いテスト項目などの場合、商品テスト分析・評価委員会の評価では不十分な例も見られた。別途、外部専門家へのヒアリング等をより充実させることとしたい。

(7) 調査研究

調査研究に関する中期計画は以下の通りである：

- 1) 国民生活の動向、消費生活に関する諸問題の中から消費生活に重大な影響を及ぼす問題について、P I O-N E Tなどセンターの収集した情報などを用いて調査研究を行い、国・地方の消費者政策の企画立案に資する
- 2) 調査研究結果について、広く国民の理解を促進する。
- 3) 調査研究の課題設定及び成果については、外部有識者による評価を実施し、その結果を業務に反映させる。

平成16年度においては、「訪問販売」「美容医療」「子どもの個人情報」「グループホーム」の4テーマについての調査研究結果を取りまとめ、報道機関等並びに当センター運営のホームページやテレビ番組、各種定期刊行物を通じて広く提供した。また、4テーマの内「美容医療」「グループホーム」については、問題性を踏まえ、行政や業界への要望や情報提供を行っている。また、時系列項目と特定項目（平成16年度の健康食品の利用意識・利用実態）からなる「国民生活動向調査」を実施し、昨今の健康に対する国民意識を世の中に知らしめた。

各々の調査研究結果については、外部の専門家・有識者を委員とする「調査研究業務に関する評価会合」によって評価が行われ、高い評価を得た。評価者からの意見等については、今後の調査研究業務に反映していく。

i. 各種調査研究

－年度計画内容－

国民生活の動向、消費生活に関する諸問題の中から消費生活に重大な影響を及ぼす問題について、P I O-N E Tなどセンターの収集した情報などを用いて調査研究を行う。

◎業務の概要

国民生活の安定及び向上に資するため、国民生活や消費者問題の実態などに関する調査研究を通し、問題解決の方策を明らかにするなど、施策等の提言に

つながる調査研究業務を行っている。

◎年度計画実施状況

終了した調査研究や実施予定の調査研究課題について、外部の専門家・有識者を委員とする「調査研究業務に関する評価会合」（学識経験者4名）を平成17年3月に開催した。その会合において、評価対象の調査研究について、調査研究実施者が目的、内容、成果等を説明し、その後、評価委員と調査研究実施者による意見交換を行い、それらを踏まえて、評価委員は、評価票に示された評価項目に従って評価を実施した。

平成16年度に実施した調査研究のテーマは以下の通り：

①国民生活・消費者問題に関する調査研究

○訪問販売業界等の自主ルールに係る問題点と改善策－苦情の実態等をふまえた提言－（平成16年7月）

－概要－

国民生活審議会及び消費者基本法で指摘しているように、事業者団体の自主ルールは事業者の勧誘活動や被害救済における事業者の社会的責任を明らかにし、消費者保護を推進する上で重要である。高齢者に家庭訪問販売による苦情が多数発生し、また、20歳未満の若者には通信販売による苦情が多いことから、家庭訪問販売及び通信販売に関する苦情の分析、訪問販売協会及び通信販売協会の自主ルールの問題点の分析、豪州と英国の事業者団体の自主ルールの把握等の調査結果を基に、自主ルールの改善に向け、次のような提言を行った（消費者法等を専門とする学識経験者からなる研究会を設置して調査研究を実施、委員長：松本恒雄一橋大学大学院法学研究科教授）。

〈基本的な考え方〉

- * 法令（特定商取引法）上に根拠を持つ団体である訪問販売協会及び通信販売協会は、消費者基本法の規定をふまえ、自主ルール策定を積極的に取り組む必要がある。
- * 被害が深刻な次々販売や過量販売、二次被害等に関しては、勧誘行為の規制や被害救済は従来と異なる視点で自主ルールに基づき厳格に対処すべき。
- * 実効性確保のため共同規制等の有効な仕組みを自主ルールの中に組み込む必要がある。
- * 自主ルールの運営団体は、アウトサイダーの問題のある行為については、公的機関に通報し、対応を求める体制をとること。通報を受けた公的機関は適切に対応することが必要。

〈日本訪問販売協会等の自主ルールの改善点を指摘〉

（日本訪問販売協会）

- * 法令違反等勧誘行為の問題性に応じて、全額返金などの救済を行うなど被害救済について改善が必要。
- * 高齢者や判断不十分者を狙いうちにした勧誘を規制する具体的なルールを設ける。
- * クーリング・オフについての説明責任を果たす。
- * 消費者の信頼を得るため、販売員の教育・研修制度等を充実させる等の改善が必要。

（日本通信販売協会）

- * 未成年者契約について親権者の同意の取り方等について、ルール

化する等の改善が必要。

日本訪問販売協会及び日本通信販売協会に対して上記の要望を行った。

○美容医療にかかわる消費者被害の未然防止に向けて（平成16年9月）

－概要－

「美容医療」は、相談者の年齢層も幅広く、雑誌広告などで活発な営業活動が展開されていることも相まって、消費者のニーズは益々増加することが考えられる。一方、契約に際しての情報提供に適正さを欠き、説明が不十分な契約が多いなど、適切な契約が行われていないとの消費者からの相談が多く、このまま推移することは消費者被害の増加を懸念させる。

この調査研究は、医師、法律の専門家からなる研究会（委員長漆畑修東邦大学医学部皮膚科助教授）を設置し、美容医療にかかわる消費者被害の現状と問題点の分析を行い、消費者被害の未然防止策について検討し、消費者向けのアドバイスとしてチェックリスト等を取りまとめた。

検討の結果、相談の現状と問題点として、相談の中で「美容医療」広告をきっかけとして医療機関へ出かけたケースが多く、広告が「美容医療」情報となっていることが明らかとなった。そこで雑誌広告を調査したところ、「無料相談」「低価格」「無痛」など、消費者に過度の期待を抱かせ、選択をゆがめるような適正さを欠く表現も多くみられた。また、医師や医療機関からの説明に関して、説明不足や適正を欠く情報が問題となるケースも多くみられた。

これらの結果をふまえ、被害の未然防止策をまとめた。

*「美容医療」関連の雑誌広告に関しては、消費者に過度の期待や誤解を与えない情報提供がなされるよう、関係機関での早急な改善が必要である。

*医師・医療機関は、消費者に対して「施術の限界」「施術のリスク」「副作用」「費用総額」などの必要な情報が提供された上で、消費者が自由に意思決定できるよう、関連機関の総合的な取り組みが重要とみられる。

*美容医療は消費者が受けるかどうかを含めて自ら選択して受ける全額自己負担の自由診療の医療である。消費者は医療機関に行くと、「すぐに」「その場で手術」を言われるケースも多いが、一旦家に持ち帰るなど、契約を決定するまでに、契約当事者として情報収集とチェックリストを参考に冷静な判断が必要である。

－要望等－

研究会での検討をふまえ、下記の要望を、関係機関へ概要を説明して要望書を提出。

*広告に関連し「美容医療」広告の適正化とチェック体制の充実へむけた取り組み

*美容医療事業者へは医師からのリスクも含めた施術の説明の充実、施術面での安全面と事後管理への配慮、経過説明等インフォームドコンセントの充実、など。

*要望先：厚生労働省医政局、公正取引委員会事務総局取引部

（社）日本雑誌広告協会、（社）日本美容医療協会、日本美容外科医師会

－効果等－

厚生労働省及び公正取引委員会より、以下の主旨の回答があった。「美容医療は活発な営業活動が展開されているが、その内容に関して問題が

あることの指摘、及び消費者への情報提供は重要であると認識しており、実態を参考に規制等に関して検討していく。」

○子どもの個人情報に関わる消費者トラブルとオンラインプライバシー保護のあり方に関する調査研究（平成17年3月）

－概要－

子どもの個人情報に係わる消費生活相談の分析を通して、トラブルの現状と特徴を明らかにし、子どもの個人情報を対象にして保護を図る試みに関して、日本における事業者団体等の個人情報保護ガイドラインにみられる諸規定、米国における「児童オンラインプライバシー保護法」の規定などを紹介しつつ、子どもの個人情報保護のための課題について整理・検討を行った。

子どもの個人情報に係る消費者トラブルの動向

- *子どもの個人情報に係る相談の急増が目立つ、平成14年度は300件、平成15年度には1,400件を超えた。
- *子どもの個人情報トラブルの第1位は「電話情報提供サービス」であり、子どもの個人情報に係る消費生活相談の8割以上（85.7%）をしめ、次いで「オンライン情報サービス」は5.6%である。

子どもの個人情報保護への対応の現状

- *事業者団体等が自主的に作成した個人情報保護ガイドラインには、子どもの個人情報に対する特別な配慮を規定している場合がある。また、認証マークの付与に際して子どもの個人情報保護への対応を審査項目に加えている場合がある。
- *米国のCOPPA「児童オンラインプライバシー保護法」(COPPA:Children's Online Privacy Protection Act of 1998) の場合は、a. 13歳未満の子ども、b. 子ども向けのあらゆるウェブサイトの管理者およびオンラインサービスの提供者、c. 子どもとその家族に関する個人情報、という点に対象範囲を具体的に限定したうえで法的規制を定めている。
- *COPPAの施行による影響として、子どもに対する注意を表示するサイトが増え、13歳未満の子どもは利用できない旨のプライバシー政策を表示するケースも増えた。違反した場合には高額な罰金が課されることもあり、COPPAの施行によりサイトの運営方法に影響を与えている。
- *COPPA違反に対しFTC（米国連邦取引委員会）は、事業者が自ら表明したプライバシー・ポリシーに違反した場合に、行政処分を課す権限を有する。

上記の検討の結果、課題について、次の5点を整理した。

- ・子どもに対する啓発・教育が必要
- ・子どもの個人情報を守る親の役割の発揮
- ・オンライン上での取得に当たってのサイトの工夫
- ・事業者団体等のガイドラインの普及と活用
- ・子どもの個人情報を守るためのルール整備が必要

－効果等－

個人情報保護法の完全実施の時期と重なり、メディアの関心も高く、随所で取り上げられた。消費者や関係事業者の啓発に役立つこと極めて大きかった。

○グループホームのサービスと消費者契約に関する調査研究（平成17年3月）

－概要－

判断能力の十分でない人や障害のある人が地域社会の中で暮らしていくためのグループホームが増えている。認知症高齢者グループホームは、12年3月は266か所であったが、17年1月には6,000か所を超えている。知的障害者グループホームは5,000か所近くに増え、精神障害者グループホームは1,000か所を超えている。これらホームは、入居者が10人未満であることから個別ニーズに合ったサービス提供が可能といわれる反面、消費者被害につながる要因があり、消費生活センターには、グループホームが提供するサービスの質への不満や解約、入居金、保証金、介護事故等に関する相談が寄せられている。そこで、グループホームにかかわる消費者被害の未然防止策と権利擁護のあり方を探るために、全国の認知症高齢者グループホーム、知的障害者グループホーム、精神障害者グループホーム5,670を対象に、16年10月、調査を実施した（有効回収数3,461、回収率61.0%）。

調査事項：契約前の見学、体験入居、契約書（重要事項説明書）の有無、契約書に署名する人、法定成年後見制度・任意後見制度・地域福祉権利擁護事業の利用、入居を判断する人、退去理由、自己評価の実施、第三者評価の実施、悪質商法の被害と救済、苦情への対応、損害賠償保険の請求、入居金等。

調査の結果、グループホームの情報を利用者が知り、選択することの問題点やホームが提供するサービスの品質や価格等の実態が明らかとなった。この結果を踏まえ、「グループホームの暮らしと権利擁護に関する研究会」（座長 田山輝明 早稲田大学法務研究科教授）として、次のような提言をまとめた。

＊見学は実施すべき、体験入居は極めて大切

- ＊世話がより楽な人を選ぶことはしないようにしてほしい
- ＊可能な限り利用者本人の意思に基づく契約締結を尊重すべき
- ＊ホーム関係者は研修等を通じて成年後見制度を理解し普及につとめてほしい
- ＊評価やオンブズマン制度を導入し、社会に開かれたホームの実現を
- ＊利用者の意思が反映された介護・援助計画の作成を
- ＊入居者のプライバシーについて真剣に考えてみる必要がある
- ＊入居金、保証金・敷金については、明示しておくべき
- ＊介護、援助の質の向上には、専門職の育成、十分な対価が必要
- ＊事故を未然に防ぐには、コミュニケーションを図ることが不可欠

－要望等－

厚生労働省老健局、社会・援護局に調査結果の概要と提言を説明し、要望書を提出した（平成17年3月）。

－効果等－

要望に対し、厚生労働省より以下の回答があった。

「地域社会の中で暮らしていくためのグループホームは重要であり、時宜にかなった調査結果である。介護保険法改正、障害者自立支援法の制定、制度改正に役立てる。利用者中心のサービスのシステム、運営基準、報酬などを決定していく上で、実態を参考にする。」

②国民生活動向調査（平成16年度第35回、平成17年3月）

国民生活動向調査は、昭和46年以降毎年実施しており、消費者相談の多い事柄や社会問題となっている事象を特定テーマとして取り上げると同時に、消費者をとりまく環境や消費者意識の変化をとらえるために、「生活センターの周知度」などほぼ同一の項目を毎年、調査している（時系列テーマ）。

調査対象は全国の大都市に居住する20歳～69歳主婦、3,000名、有効回収数1,899（63.3%）。調査の結果、次のようなことが明らかになった。

健康食品をめぐる主婦の意識と行動〈特定テーマ〉

- * 気になる健康情報は、半数近くが生活習慣病と答え、肥満、老化が続く。
- * 7割近くは「健康食品」の使用経験があり、4分の1が「ほとんど毎日使用」している。
- * 健康食品購入の「勧誘を受けた経験がある」は7割強。
- * 使用して「体の調子が悪くなった」人もいる（1.5%）。
- * 年齢が高いほど購入費用も高くなる。60代の1割強は、月に1万円以上購入。
- * 事業者へ望むことは「安全性の確保」が8割、「安全性に問題があった時の迅速な情報提供*回収」が5割を超えている。

商品やサービスへの不満、被害等〈時系列テーマ〉

- * 「商品やサービスに対する不満、被害あり」は4割強。
- * 苦情の持込率は52.8%、苦情の持ち込み先として消費生活センターなどの相談窓口は5.3%となり、12年の2.9%から毎年漸増している。
- * 消費生活センターに取り組んでほしい業務は「苦情や相談への対応の充実」が7割を占め、始めて1位となった。
- * 「個人情報保護に関する法律」の周知度は14.7%。

架空請求を受けた経験と対応〈最近の消費者問題〉

- * 架空請求を受けた人（13.5%）は、前回（3.5%）より10ポイント増えている。
- * 年齢に関わりなく架空請求を受けており、半数は請求金額が1万円以上。
- * 請求を受けた人のうち、8割弱が「無視」しているが、「業者へ返信、問い合わせた」人（5.1%）や「支払った」人（1.2%）もいる。

季刊誌「国民生活研究」（消費者問題や生活問題に関する当センター内外の研究者の研究論文等を掲載している）を6月、9月、12月、3月に発行した。

なお、各調査研究の公表に関する新聞記事（掲載された主要なもののみ）については、別添資料18を参照。

ii. 調査研究結果及び調査研究課題に対する評価

－年度計画内容－

終了した調査研究や実施予定の調査研究課題について、外部有識者による評価を実施する。

◎業務の概要

調査研究の課題設定及び成果について、外部有識者による評価を実施し、その結果を今後の業務に反映させる。

◎年度計画実施状況

平成16年度に実施した調査研究4テーマについて、調査研究業績評価会合を設け、次の評価委員4名の評価を受けた。

阿部 一知 東京電機大学工学部教授
原 早苗 金融オンブズネット代表
坂東 俊矢 京都産業大学大学院法務研究科教授
御船美智子 お茶の水女子大学生生活科学部教授

「調査研究の目的の妥当性」「調査研究結果の内容」「研究成果の貢献」の視点から評価が実施され、概ね次のような良好な評価であった。

◇調査研究の目的の妥当性

4テーマとも、極めてタイムリーな問題であるとともに、社会的にも緊急度のある課題であり、社会的ニーズからみて妥当である、との評価を受けた。

◇調査研究結果の内容

質の高い研究成果が出ているとの評価がなされた一方、調査結果と市場、消費者行動、消費者契約等現行法制度との更なる関連分析を期待する、との指摘もあった。

◇研究成果の貢献

消費者問題として拡大が考えられる課題を取り扱っており、貢献度が高く消費者問題の改善に対してインパクトがあるとの評価を受けた。研究成果をどのように改善のインセンティブに結び付けていくかを深める必要があるとの指摘もあった。

また、4テーマの総合評価（5点法換算）は4.5となっており、高い評価を得ている。

◇調査研究課題

平成17年度予定の3テーマ（①高齢者居住施設をめぐる消費者問題に関する調査研究、②食品関連企業の消費者対応に関する調査研究、③多重債務問題と消費者被害の未然防止に関する調査研究）の目的、調査内容を評価会合において説明した。

評価委員からは、関係の政策とそれを取り巻く環境が急速に変化する中であって、消費者ニーズにあった適切な問題設定であるとの指摘であった。

4人の外部有識者からの各調査研究に対する主なコメントについては、別添資料4-4を参照。

3. 予算（人件費の見積もりを含む。）、収支計画及び資金計画

別紙1から別紙3の通り。

4. 短期借入金の限度額

該当なし。

5. 重要な財産の処分等に関する計画

該当なし。

6. 剰余金の使途

該当なし。

7. その他内閣府令で定める業務運営に関する事項

(1) 施設・設備に関する計画

該当なし。

(2) 人事に関する計画

1) 方針

—年度計画内容—

業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努める。

◎業務の概要

中期計画の期末職員数を123人とするため、業務運営の効率化に努める。

◎年度計画実施状況

年度計画通り、業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努めた。

また、業務運営の効率化及び各事業への適正人員配置のために、年度当初に組織改編を行い、重点業務への人員のシフトを行うとともに部署間の連携を強化した。主な改善点は以下の通り：

◇総務企画部企画広報課、総務企画部調査室、研修生活研究部の各部署で行っていた調査研究業務を統合し、実践的な調査研究を重視する観点から相談業務を担う部門の配置とした（相談調査部調査室の設置）。

◇情報システムの管理については、P I O - N E Tの管理（旧消費者情報部）、ホームページ等サーバー管理（旧普及交流部）、構内L A N管理（企画広報課）と各部に跨っていたものを情報管理部門に統合して集中管理を行うことにした（システム管理室の設置）。

◇管理部門で実施していた広報業務及びN P Oとの交流は普及交流業務と統合してホームページの運営、出版業務等とともにセンター情報を一元化して発信することとした（広報室の設置）。

また、職員の資質向上と業務の効率化に資するため、財務省「予算編成支援システム」、環境省「VOCs分析」、社会経済生産性本部「メンタルヘルス推進支援セミナー」等で訓練や研修を受けたほか、「司法制度改革と仲裁ADR」「個人情報保護法と相談対応」「特殊クレーマー対応と個人情報問題」「WebアクセシビリティJIS規格」「スタイルシートによるホームページの作成」等各種講習会に参加して研鑽を図った。

2) 人員に係る指標

－年度計画内容－

期末の常勤職員は、期首の126人以内とする。

◎業務の概要

中期計画の期末職員数を123人とするため、当該年度末の職員数においても常勤職員数の抑制に努める。

◎年度計画実施状況

年度末の常勤職員の数をもとに116人とした。(注)

また、現行業務の実施体制を確保しつつ、中期計画期末職員数の増加を抑制する観点から2年間の任期付職員1名の採用を行った。

なお、現行の規程においては、満60歳となる日の属する月の月末が定年となっているが、業務執行の観点から、年度末定年への移行が検討される所であり、平成18年度に導入すべく細部を詰めている。

(注) 年度末定年換算で120人

(3) 積立金の処分に関する事項

該当なし。

－以 上－

平成16年度の年度計画に沿った予算の計画額及び決算額は以下の通りである。

平成16年度予算

(単位：百万円)

区 別	計 画 額	決 算 額	差 額
収入			
運営費交付金	2, 5 2 0	2, 5 2 0	0
事業収入等	2 5 3	2 2 0	3 2
その他の収入	2 6	0	2 6
前年度からの繰越金	2 1	2 1	0
計	2, 8 2 0	2, 7 6 2	5 8
支出			
業務経費	1, 0 9 2	9 8 1	1 1 0
一般管理費	2 6 4	2 5 9	4
人件費	1, 4 3 9	1, 4 0 7	3 1
その他の支出	2 6	0	2 6
計	2, 8 2 0	2, 6 4 8	1 7 2

(注) 各欄積算と合計欄の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

【計画額の説明】

1. 「前年度からの繰越金」は、平成15年度において、人事院勧告に基づき給与改善を行ったが、その影響額を平成16年度予算へ繰越し、その分を平成16年度運営費交付金で調整している。

【実績額の説明】

1. 収入の「事業収入等」の実績額が計画額に比し32百万円減少しているのは、図書雑誌出版収入が定期購読者の減少等により40百万円の減収となる一方、研修・宿泊収入が7百万円の増収となったためである。
2. 収入の「その他の収入」及び支出の「その他の支出」の実績額が0となっているのは、転貸資金貸付金の実績がなかったことにより、貸付金と貸付のための財源の借入金等がなかったためである。
3. 支出の「業務経費」の実績額が計画額に比し減少しているのは、経費の抑制によるもののほか、P I O - N E T機器整備費等の繰越等によるものであり、「人件費」は、退職者が予定より多かったことにより、新陳代謝による減額等が多かったためである。

平成15年度の年度計画に沿った収支計画の計画額及び実績額は以下の通りである。

平成16年度収支計画

(単位：百万円)

区 別	計 画 額	実 績 額	差 額
費用の部	2,796	2,619	177
経常費用	2,796	2,619	177
業務費	1,092	943	149
一般管理費	264	259	5
人件費	1,439	1,407	31
減価償却費	2	9	△8
財務費用	0	0	0
臨時損失	0	0	0
収益の部	2,796	2,619	178
経常収益	2,796	2,619	178
運営費交付金収益	2,541	2,389	152
事業収入等	253	220	33
資産見返運営費交付金戻入	2	9	△7
臨時利益	0	0	0
経常損失	—	0	0
目的積立金取崩	0	0	0
純損失	—	0	0

(注) 各欄積算と合計欄の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

【実績額の説明】

1. 費用の部の「業務経費」の実績額が計画額に比し減少しているのは、経費の抑制によるもののほか、P I O - N E T機器整備費等の繰越等があったためである。
2. 費用の部の「人件費」の、実績額が計画額に比し減少しているのは、退職者が予定より多かったことにより、新陳代謝による減額等が多かったこと等である。
3. 収益の部の「事業収入等」の実績額が計画額に比し減少しているのは、図書雑誌出版収入が定期購読者の減少等により40百万円の減収となる一方、研修・宿泊収入が7百万円の増収になったためである。

平成16年度の年度計画に沿った資金計画の計画額及び実績額は以下の通りである。

平成16年度資金計画

(単位：百万円)

区 別	計 画 額	実 績 額	差 額
資金支出	2,820	3,059	△240
業務活動による支出	2,794	2,631	163
投資活動による支出	24	53	△29
財務活動による支出	2	0	2
翌年度への繰越金	0	376	△376
資金収入	2,820	3,059	△240
業務活動による収入	2,773	2,749	24
運営費交付金による収入	2,520	2,520	0
事業収入等	253	229	24
投資活動による収入	2	0	△2
財務活動による収入	24	0	△24
前年度からの繰越金	21	310	△289

(注) 各欄積算と合計欄の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。