

平成20年度独立行政法人国民生活センター業務実績報告書

別添資料

資料番号	資 料 名 称	頁数
資料01	：国民生活センターのあゆみ	1頁
資料02	：独立行政法人国民生活センター中期目標	2～6頁
資料03	：独立行政法人国民生活センター中期計画	7～18頁
資料04	：平成20年度独立行政法人国民生活センター年度計画	19～28頁
資料05	：P I O－N E Tの構成・機能	29頁
資料06	：早期警戒指標の開発について（検討結果報告）	30～43頁
資料07	：「消費者トラブルメール箱」 月別受信件数	44頁
資料08	：「消費者トラブルメール箱」 商品・役務別受信件数等	45～46頁
資料09	：平成20年度発行の「月刊国民生活」 特集テーマ一覧	47頁
資料10	：「月刊国民生活」 読者アンケート	48頁
資料11	：「くらしの豆知識2009」にて取上げた情報一覧	49～50頁
資料12	：国民生活センターにおける相談処理の流れ	51頁
資料13	：平成20年度研修一覧	52～53頁
資料14	：都道府県別資格認定者数	54頁
資料15	：平成20年度商品テストの概要	55～65頁
資料16	：商品テスト分析・評価委員会委員名簿	66頁
資料17	：平成20年度 商品テスト分析・評価委員会及び分科会実施状況一覧	67頁
資料18	：外部試験機関へ委託したテスト	68～70頁
資料19	：商品テスト実施機関	71～75頁
資料20	：消費生活センターの商品テスト事例	76～78頁
資料21	：平成20年度決算額等（対前年度比較）	79～85頁

国民生活センターのあゆみ

昭和45年5月	国民生活センター法成立、公布
10月	国民生活センター発足(港区赤坂)、総務部・普及部・相談部・調査研究部・情報管理室で業務開始
46年4月	月刊「国民生活」創刊
9月	国民生活センター提供テレビ番組放送開始
10月	消費者行政職員研修・一般講座開始、ラジオ番組放送開始
47年3月	「くらしの豆知識」創刊
7月	港区高輪に新事務所竣工(赤坂より移転、現東京事務所)
49年11月	商品比較テスト開始
50年1月	消費生活相談員養成講座開始
54年10月	商品テスト部・研修部設置
55年3月	商品テスト・研修施設竣工(神奈川県相模原市、現相模原事務所)
56年2月	隔月刊誌「たしかな目」創刊
59年2月	消費者問題・企業トップセミナー開始
4月	「全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET:パイオネット)」運用開始
63年10月	「消費生活年報」創刊
平成2年10月	国民生活センター創立20周年(記念式典実施、「国民生活センター二十年史」刊行)
3年7月	消費生活専門相談員資格認定制度創設
6年4月	商品テスト3号棟竣工
7年6月	「生活ニューネット(パソコン通信)」一般公開
10月	「消費者苦情処理専門委員会」設置
10月	インターネットホームページ開設
10年10月	「生活ニューネット(ホームページ)」リニューアル
11年3月	家庭内事故解析棟竣工
12年4月	メールマガジン「生活ニューネットマガジン」配信開始
10月	国民生活センター創立30周年(記念シンポジウム開催、「国民生活センター中長期ビジョン」公表、「90年代の国民生活センターの歩み」刊行)
13年3月	研修施設に「IT講習室」竣工
14年4月	ホームページに「消費者トラブルメール箱」開設
4月	問題提起型テスト開始
7月	ホームページに携帯電話用(iモード対応)サイトを開設
8月	ホームページで「消費生活相談データベース」運用開始
12月	独立行政法人国民生活センター法成立
15年10月	独立行政法人国民生活センター発足
10月	特別顧問会議設置
16年10月	「くらしの情報交流プラザ」開設
17年4月	「全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET:パイオネット)」運営事業の国からの全面移管
4月	相談調査部に「個人情報相談窓口」開設
4月	消費生活相談情報の収集を迅速化するため「相談カード直接作成システム」導入
19年4月	「危害情報室」設置
20年4月	「国民生活」と「たしかな目」を統合し、「月刊国民生活」創刊
5月	独立行政法人国民生活センター法改正

独立行政法人国民生活センター中期目標

平成 20 年 2 月 29 日
内閣府国民生活局

独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）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提供及び調査研究を行う機関として、平成 15 年 10 月に、それまでの特殊法人から独立行政法人化された。そして、平成 16 年に、消費者保護基本法が消費者基本法に抜本改正され、同法第 25 条において、センターは、消費生活に関する情報の収集・提供や苦情処理のあっせん及び相談等の中核的機関としての役割が明確に位置付けられた。

消費者を取り巻く環境をみると、情報通信技術の発展、国際化等による消費生活の多様化・高度化が進み、消費者問題は多様化・複雑化し、消費者トラブルが増加している。また、最近の製品事故等を背景に国民の安全・安心に関する関心が高まっている。こうしたなかで、消費者が事業者に比べ情報の質・量及び交渉力において不利な立場にあることから、その格差を縮小するために、センターが、国民生活に関する様々な情報の収集・提供等を行うことが必要である。

したがって、センターが、独立行政法人化されてから平成 20 年 3 月までの最初の中期目標期間中の実績を踏まえ、平成 20 年 4 月からの新しい中期目標期間中に、引き続き、国、地方公共団体及び関係機関等と緊密に連携しつつ、国民生活に関する情報ネットワークの中核的機関として、その業務について、質の向上を図りつつ効率的かつ効果的に実施していくため、この目標を設定する。

1. 中期目標の期間

センターの中期目標の期間は、平成 20 年 4 月 1 日から平成 25 年 3 月 31 日までの 5 年とする。

2. 業務の効率化に関する事項

(1) 一般管理費（人件費を除く）について、毎年度、前年度比 3% 以上の削減を図る。業務経費については、毎年度、前年度比 1% の経費の効率化を図る。

(2) 総人件費については、「簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律」（平成 18 年法律第 47 号）等に基づき、人件費の削減について引き続き着実に実施するとともに、「経済財政改革と構造改革に関する基本

方針2006」(平成18年7月7日閣議決定)に基づき、人件費改革の取組を平成23年度まで継続するものとする。併せて、国家公務員の給与構造改革を踏まえた給与体系の見直しを進める。

(3) 給与水準について以下のような観点から検証を行い、これを維持する合理的な理由がない場合には必要な措置を講ずることにより、給与水準の適正化に速やかに取り組むとともに、その検証結果や取組状況については公表する。

①職員の在職地域や学歴構成等の要因を考慮してもなお国家公務員の給与水準を上回っていないか。

②事務所の所在地における地域手当が高いなど、給与水準が高い原因について、是正の余地はないか。

③国からの財政支出の大きさ、累積欠損の存在、類似の業務を行っている民間事業者の給与水準等に照らし、現状の給与水準が適切かどうか十分な説明ができるか。

④その他、給与水準についての説明が十分に国民の理解を得られるものとなっているか。

(4) 契約については、原則として一般競争入札等によるものとし、以下の取組により、随意契約の適正化を推進するものとする。

また、監事による監査において、入札・契約の適正な実施についてチェックを受けるものとする。

①センターが策定する「随意契約見直し計画」に基づく取組を着実に実施するとともに、その取組状況を公表すること。

②一般競争入札等により契約を行う場合であっても、特に企画競争や公募を行う場合には、競争性、透明性が十分確保される方法により実施すること。

(5) 保有資産の有効活用

①相模原事務所について、行政機関、大学、消費者団体等による積極的な利用促進を図るとともに、施設の企画・管理・運營業務について民間競争入札の対象とし、有効活用を図る。

②東京事務所において実施する業務を精査しつつ、移転を含め、その在り方を検討する。

3 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に関する事項

国、地方公共団体及び関係団体との適切な役割分担と緊密な連携を図りつつ、国民生活に関する情報ネットワークの中核的機関として、複雑多様化する国民のニーズに応じて一層適時適切に業務を実施することに重点を置きつつ、以下に掲げる課題に取り組むものとする。

(1) 消費生活情報の収集・分析

① P I O—N E Tの刷新

警戒すべき情報を早期に発見し、迅速な提供が行えるようにするために、業務の在り方を見直し、可能なものから早急に実施する。

全国消費生活情報ネットワーク・システム（P I O—N E T）を刷新し、苦情相談情報の収集期間の短縮と分析能力の向上を図る。P I O—N E T刷新システムの設計に当たっては、業務体系を再構築したうえで行う。

②「早期警戒指標」の整備

消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、新たな手口・悪質事例等を早期に明らかにする「早期警戒指標」を整備し、消費者や関係省庁、関係独立行政法人、地方消費生活センター等の関係機関等への迅速な情報提供を行う。

③事故情報データベース等の整備

事故情報データベース等を整備し、インターネットを活用する等、広範囲の消費者情報を収集するとともに、情報分析能力を強化する。入力された情報は、関係機関等とのネットワークを通じて、当該機関の保有する情報とともに速やかに共有する。

④調査研究

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情報を活用しつつ調査研究を行い、国・地方の消費者政策の企画立案に資するとともに、広く国民に情報提供する。

(2) 国民への情報提供

①報道機関等を通じた情報提供

P I O—N E Tに蓄積されている情報やセンターで処理された苦情相談を分析し、消費者に同種被害が多数発生している事例、深刻な被害事例等に関する情報を迅速に分析してとりまとめ、記者説明会を機動的に開催する。

②ホームページ、出版物、テレビ番組等による情報提供

ホームページ、出版物、テレビ番組等を通じて国民生活に関する諸問題に関する情報を適時適切に提供する。

(3) 苦情相談

①苦情相談

苦情相談業務について、直接相談を実施しつつ、弁護士、専門技術者等専門家の活用により地方消費生活センターからの経由相談の解決能力の向上を図る。

②個人情報の取扱いに関する苦情相談

個人情報の保護に関する法律の制定を受けて、円滑かつ的確な苦情処理を確保するため、政府全体の個人情報保護に関する基本方針の策定を踏まえつつ、個人情報の取扱いに関する苦情相談機能の充実強化を図る。

(4) 裁判外紛争解決手続の整備

消費者紛争の迅速・適正な解決と同種紛争の未然防止のために、国民生活センター法改正案の成立状況を踏まえ、裁判外紛争解決手続の導入に向け、所要の整備等を行う。

(5) 関係機関への情報提供

①地方消費生活センターへの情報提供

P I O - N E T の運営、苦情相談に係る緊急情報の提供、商品テストに係る技術協力、相談員の研修などを通じ、地方消費生活センターに対し情報提供を行う。

②行政機関等との情報交流

消費者利益を侵害する違法・不当行為の取締り等を行う行政機関等との間で緊密な情報交換を行い、法令に基づく迅速かつ厳正な行政処分等に資する。

③関係機関等との情報交換等を行い、連携を図る。

(6) 研修

①研修

地方消費生活センターの相談処理能力等を高めるため、消費生活相談員と地方公共団体の職員への研修に重点を置き、その充実を図る。

研修の実施に当たっては、各地の地理的条件に配慮して、地方都市においても実施する。

②消費生活専門相談員資格認定制度

資格取得者の資質・能力の維持・向上を図るため、消費生活センター等での実務に就いていない資格取得者が資格の更新を行う際に受講する講座を実施する。

消費生活専門相談員資格認定試験の実施に当たっては、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、地方都市においても実施する。

③市場化テストの実施

企業・消費者向けの教育・研修事業について官民競争入札を実施する。

(7) 商品テスト

①商品テストの実施

消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、消費者の生活実態に即して必要な商品テストを行うとともに、関係機関との連携強化、外部化を進め、企画立案業務を強化する。

②商品テストの実施機関情報の収集・提供

中核的機関として、商品テストの実施機関、実施状況等の情報を全国的に収集し、提供する役割を積極的に果たす。

(8) 関係省庁、関係機関との連携

内閣府が中心・中核となって、センターが行う業務全般に関して、関係省庁、関係機関との役割分担・連携等の具体的方策について、十分に協議した結果を踏まえ、適切に対応する。

4. 財務内容の改善に関する事項

「2. 業務運営の効率化に関する事項」で定めた事項について配慮した中期計画の予算を作成し、当該予算の範囲で業務運営を行うこと。

5. 中期目標の見直し

消費者行政推進会議及び国民生活審議会での検討結果等を踏まえて所要の検討を行い、本中期目標を見直すこととする。

独立行政法人国民生活センター中期計画

平成 20 年 3 月 28 日
(変更) 平成 20 年 11 月 17 日
(変更) 平成 21 年 3 月 12 日
独立行政法人国民生活センター

(序文)

独立行政法人通則法（平成 11 年法律第 103 号）第 29 条の規定に基づき、平成 20 年 2 月 29 日付けをもって内閣総理大臣から指示のあった独立行政法人国民生活センター中期目標を達成するため、同法第 30 条の規定に基づき、次のとおり、独立行政法人国民生活センター中期計画を定める。

(基本方針)

独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）は、国民生活の安定及び向上に寄与するため、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、消費生活情報の収集・提供等における中核的な機関として積極的な役割を果たす。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためにとるべき措置

(1) 一般管理費及び業務経費

- ・ 一般管理費（人件費を除く）については、毎年度、前年度比 3% 以上を削減、業務経費については、毎年度、前年度比 1% 以上の削減を行う。

(2) 人件費

- ・ 総人件費については、簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律（平成 18 年法律第 47 号）等に基づき、平成 22 年度の役職員に係る人件費の総額を平成 17 年度に比べて 5% 以上削減する。ただし、退職手当及び福利厚生費並びに平成 18 年度以降の人事院勧告を踏まえた給与改定分については、削減対象額から除く。また、国家公務員の給与構造改革を踏まえた見直しを実施する。さらに、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2006」（平成 18 年 7 月 7 日閣議決定）に基づき、国家公務員の改革を踏まえ、人件費改革を平成 23 年度まで継続する。

- (3) 給与水準については、職員の在職地域や学歴構成等の要因を考慮した国家公務員との給与水準差及び事務所の所在地における地域手当並びに国からの財政支出の大きさ等の観点から現状の給与水準が適切かどうか検証を行い、これを維持する合理的な理由がない場合には必要な措置を講ずることにより、給与水準の適正化に速やかに取り組むとともに、その検証結果や取組状況については公表する。

(4) 随意契約の見直し

- ・ 随意契約の適正化を推進するため、「随意契約見直し計画」に基づく取組を着実に実施するとともに、一般競争入札等により契約を行う場合には、競争性、透明性が十分確保される方法により実施する。また、監事による契約内容のチェックにより、入札・契約の適正な実施を図る。

(5) 保有資産の有効活用

- ① 相模原事務所について、行政機関、大学、消費者団体等による積極的な利用促進を図るとともに、施設の企画・管理・運營業務について平成21年度より民間競争入札の対象とし、有効活用を図る。
- ② 東京事務所において実施する業務を精査しつつ、移転を含め、その在り方を検討する。

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に関する目標を達成するためにとるべき措置

(1) 消費生活情報の収集・分析・提供

① P I O - N E T の刷新等

- ・ 苦情相談の受付から P I O - N E T 登録までの期間を抜本的に短縮するために、苦情相談情報の収集に関する業務体系を再検討し、消費生活センターの協力を得て、苦情相談の受付情報が作成され次第、即時に P I O - N E T へ登録する業務体系への転換を図る。
- ・ 上記業務体系の転換を図りつつ、平成19年度策定の P I O - N E T 最適化計画を基に P I O - N E T システムを刷新し、消費生活センターの協力を得て、平成22年度から運用を開始する。
- ・ P I O - N E T の「分類・キーワード」を平成20年度中に改定し、平成21年度からの運用に供するとともに、今後、キーワードに依存しない検索手法の採用も含めて検討する。

② 「早期警戒指標」の整備

- ・ 消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、新たな手口や悪質な手口、苦情相談が急増している事案などを抽出する業務の体制を見直し、これを早期かつ迅速に抽出するための「早期警戒指標」を平成20年度に開発し、これに基づく業務体制（監視・分析・情報提供等）を整備する。

③「事故情報データバンク」の整備

- ・ インターネットを活用して、商品やサービスに関連する事故情報をヒヤリ・ハット情報も含めて幅広く収集する「事故情報データバンク」を平成21年度までに構築する。
- ・ 「事故情報データバンク」に入力された情報は、関係機関等とのネットワークを通じて速やかに共有する。

④「消費者トラブルメール箱」の運用

- ・ インターネットを活用して、広く消費者からトラブル情報を収集するとともに、寄せられる情報のうち、多数案件や新規手口の案件など重要性の高いものについて、解決策や消費者へのアドバイスを年間50件以上ホームページ上で提供する。

⑤調査研究

- ・ 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情報を活用しつつ調査研究を行い、国・地方の消費者政策の企画立案に資するとともに、広く国民に情報提供する。

(2) 国民への情報提供の強化

①報道機関等を通じた情報提供

- ・ P I O－N E T等で収集される情報を迅速に分析してとりまとめ、記者説明会を機動的に開催することにより、年間50件以上の情報提供を行う。
- ・ 国民への情報提供に当たっては、悪質商法や製品事故などによる消費者被害の発生や拡大を防ぐ観点から、事業者名を含めた公表に積極的に取り組む。

②ホームページ、出版物、テレビ番組等による情報提供

ア. ホームページ

- ・ インターネット技術の動向、情報環境の融合の度合い等を踏まえつつ、ホームページ利用者の利便性の向上を図る。
- ・ 緊急性が高い問題については、必要とされる情報を迅速かつ的確に提供する。

イ. 出版物

- ・ 消費者問題の専門誌として「月刊国民生活」を創刊し、定期発行する。
- ・ 「月刊国民生活」について、内容の充実と満足度の向上を図るため、読者等への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。

- ・ 国民の日常生活の情報源として「くらしの豆知識」を年1回発行し、消費者情報の普及を図る。

ウ. テレビ番組

- ・ センターの情報を活用して、悪質な販売手口や製品事故等に関する情報を毎月2回以上定期的に放映する。
- ・ 放映された番組内容をホームページを通じて動画配信する。
- ・ 視聴者モニターに対するアンケート調査を実施し、5段階評価で平均4以上の満足度の評価を得る。

エ. 高齢者や障害者等への情報提供

- ・ 高齢者や障害者に加えて、それらの方々を支援する民生委員や介護関係者等を対象に、悪質商法や製品事故等に関するメールマガジン（高齢者版、子ども版）を発行する。
- ・ メールマガジン等の情報を活用した印刷物を作成し、民生委員や介護関係者、学校等に対して配布し、情報提供する。

(3) 苦情相談の充実・強化

① 苦情相談

ア. 経由相談

- ・ 専門的な相談の充実・強化を図るため、金融・保険、情報通信、特商法等の分野については、外部専門家、職員、相談員で構成するチーム制を敷く。
- ・ 全国的に共通性のある苦情相談については、消費生活センターと共同して、または移送を受けて、事業者との交渉を行い、相談の統一的な処理に取り組む。

イ. 直接相談

- ・ 消費者被害の実態を迅速に把握するセンサー機能を維持する観点から、消費生活相談員の高い資質の維持に努めつつ、引き続き直接相談を実施する。

② 個人情報の取扱いに関する苦情相談

- ・ 個人情報の取扱いについて、引き続き消費者から相談を受けるとともに、消費生活センターからの経由相談にも積極的に対応する。

(4) 裁判外紛争解決手続の整備

消費者紛争の迅速・適正な解決と同種紛争の未然防止のために、国民生活センター

法改正案の成立状況を踏まえ、裁判外紛争解決手続の導入に向け、所要の整備等を行う。

(5) 関係機関との連携

① 消費生活センター

- ・ 消費生活センターとの業務連絡等を迅速に行うため、P I O - N E T 業務のサポート用電子掲示板「消費者行政フォーラム（仮称）」の活用等、情報提供業務の在り方について見直しを行う。
- ・ 現在月 1 回提供している「消費生活相談緊急情報」を平成 2 1 年度中に月 2 回発行するとともに、緊急情報を速やかに提供するために、「消費者行政フォーラム（仮称）」に掲載する。
- ・ 情報提供の充実を図るため、「製品関連事故情報」の発行回数（現在は隔月発行）を順次増やして平成 2 1 年度中に毎月発行とする。また、情報提供の迅速性や利便性に資するために、平成 2 2 年度から「消費者行政フォーラム（仮称）」に掲載する。

② 国の行政機関

- ・ 消費者利益を侵害する違法・不当行為等について、事業者情報を含め、関係行政機関に対し、迅速に情報提供・要望を行う。
- ・ 苦情相談情報、危害・危険情報、商品テスト結果等の分析に基づいて、関係省庁等による消費者行政担当課長会議等の場を通じて、制度・施策の改善につながる政策提言等を行う。

③ 独立行政法人

- ・ 関連する独立行政法人との情報共有を進め、商品テスト、研修等に関し連携を図る。

④ 法令照会への対応

- ・ 裁判所、警察、弁護士会、適格消費者団体等からの法令に基づく照会に対して迅速かつ適切に対応する。

⑤ 情報公開

- ・ 情報公開請求に対して適切に対応する。

(6) 研修の充実

- ① 地方公共団体職員・消費生活相談員向け研修への重点化
 - ・ 消費生活センターの相談処理や啓発の能力を高めるため、地方公共団体の職員、消費生活相談員を対象とした研修に重点化を図ることとし、全研修コース数のうち、これらを対象とする研修を9割以上とする。
 - ・ 研修コース毎に、受講者に対するアンケート調査を実施するとともに、受講者を派遣した地方公共団体へのアンケート調査を実施する。アンケート調査の結果は研修内容の充実に活用するとともに、受講者および地方公共団体から5段階評価で平均満足度4以上の評価を得る。
- ② 消費生活専門相談員資格認定制度
 - ・ 消費生活センター等において相談業務に携わる相談員の資質・能力の向上等を図るため消費生活専門相談員資格の審査及び認定を行う。
 - ・ 各地の地理的条件に配慮した人材の供給を確保する観点から、全国15箇所以上で資格試験を実施する。
 - ・ 資格取得者の資質・能力の維持・向上を図るため、消費生活センター等での実務に就いていない資格取得者が資格の更新を行う際に受講する講座を平成20年度より実施する。
- ③ 消費者・企業向け研修への市場化テスト導入
 - ・ 消費者団体や企業の消費者対応部門の職員を対象とする研修の実施・運営については、平成21年度に官民競争入札を導入する。

(7) 商品テストの強化

- ① 生活実態に即した商品テストの実施
 - ・ 事故状況や使用条件を反映した商品テストを機動的かつ効率的に実施し情報提供するとともに、規格・基準の制定や改定等の政策提言を行い、重大製品事故や偽装表示などによる消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。
 - ・ 商品テスト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。
- ② 商品テストの効率的な実施
 - ・ 我が国全体として必要な商品テストが确实かつ効率的に実施されるよう、独立行政法人、研究機関、大学等の関係機関との連携を強化し、それぞれの機関が保有する専門的な知見や技術・技能等を活用するとともに、定型的な規格・基準に基づくテストや専門性の高いテストなどについて、試験研究機関等への外部

化を図る。また、消費生活センター等では対応が困難なテストの実施に努める。

③ 商品テスト実施機関の情報収集・提供

- ・ テスト実施機関が実施可能な対象商品や試験内容、保有する施設・機器などの情報を収集し、毎年度、ホームページを通じて情報提供する。
- ・ 消費生活センター等で実施した商品テスト情報を収集し、情報提供する。

(8) 中核機関としての役割強化

内閣府が中心・中核となって、センターが行う業務全般に関して、関係省庁、関係機関との役割分担・連携等の具体的方策について、十分に協議した結果を踏まえ、適切に対応する。

3. 予算（人件費の見積りを含む。）、収支計画及び資金計画

別紙1から別紙3のとおり

4. 短期借入金の限度額

- ・ 短期借入金の限度額は、7億円とし、運営費交付金の資金の出入に時間差が生じた場合、不測の事態が生じた場合等に充てるために用いるものとする。

5. 重要な財産の処分等に関する計画

- ・ 重要な財産の処分等に関する計画の見込みはない。

6. 剰余金の使途

- (1) 商品テスト業務に係る検査・分析機器等を充実させるための更新・整備
- (2) 情報の収集及び提供に係る高度情報化を図るための機器等の整備
- (3) 施設・設備の質的向上及び老朽化対応のための改修・整備

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

平成20年度～平成24年度

施設・設備の内容	予定額 (百万円)	財 源
東京事務所 耐震改修工事	354	施設整備費補助金

(注) 金額については見込である。

なお、上記のほか、業務の実施状況及び施設・設備の老朽化度合いを勘案した施設整備が追加されることがあり得る。

(2) 人事に関する計画

- ・ 業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努める。
- ・ 第1期中期計画に引き続き、職員の資質向上と業務の効率化に資するため、各種研修会に参加して研鑽を図る。

(3) 中期目標期間を超える債務負担

- ・ 中期目標期間中のセンター業務を効率的に実施するために、コンピュータの賃貸借について、次期中期目標期間にわたって契約を行うことがある。

(4) 積立金の処分に関する事項

なし

中期計画予算
平成20年度～平成24年度

(単位：百万円)

区 別	金 額
収 入	
運営費交付金	23,893
施設整備費補助金	354
自己収入	719
計	24,966
支 出	
業務経費	17,121
一般管理費	1,073
人件費	6,417
施設整備費	354
計	24,966

(注1) 各欄の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。

(注2) 運営費交付金収入及び業務経費には、平成20年度補正予算(第1号)により措置された「安心実現のための緊急総合対策」の消費者政策強化対策に係る経費及び平成20年度補正予算(第2号)により措置された「生活対策」の消費者政策強化対策に係る経費が含まれている。

【人件費の見積り】

期間中総額5,008百万円を支出する。

ただし、上記の金額は、役員報酬(非常勤役員給与を除く。)並びに職員基本給、職員諸手当及び超過勤務手当に相当する範囲の費用である。

【運営費交付金算定方式】

- ・ ルール方式とする。

【運営費交付金の算定ルール】

- ・ 毎事業年度の運営費交付金については、以下の数式により決定する。

運営費交付金＝人件費＋（業務経費＋一般管理費）× β （消費者物価指数）－自己収入＋ ε （特殊要因増減）

人件費＝（基本給等＋社会保険料負担金＋児童手当拠出金）× $\alpha 1$ × γ ＋退職手当

基本給等＝前年度の（役員報酬＋職員基本給＋職員諸手当＋超過勤務手当）

業務経費＝前年度の業務経費相当額× $\alpha 2$ × δ

一般管理費＝前年度の一般管理費相当額× $\alpha 3$

【注記】

人件費の効率化係数（ $\alpha 1$ ）：各事業年度予算編成過程において、当該事業年度における具体的な係数値を決定。

業務経費の効率化係数（ $\alpha 2$ ）：各事業年度予算編成過程において、当該事業年度における具体的な係数値を決定。

一般管理費の効率化係数（ $\alpha 3$ ）：各事業年度予算編成過程において、当該事業年度における具体的な係数値を決定。

消費者物価指数（ β ）：各事業年度予算編成過程において、当該事業年度における具体的な係数値を決定。

人件費調整係数（ γ ）：各事業年度の予算編成過程において給与昇給率等を勘案して、当該事業年度における具体的な係数値を決定。

政策係数（ δ ）：国民に対して提供するサービスへの対応への必要性、独立行政法人の評価委員会による評価等を総合的に勘案し、各事業年度の予算編成過程において、当該事業年度における具体的な係数値を決定。

特殊要因（ ε ）：法改正等に伴い必要となる措置、現時点で予測不可能な事由により、特定の年度に一時的に発生する資金需要

【中期計画予算の見積りに際し使用した具体的係数及びその設定根拠等】

- ・人件費の効率化係数（ $\alpha 1$ ）：平成20年度は前年度0.98、平成21年度以降は対前年度0.99と仮定した。
- ・業務経費の効率化係数（ $\alpha 2$ ）：中期計画期間中は、0.99と仮定した。
- ・一般管理費の効率化（ $\alpha 3$ ）：中期計画期間中は、0.97と仮定した。
- ・消費者物価指数（ β ）：中期計画期間中は1.00と仮定した。
- ・人件費調整係数（ γ ）：平成20年度は1.00559、平成21年度以降は1.00と仮定した。
- ・政策係数（ δ ）：平成20年度は1.0755954、平成21年度以降は1.00と仮定した。

収支計画
平成20年度～平成24年度

(単位：百万円)

区 別	金 額
費用の部	24,728
経常費用	24,728
業務経費	16,849
一般管理費	1,073
人件費	6,417
減価償却費	388
財務費用	0
臨時損失	0
収益の部	24,728
運営費交付金収益	23,621
自己収入	719
資産見返運営費交付金戻入	388
臨時利益	0
純利益	0
目的積立金取崩額	0
総利益	0

(注) 各欄の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。

資金計画
平成20年度～平成24年度

(単位：百万円)

区 別	金 額
資金支出	24,966
業務活動による支出	24,340
投資活動による支出	626
財務活動による支出	0
次期中期目標期間への繰越金	0
資金収入	24,966
業務活動による収入	24,612
運営費交付金による収入	23,893
自己収入	719
投資活動による収入	354
施設整備費補助金による収入	354
財務活動による収入	0
前期中期目標期間よりの繰越金	0

(注) 各欄の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。

平成 20 年度 独立行政法人国民生活センター年度計画

平成 20 年 3 月 31 日
(変更) 平成 20 年 1 月 28 日
(変更) 平成 21 年 3 月 13 日
独立行政法人国民生活センター

独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）は、中期計画に定めた業務の実施について、独立行政法人通則法（平成 11 年法律第 103 号）第 31 条の規定に基づき、平成 20 年度の業務運営に関する計画（以下「年度計画」という。）を以下のとおり定める。

1. 業務運営の効率化に関する目標を達成するためとるべき措置

(1) 一般管理費及び業務経費

- ・ 一般管理費（人件費を除く）については、前年度比 3%以上、業務経費については、前年度比 1%以上の経費の削減を行う。

(2) 人件費

- ・ 総人件費については、簡素で効率的な政府を実現するための行政改革の推進に関する法律（平成 18 年法律第 47 号）等に基づき、5 年間で 5%以上削減（退職手当及び福利厚生費並びに人事院勧告を踏まえた給与改定分を除く。）する計画の着実な実施を行うとともに、役職員の給与に関し、国家公務員の給与構造改革を踏まえた見直しを実施する。さらに、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針 2006」（平成 18 年 7 月 7 日閣議決定）に基づき、国家公務員の改革を踏まえた人件費改革を継続する。

(3) 給与水準

- ・ 給与水準については、国家公務員との給与水準差等の観点から現状の給与水準が適切かどうか検証を行い、その検証結果を踏まえた取組状況について公表する。

(4) 随意契約の見直し

- ・ 随意契約の適正化を推進するため、「随意契約見直し計画」に基づく取組を着実に実施するとともに、一般競争入札等により契約の競争性、透明性を十分確保し、入札・契約の適正な実施を図る。

(5) 保有資産の有効活用

- ・ センターの保有する施設の有効活用等を図るため、相模原事務所について、関係機関と調整し、民間競争入札を実施するとともに、東京事務所の在り方を検討する。

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に関する目標を達成するため

とるべき措置

(1) 消費生活情報の収集・分析・提供

① P I O-N E Tの刷新等

- ・ 苦情相談の受付からP I O-N E T登録までの期間を抜本的に短縮するために、消費生活センターからの苦情相談情報の収集方法について再検討を行い、消費生活センターの意見等も踏まえて調整した上で、検討結果を仕様書（要件定義書）に反映させる。
- ・ 内閣府の「P I O-N E T追加配備実施要綱（平成20年11月28日付）」に基づき、都道府県を通じて全自治体に対して「P I O-N E T追加配備要望調査」を実施し、その結果をもとに配備先を決定した上で、追加配備を行う。
- ・ 平成19年度策定のP I O-N E T最適化計画に基づき、上記の業務体系の再検討を踏まえた仕様書（要件定義書）を作成し、調達手続き（入札）を行い、システム開発を開始する。
- ・ 平成19年度に検討を行ったP I O-N E Tの「分類・キーワード」の改定案を取りまとめ、これに対する消費生活センターの意見も踏まえた上で関連するマニュアルの改定版を作成し、全国の消費生活センターに配布する。

② 「早期警戒指標」の整備

- ・ P I O-N E T情報を直接検索した結果を人の手で分析して問題性を抽出するこれまでの方法を見直し、P I O-N E T情報から「早期警戒指標」を作成するため、外部有識者を含めて検討を行うとともに、指標値に基づく定期的な監視・分析のための手法を開発する。

③ 「事故情報データベース」の整備

- ・ 事故情報データベースの構成と運用方針について、内閣府と協議を行うとともに、P I O-N E Tを含む類似の情報収集システムに関する情報を収集し、事故情報データベースが備えるべき機能について、外部有識者の意見も聴取しつつ仕様書を作成し、システム開発を開始する。
- ・ 内閣府を通じて関係省庁との間で、入力される情報の共有方法等と関係省庁の保有する事故情報の共有化について協議を行い、一定の結論を得る。

④ 「消費者トラブルメール箱」の運用

- ・ インターネットを活用して、広く消費者からトラブル情報を収集するとともに、寄せられる情報のうち、多数案件や新規手口の案件など重要性の高いものについて、解決策や消費者へのアドバイスを年間50件以上ホームページ上で提供する。

⑤ 調査研究

- ・ 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情報を活用しつつ調査研究を行い、国・地方の消費者政策の企画立案に資するとともに、広く国民に情報提供する。

(2) 国民への情報提供の強化

①報道機関等を通じた情報提供

- ・ P I O - N E T等で収集される情報を迅速に分析してとりまとめ、記者説明会を機動的に開催することにより、年間50件以上の情報提供を行う。
- ・ 国民への情報提供に当たっては、悪質商法や製品事故などによる消費者被害の発生や拡大を防ぐ観点から、事業者名を含めた公表に積極的に取り組む。

②ホームページ、出版物、テレビ番組等による情報提供

ア. ホームページ

- ・ コンテンツの迅速な追加・更新、既存コーナー運用方法の見直し等により、ホームページ利用者の利便性の向上を図る。
- ・ 緊急性が高い問題については、必要とされる情報を迅速かつ的確に提供する。

イ. 出版物

- ・ 消費者問題の専門誌として「月刊国民生活」を創刊し、定期発行する。
- ・ 「月刊国民生活」について、内容の充足と満足度の向上を図るため、読者等への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。
- ・ 国民の日常生活の情報源として「くらしの豆知識」を年1回発行し、消費者情報の普及を図る。

ウ. テレビ番組

- ・ 国民生活センターの情報を活用して、悪質な販売手口や製品事故等に関する情報を毎月2回以上定期的に放映する。
- ・ 放映された番組内容をホームページを通じて動画配信する。
- ・ 視聴者モニターに対するアンケート調査を実施し、5段階評価で平均4以上の満足度の評価を得る。

エ. 高齢者や障害者等への情報提供

- ・ 高齢者や障害者に加えて、それらの方々を支援する民生委員や介護関係者等を対象に、悪質商法や製品事故等に関するメールマガジン（高齢者版、子ども版）を発行する。
- ・ メールマガジン等の情報を活用した印刷物を作成し、民生委員や介護関係者

等に対して配布し、情報提供する。

(3) 苦情相談の充実・強化

①苦情相談

ア. 経由相談

- ・ 専門的な相談の充実・強化を図るため、金融・保険、情報通信、特商法等の分野については、外部専門家、職員、相談員で構成するチーム制を敷く。
- ・ 全国的に共通性のある苦情相談については、消費生活センターと共同して、または移送を受けて、事業者との交渉を行い、相談の統一的な処理に取り組む。

イ. 直接相談

- ・ 消費者被害の実態を迅速に把握するセンサー機能を維持する観点から、消費生活相談員の高い資質の維持に努めつつ、引き続き直接相談を実施する。
- ・ 土日祝日に相談窓口を開設するための体制について検討を行い、所要の準備を行う。

②個人情報の取扱いに関する苦情相談

- ・ 個人情報の取扱いについて、引き続き消費者から相談を受けるとともに、消費生活センターからの経由相談にも積極的に対応する。

(4) 裁判外紛争解決手続の整備

消費者紛争の迅速・適正な解決と同種紛争の未然防止のために、国民生活センター法の改正を踏まえ、裁判外紛争解決手続を整備する。

(5) 関係機関との連携

①消費生活センター

- ・ P I O－N E Tの安定的運用に資するため、P I O－N E T運営に関する情報を随時「消費者行政フォーラム（仮称）」に掲載するとともに、「消費生活相談緊急情報」を発行する都度「P I O－N E Tつうしん」として再掲載する。
- ・ 月1回提供している「消費生活相談緊急情報」を引き続き発行するとともに、緊急情報を速やかに提供するため、「消費者行政フォーラム（仮称）」等に適宜、掲載する。併せて平成21年度より月2回発行するための準備を行う。
- ・ 「製品関連事故情報」については、平成21年度からの毎月発行に向けた準備を進めるとともに、平成20年度の後半は試験的に臨時版などを発行し、年度内で8回以上発行する。また、サーバ容量の確保や電子化のフォーマットの検討などに着手する。

②国の行政機関

- ・ 消費者利益を侵害する違法・不当行為等について、事業者情報を含め、関係行政機関に対し、迅速に情報提供・要望を行う。
- ・ 苦情相談情報、危害・危険情報、商品テスト結果等の分析に基づいて、関係省庁等による消費者行政担当課長会議等の場を通じて、制度・施策の改善につながる政策提言等を行う。

③独立行政法人

- ・ 製品評価技術基盤機構、農林水産消費安全技術センター、国立健康・栄養研究所との情報共有を進め、商品テスト、研修等に関し連携を図る。

④法令照会への対応

- ・ 裁判所、警察、弁護士会、適格消費者団体等からの法令に基づく照会に対して迅速かつ適切に対応する。

⑤情報公開

- ・ 情報公開請求に対して適切に対応する。

(6) 研修の充実

①地方公共団体職員・消費生活相談員向け研修への重点化

- ・ 消費生活センターの相談処理や啓発の能力を高めるため、地方公共団体の職員、消費生活相談員を対象とした研修に重点化を図ることとし、全研修コース数のうち、これらを対象とする研修を9割以上とする。
- ・ 研修コース毎に、受講者に対するアンケート調査を実施するとともに、受講者を派遣した地方公共団体へのアンケート調査を実施する。アンケート調査の結果は研修内容の充実に活用するとともに、受講者および地方公共団体から5段階評価で平均満足度4以上の評価を得る。
- ・ 中小企業等の消費者相談部門等に所属する職員を対象に、苦情処理に必要な一般的知識及び法令等の専門的知識、並びに最近の消費者問題等を習得するための研修を行う。
- ・ 地方の消費生活相談体制の強化を図るため、モデル事業として、相談体制の脆弱な地域に経験豊富な相談員を訪問させ、現地の相談員に対し助言・指導を行う。

②消費生活専門相談員資格認定制度

- ・ 消費生活センター等において相談業務に携わる相談員の資質・能力の向上等を図るため消費生活専門相談員資格の審査及び認定を行う。
- ・ 各地の地理的条件に配慮した人材の供給を確保する観点から、全国15箇所

上で資格試験を実施する。

- ・ 資格取得者の資質・能力の維持・向上を図るため、消費生活センター等での実務に就いていない資格取得者が資格の更新を行う際に受講する講座を平成20年度より実施する。

③消費者・企業向け研修への市場化テスト導入

- ・ 消費者・企業向け研修への市場化テストの導入に向け、実施要項（案）を作成するとともに、官民競争入札等監理委員会の審議スケジュールに沿い、所定の審議を経る。

(7) 商品テストの強化

①生活実態に即した商品テストの実施

- ・ 事故状況や使用条件を反映した商品テストを機動的かつ効率的に実施し情報提供するとともに、規格・基準の制定や改定等の政策提言を行い、重大製品事故や偽装表示などによる消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。
- ・ 事故原因の究明に資する、使用状況等を反映した商品テストの実施に必要な施設・機器の更新・整備を図る。
- ・ 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。

②商品テストの効率的な実施

- ・ 独立行政法人、研究機関、大学等の関係機関との連携を強化し、それぞれの機関が保有する専門的な知見や技術・技能等を活用する。
- ・ 定型的な規格・基準に基づくテストや専門性の高いテストなどは、外部の試験研究機関等へ委託する。

③商品テスト実施機関の情報収集・提供

- ・ テスト実施機関が実施可能な対象商品や試験内容、保有する施設・機器などの情報を収集し、ホームページを通じて情報提供する。
- ・ 消費生活センター等で実施した商品テスト情報を収集し、情報提供する。

(8) 中核機関としての役割強化

- ・ 内閣府が中心・中核となって、センターが行う業務全般に関して、関係省庁、関係機関との役割分担・連携等の具体的方策について、十分に協議した結果を踏まえ、適切に対応する。

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のとおり。

4. 短期借入金の限度額

- ・ 短期借入金の限度額は、7億円とし、運営費交付金の資金の出入に時間差が生じた場合、不測の事態が生じた場合等に充てるために用いるものとする。

5. 重要な財産の処分等に関する計画

計画なし

6. 剰余金の使途

- (1) 商品テスト業務に係る検査・分析機器等を充実させるための更新・整備
- (2) 情報の収集及び提供に係る高度情報化を図るための機器等の整備
- (3) 施設・設備の質的向上及び老朽化対応のための改修・整備

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

- ・ 平成20年度に取得・整備する施設・設備は次のとおりである。

施設・設備の内容	予定額 (百万円)	財源
東京事務所 耐震改修工事	354	施設整備費補助金

(2) 人事に関する計画

- ・ 業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努める。
- ・ 職員の資質向上と業務の効率化に資するため、各種研修会に参加して研鑽を図る。

(3) 中期目標期間を超える債務負担

- ・ 中期目標期間中のセンター業務を効率的に実施するために、コンピュータの賃貸借について、次期中期目標期間にわたって契約を行うことがある。

(4) 積立金の処分に関する事項

計画なし

平成20年度予算

(単位：百万円)

区 別	金 額
収入	
運営費交付金	12,842
事業収入等	144
施設整備費補助金	354
計	13,340
支出	
業務経費	11,425
一般管理費	228
人件費	1,333
施設整備費	354
計	13,340

(注1) 各欄積算と合計額の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

(注2) 運営費交付金収入及び業務経費には、平成20年度補正予算(第1号)により措置された「安心実現のための緊急総合対策」の消費者政策強化対策に係る経費及び平成20年度補正予算(第2号)により措置された「生活対策」の消費者政策強化対策に係る経費が含まれている。

【人件費の見積り】

1,022百万円を支出する。

ただし、上記の金額は、役員報酬(非常勤役員給与を除く。)並びに職員基本給、職員諸手当及び超過勤務手当に相当する範囲の費用である。

平成20年度収支計画

(単位：百万円)

区 別	金 額
費用の部	12,718
經常費用	12,781
業務経費	10,906
一般管理費	203
人件費	1,333
減価償却費	260
財務費用	16
収益の部	12,722
經常収益	12,722
運営費交付金収益	12,501
事業収入等	144
資産見返運営費交付金戻入	77
經常利益	4
目的積立金取崩額	—
当期総利益	4

(注) 各欄積算と合計額の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

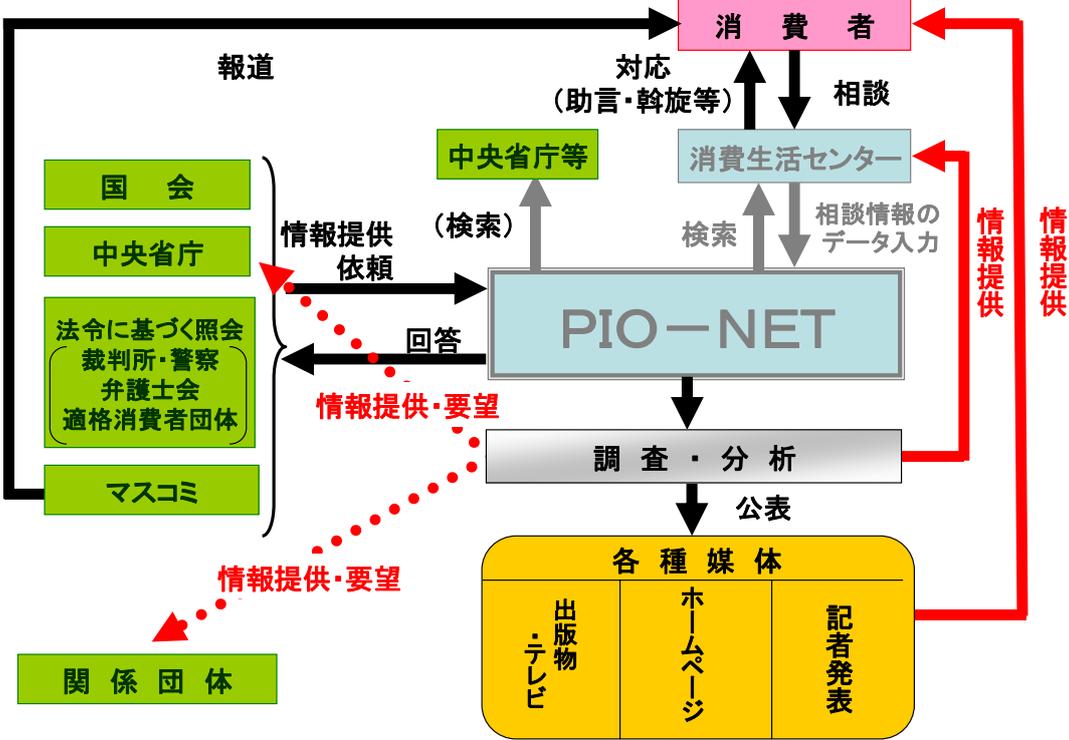
平成20年度資金計画

(単位：百万円)

区 別	金 額
資金支出	29,917
業務活動による支出	11,568
投資活動による支出	16,318
財務活動による支出	186
翌年度への繰越金	1,844
資金収入	29,917
業務活動による収入	12,992
運営費交付金による収入	12,842
事業収入等	150
投資活動による収入	16,122
財務活動による収入	0
前年度からの繰越金	803

(注) 各欄積算と合計額の数字は、四捨五入の関係で一致しないことがある。

PIO-NETの構成・機能



早期警戒指標の開発について（検討結果報告）

独立行政法人国民生活センター
早期警戒指標開発検討委員会
平成 21 年 3 月 31 日

1. 早期警戒指標開発の目的と委員会設置の主旨

悪質商法による被害や商品の安全性が社会の関心事となっており、消費者行政に対する国民の期待も高まっている。全国の消費生活センターに寄せられる消費生活相談情報（以下、相談情報）はPIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）に蓄積されているが、その数は年間 100 万件以上にも上っている。一方でこれらの大量の情報の処理はいまだ十分とは言えず、消費者問題に迅速に対応するためにPIO-NET 情報をより効果的に活用することが求められている（参考：国民生活審議会報告等）。

そこで、PIO-NET 情報を利用して重要な消費者問題の早期把握を図るため、平成 20 年度中に「早期警戒指標」を開発することとし、早期警戒指標の開発方針を総合的に検討するため、統計学・計量分析の専門家や消費者行政担当者から成る早期警戒指標開発検討委員会を設置した。この委員会においては、消費者行政が迅速に対応すべき重要案件やPIO-NET 情報を効果的に活用できる指標のあり方等について検討を行った。また、

委員以外の専門家へのヒアリングも実施した。

委員名簿及び議事内容等については別添資料のとおりである。

(参考)

○全国消費生活情報ネットワーク・システム（パイオネット）を刷新し、苦情相談情報の収集期間の短縮と分析能力の向上を図るとともに、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、「早期警戒指標」を整備し、消費者、関係省庁、関係独立行政法人等への迅速な情報提供を行う。

（「独立行政法人整理合理化計画」平成 19 年 12 月 24 日閣議決定）

○悪質事業者による新手の取引手法等について、国民生活センターは、必要時には迅速に警告情報を発し、消費者に確実に伝達する体制の構築が求められる。このため、情報が消費者に適切に届いているかを把握し、より効果的な情報発信手法を検討していくことが必要である。

（国民生活審議会消費者政策部会「国民生活センターのあり方」平成 20 年 3 月 24 日）

2. 消費生活相談情報の利用の現状

PIO-NET は、当初は各地の消費生活センターにおける消費生活相談業務の支援を目的とするシステムとして構築されたが、近年は消費者への啓発業務や行政による違反事業者の取り締まりにも用いられるなど活用範囲が拡大されてきた。国民生活センターや消費生活センターにおいては相談傾向の把握や消費者への注意情報の作成等の情報源として、また、地方自治体や経済産業省では行政処分に PIO-NET 情報を活用している。さらに、警察業務においては悪質事業者情報及び死亡重篤情報が捜査等に活用されており、都道府県警察に寄せられる相談と共に PIO-NET 情報が重要な情報源の一つとなっている。

一方で、PIO-NET はデータベースを主体としたシステムであり、データの分析ツールとしては十分とは言えず、年間 100 万件にも上る相談の中から急増している事案や被害が深刻な事案を早期に発見するのは年々困難になっている。

このため、大量の相談情報の中から、人手に頼らず重要案件を発見する手法の開発が課題となっている。

3. 消費者行政の早期対応が求められる重要事案

早期警戒指標の開発にあたっては、早期に対応すべき事案を明確にすることが必要となる。消費者問題は多様であるため重要性を一義的に決定するのは難しいが、早期警戒指標によって発見されるべき重要な消費者問題として下記のような事案が挙げられる。

- ・振り込め詐欺や出資を募る詐欺など、被害金額が高額になる事案。
- ・違法な薬や未熟な施術によるエステティック・サービスによる身体被害など、身体・生命に危害が及ぼされる案件。
- ・地デジ詐欺や火災報知器の訪問販売など、話題の商品等で若干知識を持っていても詳しく知らないような新手の案件。
- ・マルチ的な投資事業組合のように、法規制の実効性が不十分な案件。
- ・判断力の不十分な人や障害者、未成年者や高齢者等いわゆる社会的弱者が被害者となる案件。

また、これらの重要事案を抽出する指標の形態として、どのような手口を行っているかに着目する指標、悪質な行為を行う事業者に着目する指標、被害を受けた人の属性に着目する指標などが考えられた。

4. 指標の開発

消費者行政における重要案件の発見を目標として、新たな手口などを発見するための指標と違法行為を行う事業者を発見するための指標を開発した。

○指標 1（急増指標）

指標 1 は、相談件数の時系列的な推移に着目し、相談件数が急激に増加した事業者や商品を捉える指標である。

問題のある事業者や商法などを発見し、消費生活センターや消費者に早期に情報提供することを目的とする。

（概要）

現時点における PIO-NET では、各地消費生活センターの相談受付から PIO-NET のデータベース登録までに時間差があり、相談件数の実数を直接比較しても相談件数の真の増減が分からない。そのためこの指標では、ある時点における全相談に占める事業者や商品の割合を過去と比較することで増加傾向を把握する。

（評価）

国民生活センター内（相談部、広報部、情報部）で指標 1 に基づく情報を検討したと

ころ、新たな手口や悪質な事案が抽出されていることが確認され、消費者への情報提供に役立つと評価された。また、相談業務の参考情報としても役立つとの意見もあった。

(限界)

指標 1 によって新たな手口や悪質な事案が発見される可能性は高いと考えられたが、一方で指標の限界もある。

先述したとおり、PIO-NET では相談受付からデータベース登録までに時間差があるため、ある直近時点での PIO-NET 情報は入力途中段階の内容である。指標 1 ではこの内容をもとに得点を計算しているため、データベース登録されていない情報については把握できていない。また、ある時点では増加・急増傾向が見られたものの、その後、さらに情報の登録が追加されて内容が確定した段階ではそうした傾向が見られない可能性もある。

以上の問題点は、今後予定されている PIO-NET 刷新化において、相談情報の PIO-NET への即時入力の実現されていくことで克服できると考えられる。ただし、これによって現在の前提（相談件数の実数を直接比較することに意味がない）を見直し、指標の計算式等を再検討する必要もあろう。

○指標 2 (法違反指標)

指標 2 は、悪質な行為を行う事業者を早期に発見するための指標である。今回は、特定商取引法を対象に開発を行った。この指標では、特定商取引法に違反している可能性の高い事業者が得点によって表される。

違法な事業者を早期発見することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止を目的とする。

(概要)

ある事業者が特定商取引法違反の可能性があるかどうか、得点の正負によって判断される。この得点は「内容別分類」と「内容キーワード」から計算される。過去に行政処分を受けた事業者と受けていない事業者との間に内容別分類及び内容キーワードの違いがあることを利用して、判別分析によって計算式を作成した。そのため、得点は特定商取引法違反の有無を直接示すものではなく、過去に特定商取引法違反で行政処分を受けた事業者の相談に似ている度合いを示している。相談内容が似ていれば内容キーワードも似た傾向になるため、過去に行政処分された事業者の相談に似ている事業者は、法令違反をしている蓋然性が高くなるという仮定に基づいている。

(評価)

指標作成後の 2008 年 9 月 5 日～12 月 1 日の間に特定商取引法違反で行政処分を受け

た事業者 26 社について月別の得点を調べたところ、24 社の得点順位は上位 50 位以内に位置し、極めて確度の高い結果が得られた。また、三つの自治体の特定商取引法執行部門にこの指標の評価を依頼したところ、実際の法執行業務においても参考資料として有用であると評価された。

(限界)

指標 2 によって違法事業者が発見される可能性は高いが、一方で指標の限界もある。

その一点目は、指標の得点が、過去に行政処分を受けた事業者の相談に似ている度合いを示すものであるため、過去に行政処分された事例が無い新手の手口の得点が高くないことである。行政処分される事業者の違反行為は年々変化しており、それに合わせて指標の計算式を適宜修正していく必要がある。

二点目は、PIO-NET 情報では同名異業者が存在しても区別することができないため、同名異業者が含まれる事業者の得点は正しく計算されないことである。これは、現在の PIO-NET の情報収集方法に伴う限界であるため根本的な解決策はない。しかし、同一の時点と地域に同名異業者が存在することは少ないので、期間と地域を限定した事業者リストを作成することで、同名異業者の混入による影響を少なくする運用は可能である。

三点目は、得点の計算に内容キーワード等を用いているため、誤差が生じる点である。

内容キーワードや相談内容分類は、その付与の定義はあるが、相談を受け付けた相談員が付与するものであるため、まったく同じ相談であっても同一の内容キーワードが付与されるとは限らない。このため、内容キーワードに基づく得点は同一の相談であってもブレが生じる。この問題は、相談件数が少ないほど影響が大きい。ただし、相談件数と事案の重要性には一定の相関があるので、この問題は相談件数によって相殺されるものと考えている。

5. 今後の課題

(1) 指標の運用

現在、この二つの早期警戒指標について、実用化に向けた試験運用を行っているところである。

指標1については、国民生活センター相談部や情報部において消費者への注意情報提供に活用できるか、各消費生活センターにおいて相談業務や啓発業務に利用できるか、試験運用によって確認作業を進めている。

指標2については、地方自治体の特定商取引法執行部門において、取り締まり業務に利用可能か実証実験を行っている。

この試験運用は2009年5月ごろまで行われる予定である。なお、これまでの試験運用実施先は次のとおりである。

指標1：千葉県、愛知県、国民生活センター

指標2：北海道、福島県、東京都、神奈川県、静岡県

(2) 新規指標の開発

今後は、開発された二つの指標に加えて、さらに新たな指標の開発も課題となってくる。例えば、新手な手口では、これまでの相談には見られなかった単語（「ロコ・ロン

ドン」や「定額給付金」など)が相談情報に含まれることが多いため、そうした単語の新出・増加傾向を把握するための指標の開発が考えられる。

また、今回開発した悪質な事業者を把握する指標は特定商取引法違反を判別する指標のみであるが、被害者に高齢者の占める割合が比較的高く、被害額も大きいために深刻な問題となっている出資法違反事業者などを把握するための指標の開発も求められている。

(3) 早期警戒情報システムの必要性

開発された早期警戒指標は、注目すべき事業者や商品を数値で示すが、その事業者や商品の具体的な問題点を指摘するものではない。指標によって抽出された事案の問題点を把握するためには、相談内容等の詳細を分析することが欠かせない。

しかし、現行のPIO-NETの機能や操作性は不十分で、事案の内容を確認するのに時間がかかってしまう。このため、このようなPIO-NETの機能的限界が、重大事案への早期対処の障害となる可能性がある。早期警戒指標の利点のひとつである問題把握の迅速性を活かすためには、指標の計算から問題点の分析までを一貫して処理できるシステムを整備することが求められる。

また、データベースに蓄積された情報を系統的に加工・分析することで意思決定プロ

セスを支援する情報処理システムは、ビジネスインテリジェンス（BI）ツールと呼ばれている。民間部門においては既に導入が進められているが、消費者行政分野では単純なデータベースとしてPIO-NETがあるものの、組織的な情報処理システムは未整備な状態にある。今後、早期警戒指標を有効に活用するためには、相談情報を総合的に処理するツールの開発が課題となる。

さらに、PIO-NET データにおいて同名異業者の混入や表記のブレがあり、これが指標の精度を低下させる要因となっていることから、パターン認識などの技術を用いた名寄せ技術の開発も課題である。また、「内容キーワード」等の既存の変数を用いた指標には限界があることから、テキストマイニング等の技術の採用も検討する必要がある。

(別添資料)

早期警戒指標開発検討委員会の概要

(1) 委員名簿

委員長 桑原 武夫 慶應義塾大学総合政策学部教授

委員 四方 光 警察庁生活安全局生活環境課生活経済対策室長

飯田 尚子 消費生活専門相談員 (国民生活センター直接相談担当)

小松 庸子 消費生活専門相談員 (国民生活センター経由相談担当)

(2) 委員会日時と議事次第 ※委員会各回の資料については省略

○第1回 早期警戒指標開発検討委員会

日時：2008年5月21日(水) 13:30～15:30

1. 開会
2. 委員紹介
3. 委員会の概要と今後のスケジュール
4. PIO-NET の現状と課題
5. PIO-NET データを利用した早期警戒指標の開発に向けて (フリーディスカッション)
 - ・ 中央省庁における PIO-NET 情報の利用
 - ・ 消費者行政における重要相談と PIO-NET の役割
 - ・ 早期対処が望まれる案件
 - ・ 今後の方向
6. 閉会

○第2回 早期警戒指標開発検討委員会

日時：2008年9月17日（水）10:00～12:00

1. 開会
2. 現在の作業状況と今後のスケジュール
3. 指標1について（時系列データを用いた相談件数の増加・急増傾向を把握する指標）
4. 指標2について（事業者の悪質傾向を把握する指標）
5. フリーディスカッション
6. 統計ツールの導入について
7. 閉会

○第3回 早期警戒指標開発検討委員会

日時：2008年12月15日（月）15:00～17:00

1. 開会
2. 第2回検討委員会以降の経過報告
3. 各指標の現在の作業状況と外部からの評価について
 - (1) 指標1「相談件数の増加・急増傾向を把握する指標」について
 - (2) 指標2「特定商取引法違反事業者判別指標」について
 - (3) 東京都における行政処分の概要と指標2の活用の可能性について
4. 今後の運用スケジュール
5. フリーディスカッション
6. 今後の予定
7. 閉会

「消費者トラブルメール箱」月別受信件数

資料 7

(件)

分類別	月別	平成 20 年度													平成 19 年度		
		4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	1 月	2 月	3 月	前年同月比	合計	3 月	4 月～3 月
商品一般		54	71	61	53	43	43	49	48	55	63	59	17	(37.8)	616	45	547
食料品		44	50	47	45	49	42	84	50	39	37	45	16	(43.2)	548	37	385
住居品		46	43	43	63	46	54	48	45	45	41	45	22	(43.1)	541	51	438
光熱水品		7	7	3	5	11	9	9	10	5	7	3	4	(50.0)	80	8	62
被服品		22	22	26	27	21	22	21	25	31	21	24	12	(57.1)	274	21	244
保健衛生品		24	22	32	38	24	22	31	9	19	19	20	17	(81.0)	277	21	233
教養娯楽品		132	155	154	144	126	142	135	137	150	152	136	84	(57.9)	1647	145	1471
車両・乗物		21	35	23	45	31	28	36	25	24	28	27	13	(33.3)	336	39	320
土地・建物・設備		33	43	41	34	35	27	43	44	39	37	40	22	(64.7)	438	34	333
他の商品		0	1	4	0	1	1	1	0	2	0	2	1	-	13	0	3
商品小計 (構成比 %)		383 (41.5)	449 (42.8)	434 (38.8)	454 (40.4)	387 (38.7)	390 (39.5)	457 (40.2)	393 (40.1)	409 (42.3)	405 (44.7)	401 (42.0)	208 (37.1)	(51.9) -	4,770 (40.7)	401 (38.9)	4,036 (38.6)
クリーニング		5	5	5	9	3	1	8	4	3	3	3	0	(0.0)	49	6	21
レンタル・リース・貸借		27	26	24	28	18	24	22	17	18	24	24	19	(70.4)	271	27	225
工事・建築・加工		5	9	5	7	6	10	11	9	3	6	9	4	(50.0)	84	8	74
修理・補修		10	6	3	10	4	9	9	5	4	3	8	2	(22.2)	73	9	64
管理・保管		0	2	3	3	4	6	4	4	2	2	2	1	(50.0)	33	2	13
役務一般		1	0	3	0	1	1	0	1	2	1	2	2	(66.7)	14	3	36
金融・保険サービス		35	39	46	52	45	41	63	42	36	31	31	25	(34.2)	486	73	503
運輸・通信サービス		320	379	447	387	409	367	422	389	374	356	361	232	(63.7)	4,443	364	4,127
教育サービス		3	7	2	7	6	4	1	4	0	4	4	2	(66.7)	44	3	49
教養・娯楽サービス		48	47	68	76	56	62	57	50	32	23	42	22	(44.0)	583	50	573
保健・福祉サービス		23	37	19	28	12	12	18	16	16	12	13	16	(50.0)	222	32	214
他の役務		34	27	39	33	25	32	39	22	26	17	27	16	(51.6)	337	31	263
内職・副業・相場		24	10	16	18	8	14	17	9	26	9	16	3	(33.3)	170	9	161
他の行政サービス		2	1	0	2	1	2	3	2	4	4	1	2	(100.0)	24	2	18
役務小計 (構成比 %)		537 (58.2)	595 (56.7)	680 (60.7)	660 (58.8)	598 (59.8)	585 (59.2)	674 (59.2)	574 (58.5)	546 (56.5)	495 (54.6)	543 (56.9)	346 (61.7)	(55.9) -	6,833 (58.4)	619 (60.0)	6,341 (60.6)
他の相談 (構成比 %)		3 (0.3)	6 (0.6)	6 (0.5)	9 (0.8)	15 (1.5)	13 (1.3)	7 (0.6)	14 (1.4)	11 (1.1)	6 (0.7)	10 (1.0)	7 (1.2)	(63.6) -	107 (0.9)	11 (1.1)	90 (0.9)
合計 (構成比 %)		923 (100)	1,050 (100)	1,120 (100)	1,123 (100)	1,000 (100)	988 (100)	1,138 (100)	981 (100)	966 (100)	906 (100)	954 (100)	561 (100)	(54.4) -	11,710 (100)	1,031 (100)	10,467 (100)

「消費者トラブルメール箱」商品・役務別受信件数等

商品・役務別受信件数

商品役務分類	件数	割合	主な商品・サービス
運輸・通信サービス	4443	37.9%	有料サイト、アダルトサイト、オンラインゲーム
教養娯楽品	1647	14.1%	携帯電話機、コンピュータソフト、パソコン
商品一般	616	5.3%	商品を特定できないトラブル、架空請求
教養・娯楽サービス	583	5.0%	外国語・会話教室、国内旅行代理
食料品	548	4.7%	健康食品、菓子類
住居品	541	4.6%	電気洗濯機、浄水器
金融・保険サービス	486	4.2%	サラ金(ヤミ金を含む)、生命保険
土地・建物・設備	438	3.7%	新築分譲マンション、土地・建物・設備一般
他の役務	337	2.9%	外食、結婚相手紹介サービス
車両・乗り物	336	2.9%	普通・小型自動車、カーテレビ
保健衛生品	277	2.4%	化粧品、コンタクトレンズ
被服品	274	2.3%	アクセサリ、婦人洋服
レンタル・リース・貸借	271	2.3%	賃貸アパート、レンタルビデオ
保健・福祉サービス	222	1.9%	脱毛エステ、医療サービス
内職・副業・相場	170	1.5%	内職・副業、商品相場
他の相談	107	0.9%	相隣関係
工事・建築・加工	84	0.7%	新築工事、工事建築
光熱水品	80	0.7%	ガソリン、プロパンガス
修理・補修	73	0.6%	修理サービス、車検サービス
クリーニング	49	0.4%	クリーニング
教育サービス	44	0.4%	家庭教師、学習塾
管理・保管	33	0.3%	パーキング
他の行政サービス	24	0.2%	行政サービス
役務一般	14	0.1%	複合サービス会員
他の商品	13	0.1%	
合計	11,710	100.0%	

内容分類別受信件数（マルチカウント）

内容別分類	契約・解約	品質・機能	販売方法	接客対応	価格・料金	表示・広告	安全・衛生	その他
件数	5150	3682	3121	2994	1326	852	637	263
内容別分類	法規・基準	包装・容器	買物相談	計量・量目	施設・設備	生活知識		
件数	150	19	15	12	6	3		

送信者の属性（年代別）

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
件数	176	1992	4491	3414	1231	351	55
割合	1.5%	17.0%	38.4%	29.2%	10.5%	3.0%	0.5%

送信者の属性（性別）

	男性	女性
件数	7769	3941
割合	66.3%	33.7%

送信者の属性（職業）

	給与生活者	自営・自由業	無職	家事従事者	学生・生徒
件数	7553	1801	924	906	526
割合	64.5%	15.4%	7.9%	7.7%	4.5%

平成20年度発行の「月刊国民生活」特集テーマ一覧

平成20年 5月号	繰り返すな！製品事故の悲劇
6月号	もう“捨てられない”家電ごみ
7月号	1億総ケータイ時代のトラブル
8月号	夏休み企画 だまされるな学生
9月号	金融トラブルの今—金融商品取引法全面施行から1年—
10月号	高齢者・障害者の消費者トラブル—認知症高齢者、知的・精神障害者からの相談を中心として—
11月号	“耐震強度偽装”から3年—住宅の安全は—
12月号	進みつつある自治体の多重債務者対策
平成21年 1月号	改めて今！消費生活相談の役割
2月号	テレビとの付き合い方—通販、食・健康情報—
3月号	倒産！そのとき消費者は
4月号	最近のペット事情とトラブル

以下の設問に対し、該当するものにレ印をつけてください。

Q1 今後も引き続き掲載したほうがよいコーナーはどれですか？（複数回答可）

- | | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 特集 | <input type="checkbox"/> 商品テスト | <input type="checkbox"/> 消費生活センターの商品テスト |
| <input type="checkbox"/> 海外の商品テスト | <input type="checkbox"/> 生活の視点 | <input type="checkbox"/> 暮らし注意報 |
| <input type="checkbox"/> 苦情相談 | <input type="checkbox"/> 誌上法学講座 | <input type="checkbox"/> 消費者訴訟を学ぼう |
| <input type="checkbox"/> 時点・論点 | <input type="checkbox"/> 暮らしの判例 | <input type="checkbox"/> リコール情報 |
| <input type="checkbox"/> 海外ニュース | <input type="checkbox"/> News クリップ | <input type="checkbox"/> 世界の暮らし風景 |
| <input type="checkbox"/> 暮らしの法律 Q&A | <input type="checkbox"/> 表示でみる商品ミニ知識 | <input type="checkbox"/> 暮らしの相談窓口 |
| <input type="checkbox"/> ことばの引き出し | <input type="checkbox"/> マドンナのティータイム | <input type="checkbox"/> やってみよう！ |
| <input type="checkbox"/> 企業の消費者対応最前線 | <input type="checkbox"/> 相談現場の心の健康保健室 | <input type="checkbox"/> ご用心 |

Q2 本誌購読のおもな理由は次のどれですか？（複数回答可）

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 最新の消費者情報を知ることができるから | <input type="checkbox"/> 仕事・学習に役立つから |
| <input type="checkbox"/> 特集テーマに関心があったから | <input type="checkbox"/> 資格試験の受験勉強に役立つから |
| <input type="checkbox"/> 商品テスト記事が読めるから | <input type="checkbox"/> ホームページを見て興味があったから |
| <input type="checkbox"/> その他（ | ） |

Q3 同意できるものにレ印をつけてください。（複数回答可）。

- 暮らし全般にかかわる読みやすい記事（レポート、エッセイ等）を増やすとよい
- 消費者問題の分野により特化した記事を増やすとよい
- 内容はもっと平易に分かりやすくするほうがよい
- 内容はもっと専門的にしたほうがよい
- 内容については現状のままでよい

Q4 取り上げてほしい分野はどれですか？（複数回答可）

- | | | | | |
|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 消費者関連法 | <input type="checkbox"/> 消費者行政 | <input type="checkbox"/> 金融分野 | <input type="checkbox"/> クレジット | <input type="checkbox"/> 介護・福祉分野 |
| <input type="checkbox"/> 悪質商法全般 | <input type="checkbox"/> 情報通信関係 | <input type="checkbox"/> 環境問題 | <input type="checkbox"/> 食の問題 | <input type="checkbox"/> ADR |
| <input type="checkbox"/> 企業の消費者対応 | <input type="checkbox"/> 消費者教育・啓発 | <input type="checkbox"/> 消費者団体訴訟制度・司法 | | |
| <input type="checkbox"/> その他（ | | | | ） |

Q5 本誌に対する満足度は次のどれですか？

- 良い まあ良い どちらともいえない あまり良くない 良くない

Q6 表紙・レイアウト・色使いについてご感想お寄せください。

{ }

Q7 本誌へのご意見をお願いいたします。（例：こんな連載があると良いなど）

{ }

■ 差し支えなければ、あなたご自身についてお聞かせください。

- 行政の消費生活相談、消費者行政担当部門に従事している。
- 企業のお客様対応部門等に従事している。
- 学校において消費者教育・家庭科教育などを教えている。
- 法律関係の業務に従事している。
- 将来消費生活専門相談員などの資格取得を目指している。
- 仕事には関係ないが消費者問題に関心がある。
- その他（

「豆知識」抽選に参加希望の方は以下に連絡先をご記入ください。

住所 〒

氏名

ご協力ありがとうございました