

# 特別顧問会議（第4回）議事要旨

## 1. 開催概要

(1) 開催日時：2005年9月26日（月）14：00－16：00

(2) 開催場所：独立行政法人国民生活センター東京事務所 特別会議室

(3) 出席者：＜特別顧問＞

有馬真喜子氏、神田敏子氏、兵頭美代子氏、  
鶴田俊正氏、宮部義一氏、山岡義典氏

（堀部政男氏は欠席）

＜国民生活センター＞

糠谷真平理事長、川本 敏理事、田中正人理事、藤村 勝理事  
木村義人監事、山下通延監事 他

（備考）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。

## 2. 議事要旨

### (1) 最近の国民生活センターの活動状況について

センターより、2005年度上半期における業務展開（最近の消費生活問題への対応・個人情報保護法への取り組み、P I O－N E T運用、平成18年度独立行政法人国民生活センター予算等）及び2004年度業績評価結果について説明。

### (2) 質疑応答の記録

※ 表記凡例…Q：特別顧問からの質問内容

→：国民生活センター側の回答内容

## ＜最近の消費生活問題に関して＞

Q：ここ2・3ヶ月、いかがわしい広告や架空請求のメールが絶えない。ソフト等で自動生成するタイプのものであり、そのようなメールが届いたと判れば捨てているが、消費者の中には示されたURLをクリックしてしまったり、うっかり契約してしまう可能性があると思う。何か対策は立てられないだろうか？

→ 手法のいたちごっこになっている。当センターホームページでも事例や手口を紹介しているが、村千鶴子弁護士（当センター客員講師）など、消費者問題に詳しい人がTV・ラジオや新聞などで手口を紹介したりすると、2週間後にはもう業者がそれらに対応した新手を次々作っているのが実態であり、難しい。

Q：最近はそのようないかがわしいメールがあまりに多い。休日にメールを開けると、何十件とそのようなメールばかり届いている。最近が届く広告メールがことごとくいかがわしい内容で、削除するのも大変である。迷惑メール等に関わる相談件数は増えているのではないかと思われる。

→ 業者は少しでもメールを読ませようとしてタイトルや文章に“落とし穴”を設けるなど、消費者側の取る対策に次々対応している、ということだと思われる。

Q：訪販リフォームトラブルについて、年齢構成比でいわゆる60歳以上がとて多くなっている。訪販リフォーム以外にも一般的な消費生活問題として高齢者の消費者トラブルが多くなってくると思うが、これについて何か対策や対応は考えているのか？

→ 高齢者に関わるトラブルでは、高齢者人口という側面の他に、独居世帯の増加も要素として関わっていると思われる。悪質商法の「プロ」はこのようなところにつけ込んでくる。当センター発行の「消費生活年報」によれば、年齢別では高齢者の比率がますます増えている。

Q：悪質なトラブルだけではなく、高齢者にとってはIT・デジタル機器への対応も大変である。地元密着のいわゆる「電気屋さん」がだんだん消えて大手量販店などに集約される一方、デジタル家電の扱いは若い人や業者に頼まないと対応できなくなりつつある。このようなところも悪質業者のつけ込んでくる素地になっているのではないだろうか？

→ 内閣府では、消費生活専門相談員の資格を持った人を講師として、年間1000程度の出前講座を地域に派遣する等、問題意識をもって対策に当たっている。しかしながら、悪質業者は更に策を練って乗り込んでくるのが現状である。

→ 悪質訪販リフォームについては埼玉県富士見市のケースがあった。社会問題として大きく取り上げられ、地域の問題として受け止められた。政府も7月と9月に対策を

発表しており、今後も関係機関と協力し、こうした問題への対応を進める。

- 関連して、7月20日（水）に若者向け・高齢者向けに作成したリーフレットを発行した。各地で配布できるように、各自治体・消費生活センター名義への差し替えにも対応している。タイミングが悪質訪販リフォーム問題の報道と重なったこともあり、翌1ヶ月で50万枚の申込があった。これは過去に無い規模の枚数である。こうした啓発面でも高齢者支援の比率がこれからも高くなっていくと思われる。

**Q：生命保険について、宣伝文から商品募集の対応まで色々問題があるように聞いている。**

この分野の問題点はすぐ出てくるというのではなく、時間が経ってから出て来る可能性がある。何か情報はないだろうか？

- 生命保険の問題は当センターでも注目しており、先だって7月に告知義務違反問題について情報提供を行ったところである。これは外務員が申込段階で「このように書けばいいですよ、適当に書いておけば大丈夫ですよ」等と告知について安直なアドバイスをして契約を促し、これに従って書いて、いざ保険金受け取りの段階で「告知義務違反だから保険金は出さない」と言われる問題が生じている。こうした告知義務違反に関する問題について、業界・金融庁に改善を働きかけている。
- また、生命保険の銀行窓口販売（窓販）が進められているが、これについても7月に情報提供と問題提起を行ってきたところである。販売時の手数料収入等が大きいのか、銀行も売り込みに熱心である。しかし、満期になった定期預金を受け取りに行った高齢者が変動型保険商品を勧められ、理解できないままに契約してしまった等のケースが起こっている。銀行等に適切な対応を求めている。

**Q：①先ほどから高齢者の消費者トラブルについての話が出ているが、最近カタカナ文字が氾濫していて、高齢者はなかなかついていくのが難しい。センターからの公表情報についても、横文字に全く馴染まない人たちに通じるような説明を付けられないものだろうか？高齢者の中には、解らない言葉について聞きたいけれど尋ねにくいと思う人がいるのも確かである。**

②生命保険について、最近、保険商品の説明について個人的に相談された。最近の商品説明は外務員がノートパソコンを開いてその場でやってしまう。だから、特記事項や特約部分などを後から知りたいたくても残っていないので判らなかつたりする。昔は外務員がメモを残していた。また、銀行窓販についても説明責任という考えに立ち、責任ある人が明確になるような形で販売して戴ければ、と思う。

- 銀行が窓販で保険商品を売った場合でも、購入者は銀行ではなく保険会社と契約したことになる。トラブルについても保険会社との間で解決することとなる。しかし、銀行の窓口を経由したのであるから、銀行にもある程度の責任は発生することになるだろう。その辺をどうすべきかについては重要なので、金融庁もガイドラインを作っ

ではっきりさせようとしている。銀行窓販で商品を販売するには、資格が必要であり、ルールをルール通り運用して貰うことが重要だと思われる。

用語の問題も深刻で、いまさらカタカナ言葉について意味を聞けない、聞くのが恥ずかしい、というのもよく分かるので、親切な説明と平易な文章が欠かせない。

## <国民生活センターの業務・運営について>

**Q：消費生活相談情報について、P I O - N E Tへ登録される件数が減少したのは良いことだが、これに関してもう少し細かい説明をして欲しい。**

→ 架空請求については、関係各機関の協力と広報・啓発の効果もあり、相談件数が沈静化してきた。訪販リフォームについては、悪質度や被害額は大きいものの、件数としては架空請求のように一気に増える性質のものではなく、相談数にあまり影響していない。

相談全体の件数について項目別・月別に分析したデータはないものの、当初の見込では、平成16年度は間違いなく200万件を超えると思われていたが、昨年末から今年度初頭にかけて相談件数が急激に減少した。

当センターにおいてもホームページ上で架空請求に関する専用の情報提供コーナーを設置し、手口や最新情報について周知を図ってきた。最もアクセスが多かったのは昨年の6～8月にかけてであり、その後沈静化しつつあるのが現状。この専用コーナーへのアクセス数で見ると昨年の6～8月は1ヶ月あたり17～18万件だった。それだけ注目されていた証拠であると思われる。今年、この部分のアクセス数が減り、3月には6～7万件と減少傾向にある。

**Q：架空請求・不当請求については地域別のデータは収集しているのか？**

→ 取っていない。ネットの問題については地域に関わらず、かなりボーダレスな側面もあるので。

**Q：相談カード直接作成システムに期待している。先ほどの報告では設置したばかりと聞いている。入力日数が52日から45.7日に減少している一方、相談件数が減っている報告を聞くと、導入の必要性はあるのかと思った。また、別件としてシステムの名称が3種類あると聞いている。システムの違いはあるのだろうか、教えて欲しい。**

→ 3種類の入力システムについて説明すると、まず大阪府が導入したものがあり、これを「即時入力システム」と言う名前と呼んでいる。それとは別に東京都が独自開発で「直接入力システム」というものを作っていた。そのほか、各自治体で独自作成したものが存在している。いずれもコンピュータに直接入力して貰う方法であることに

変わらない。名称の差は作成元の区別の関係であり、機能に大きな差はない。

→ 今は年度当初のカードが集まってきている段階なので、その分については、比較的早く処理できたものと理解している。今後、年度末に掛けて次第に相談記録カードが溜まってゆくと処理に時間がかかった物も含まれてくるため、処理日数がもう少し延びるだろう。入力までにかかる平均日数は、平成15年度は80日掛かっていた。

平成16年度では、相談件数の伸びが鈍化した影響を無視できないけれども、70日に短縮された。これは、即時入力システムが入る前の話であり、各地の消費生活センターの尽力に依るところが大きい。いずれにしても、中期計画では15%所要日数を短縮することになっている。効果として、今後、このシステムによる日数の減少が期待されている。

**Q：このシステムはどのくらいの数の自治体・センターに導入されているのか？各地のセンターへ訪問すると、「作業が大変だ」と言う所もあるが。**

→ 今回は内閣府から週4日以上運営されている消費生活センターで、15年度に年450件以上P I O-N E Tへデータを入れた391箇所へP I O-N E T端末を配布した。そして、ここに直接作成システムを導入した。

直接作成システムには、先行して導入していた大阪府の方式と東京都の方式があったので、今回の導入に際しては、国民生活センターが大阪府方式・東京都方式を紹介し、各自治体として便利な方を選択・採用してもらっている。例外として、独自システムをそのまま運用している県も1つある。勿論、どの方式で入力してもP I O-N E Tにデータは入ってくる。

ご心配いただいている入力システムについての評判については、今年度すでに3回行った各地におけるブロック別所長会議ではおおむね好評である。配置状況や運用における課題も残っているが、他方、自治体によっては相談員の残業時間が減ったり、地方議会の資料要求に即応できるなどメリットも報告されている。

**Q：「くらしの情報交流プラザ☆さろん」の参加人数はどのくらい居るのか？それから、消費者団体・ADR・NPOとの連携についてはどうなっているのか？**

→ 「プラザ☆さろん」は1ヶ月に1回、参加者は平均して30人弱となっている。講義形式ではなくディスカッションを主として進めている。参加者にはリピーターも結構いるようだ。「くらしの情報交流プラザ」自体の利用登録団体は152団体にのぼり、主に昼間利用している。利用時間が夕方までだったが、月2回、夜間開放も行っている。しかし、未だ周知はあまり進んでいないようである。

**Q：NPOのデータベースも整備していると聞いたが、どのような状況か？**

→ データベースは随時更新している。

Q：確認事項として、消費者相談については、依然として経由相談が中心で個人からの直接相談は減らしてゆく、という基本方針に変わりはないか？

- 政府方針で経由相談に特化するとなっており、中期目標でも平成19年度において経由相談を受付相談の半分以上とするとなっている。現在は4割強で推移している。
- 国民生活センターに相談したい、というニーズがあるのも確かであるが、物理的な問題もあるので、基本的にはまず地元の消費生活センターで相談して貰うということになる。直接相談は行っていくが、複雑・困難な案件等について経由相談で対応という形が徐々に主流になってこよう。
- 個人情報相談では逆に、国民生活センターは専門窓口を開き、相談の相当部分を直接担うということになっている。一般の消費者相談については、さし当たって50%以上とするのが2年後となっているので、それから先についてはどう持っていくのか未知数である。直接・経由相談のいずれにおいても、国民生活センターはより困難な案件に対応していく方向が強まるだろう。

#### <平成16年度業績評価結果について>

Q：研修の評価が低いと業績評価で出ている。研修事業は今後の国民生活センターの活動の一つとして重要であると思うが、このミスマッチについて教えて欲しい。各地のセンターでは国民生活センターの研修に対する期待は大きいと思うのだが。

- 研修事業の評価については、商品テストなどは原因究明テストがどんな評価で、問題提起型テストがどんな評価か、と全体的に捉えられているのに対し、研修は実施講座ごとに細かく参加人数と受講満足度の2点から事業評価が行われる。
- 平成16年度の研修事業において、参加人数の指標について1つC評価がついた。これは消費者団体のリーダー等を対象とした研修であり、企画段階で定員40名のところ、22名の参加だった。予定より少ない人数での実施となったため、C評価となった。しかし、受講満足度については4.7を記録し、この指標についてはA評価を貰っている。研修では満足度が4以上であれば評価されたことになる。そこで、参加人数が少ないという評価と、講座の満足度が高いという評価を考慮し、最終的に項目としてB評価となったものと思われる。この講座は、今の消費者団体・NPOが実際に組織を運営していく上でのさまざまな手法やノウハウを勉強して貰おうということやってきた講座である。開設当初は参加率が高かったが、徐々に講座を受けたリーダーが多くなったこと、また世代交代がなかなか行われてこなかったこと等が定員割れの原因であったと思われる。企画段階で団体が何を望んでいるのか、各団体のニーズを掴む努力が欠けていたと反省している。

- 消費者団体もそうだが、新しいNPOが次々と出てきた。そのような領域の人々 どのようなニーズを持っているか、本当にその人達はどのようなことを望んでいるのか、を掴んで今後はやっていきたい。
- 資格認定試験については、第一次試験を全国18箇所で開催予定としていたが、結局15箇所での実施になった。試験を行うにあたって全国の自治体に会場募集を行い、地方における受験希望者を増やし、資格を持った人を全国的に増やそうという目的で行っている。東京や大阪などの大都市は確実に試験会場を置くが、それ以外の各地についても案内をして、会場として立候補していただくことになる。
- ただし、費用対効果を考慮し、受験者が10名未満の会場では実施しないと事前に案内している。昨年度は受験者がたまたま9名とか8名に留まった会場が続出したため18箇所の実施とはならなかった。受験者数を増やせ、という目標設定は厳しいので、せめて有資格者の少ない地域を減らす指標になればと願っている。

Q：来年度の予算概要の要求部分について、我々としても国民生活センターが独立行政法人の中でも大切な法人であることは理解しているが、政府交付金が減っている。政府方針だから仕方がないという面もあろうが、人件費も大幅に削減されている。退職金の要因があるにせよ、国民生活センターでは、このような形でいつまでも予算が減っていいのか。もう1つ、業績評価について、目標を作って外部に査定され、その評価の準備のためにこんなに一生懸命、ものすごい人手を掛けている。最初の一回・二回、スタート時はともかく、ずっとこんな感じで労力を割くようなことが続くのか？

- 業績評価への対応は、正直申し上げると大変な事務量である。ただ、我々としては、独立行政法人としてそのような仕組みになった以上、対応していかなければならないことと考えている。また、中期計画・中期目標の目標数値も達成していかななくてはならない。
- 第一回目の中期目標と言うこともあり、どのような評価項目を設定すべきか難しいところがあった。例えば、研修は他に比べて極めて細かい指標になっている。
- 中期計画については、折り返し点に近づいて大体様子が判ってきたので、次期中期計画の策定に向けて、どう考えていくべきか検討を始める時期だと思っている。
- また、2回目の業績評価で判ったことはA・B・C・Dの4段階評価について、Aの上に+Aがあるが、この評価を受けるのは非常に難しい。そこで、Aを取ればすごく良い評価かというのと、そうではなくAが取れて当たり前と考えなければならない、と言うことのようにだ。
- 次期中期計画については、もう少し評価・項目について整理して考える必要がある。予算については、5年間に一般管理費で13%削減、その大部分は人件費なので、この小さな組織ではなかなか難しい。しかし、これももう決まったことなのでやらざるを得ない。公的機関に対する一般の見方から考えれば、今後、一般管理費が増えると

いうことはなかなか考えられない。そうすると、業務の重点配分・再配置が避けられない。この辺については関係者・消費者団体の皆さんから「この部分は縮小すべきではない」という議論が出てくると思われる。そのことを頭に置き、次期中期計画における業務の重点配分について、そろそろ議論を始めなければならない。皆さんの声を活かして、検討していきたい。