

独立行政法人国民生活センター
第5期中期目標

令和5年3月1日

消費者庁

目次	
第1 政策体系における法人の位置付け及び役割（ミッション）	1
第2 中期目標の期間	4
第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	4
1. 広報事業	4
(1) 国民への情報提供	4
(2) 消費者教育の推進に関する情報の提供	6
2. 情報収集・分析事業	8
(1) P I O - N E T等の刷新	9
(2) 関係機関への情報提供及び情報交換	11
3. 相談事業	12
(1) 苦情相談	12
(2) 国民への情報提供	15
(3) 関係機関への情報提供、情報共有及び情報交換	16
(4) 関係行政機関等に対する改善要望	17
(5) 消費生活相談員の処遇改善を通じた相談事業の質の維持・向上	17
4. 商品テスト事業	18
(1) 商品テストの実施	18
(2) 国民への情報提供	19
(3) 関係機関への情報提供、情報共有及び情報交換	20
(4) 関係行政機関等に対する改善要望	21
5. 教育研修事業	21
(1) 実務能力向上のための研修	22
(2) 消費者教育推進のための研修	23
(3) 試験業務	24
(4) 調査研究	25
(5) 教育研修の合理化と経費の節減	25
6. 適格消費者団体及び特定適格消費者団体との連携等事業	26
(1) 適格消費者団体及び特定適格消費者団体との連携	26
(2) 適格消費者団体への援助	26
(3) 特定適格消費者団体立担保援助	27
7. 裁判外紛争解決手続（ADR）事業	27
(1) ADRの適切な実施及び利用しやすいADRへの改善	28
(2) ADRの結果の相談業務等への活用推進	29
(3) 和解内容の履行確保	29
(4) 消費者裁判手続特例法への対応	29
(5) 国民への情報提供	29
第4 業務運営の効率化に関する事項	30
1. 業務及び運営体制の効率化	30
2. 一般管理費（人件費を除く。）及び業務経費の削減	30
3. 適正な給与水準の維持	31
4. 適正な入札・契約の実施	31
5. 保有資産の有効活用	31
6. 自己収入の拡大・経費の節減	31
第5 財務内容の改善に関する事項	32
第6 その他業務運営に関する重要事項	32
1. 市場化テストの実施	32
2. 情報セキュリティ対策	32
3. 内部統制の充実・強化	32
4. 情報システムの整備及び管理	32
（別紙）政策体系図	34
※第3の1. ～7. の各項目を、「独立行政法人の目標の策定に関する指針」（平成26年9月2日総務大臣決定、令和4年3月2日改定）に基づき「一定の事業等のまとめり」として扱う。	

独立行政法人国民生活センター

第5期中期目標

令和5年3月1日
消費者庁

「独立行政法人通則法」(平成11年法律第103号)第29条の規定により、独立行政法人国民生活センター(以下「センター」という。)が達成すべき業務運営に関する目標(以下「中期目標」という。)を次のとおり定める。

第1 政策体系における法人の位置付け及び役割(ミッション)

(我が国の消費者政策とセンターの目的)

我が国の消費者政策の基本となる事項は、「消費者基本法」(昭和43年法律第78号)により定められ、同法第2条では「消費者政策」を「消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策」と定義し、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」を政策推進の基本理念としている。また、同法第1条では消費者政策の推進により「国民の消費生活の安定・向上を確保する」ことを法の目的として掲げ、その達成に向けて、同法第9条において「消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者基本計画を定める」ことを規定している。令和2年度から令和6年度までの5年間を対象とした、4回目の策定となる消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定。令和3年6月15日改定。以下単に「消費者基本計画」という。)においても、引き続き、消費者を取り巻く環境の変化や新たな課題等に適切に対応した消費者政策を更に推進していくとしている。

センターは、「独立行政法人国民生活センター法」(平成14年法律第123号。以下「センター法」という。)第3条において、「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こと、消費者紛争を予防するための活動を支援すること並びに重要消費者紛争について法による解決のための手続を適正かつ迅速に実施し、及びその利用を容易にする」ことを目的として掲げている。これは、「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」(令和4年法律第99号。以下「契約法等改正法」という。)により、センターの目的に、「消費者紛争を予防するための活動を支援する」こと及び重要消費者紛争について法による解決のための手続を「適正かつ迅速に」実施する旨が規定されたことを受けたものである。

(国の政策体系におけるセンターの位置付け)

国の政策体系との関係でセンターの位置付けをみると、消費者基本計画において、消費者庁は「消費者行政の司令塔・エンジン役」、センターは「消費者問題に関する中核的機関」と位置付けられており、消費者政策の「実施体制

の充実・強化」が同計画で求められている。また、センターは、消費者基本法第25条において、「国民の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における中核的な機関として積極的な役割を果たす」と位置付けられている。さらに、平成21年9月の消費者庁の創設と共に施行された「消費者安全法」（平成21年法律第50号）第9条において、センターは、都道府県・市町村に対し、都道府県・市町村による消費生活相談等の事務の実施に関し、「情報の提供、当該事務に従事する人材に対する研修その他の必要な援助を行う」ことや、同法第14条に基づき、消費者庁が行う消費者事故等の情報の集約・分析及び取りまとめに対する「資料の提供、意見の表明、消費者事故等の原因の究明のために必要な調査、分析又は検査の実施」等の協力を行うといった位置付けが規定されている。

（消費者を取り巻く環境の変化とセンターが取り組む重点領域）

総論：

消費者を取り巻く環境をみると、消費者基本計画では「高齢化の進行等」や「世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等」に伴い、「ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化」がみられることを示すとともに、「デジタル化の進展・電子商取引の拡大」等の社会情勢の変化に伴い、消費者問題も多様化・複雑化しているとの基本認識を示している。このような環境下において、消費者と事業者との間の情報の質・量及び交渉力の格差を縮小し、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るとともに、消費者被害の迅速な回復を図るため、センターは、消費者庁との緊密な連携の下、国民生活に関する様々な情報の収集・提供や被害回復のための取組等を行うことが必要とされている。また、生命又は身体の被害に係る消費者事故等の原因を究明し、その再発又は拡大の防止を図るため、消費者庁に消費者安全調査委員会が設置（平成24年10月）されて以降、センターは、消費者庁との連携を強化してきた。消費者安全調査委員会が令和4年10月に設立10周年を迎えるに当たり取りまとめられた「消費者安全調査委員会設立10年間の活動報告書」において、センターと消費者安全調査委員会は更なる連携の強化が求められているところ、商品テスト等を通じて、生命又は身体分野の消費者安全の確保に寄与することがより一層求められている。

加えて、センターは、全国消費生活情報ネットワークシステム（以下「P I O - N E T」という。）に蓄積された相談情報や、昭和45年の設立以来、培われてきた消費生活相談や商品テスト等に関する知見及び技術をいかし、消費者や全国の消費生活センター、行政機関などをつなぐ機能を強化することが求められる。このため、消費者向けの被害防止・自己解決支援のための情報発信（消費者向けF A Q、注意喚起）、全国の消費生活センター向けの知見の提供（職員・消費生活相談員向けの研修、F A Q）、行政機関や事業者団体等への情報提供・要望等を積極的に行うことが重要である。

さらに、複雑化する消費者トラブルを解決するためには、地方公共団体の消費者行政職員や消費生活相談員の知識・スキルの向上が不可欠である。他方、全国の消費生活相談員の配置数は、消費生活相談員の担い手不足などを背景に減少傾向となっている。

こうした課題に対応するため、地方公共団体及びセンターの職員・消費生活相談員の専門性や実務対応能力等を強化し、消費生活相談員のキャリアパスの提示や処遇改善を通じ、担い手の確保につなげていくことが重要である。

また、契約法等改正法によりセンターの業務に追加された適格消費者団体が行う差止請求関係業務に対する援助（センター法第 10 条第 6 号）、重要消費者紛争解決手続の計画的実施（同法第 23 条の 2、第 32 条の 2）、事業者の名称等の公表（同法第 42 条第 2 項）のほか、「被害者の救済に向けた総合的な相談体制の充実強化のための方策」（令和 4 年 11 月 10 日、「旧統一教会」問題関係省庁連絡会議）では、相談対応に当たる消費生活相談員のスキル向上・研修、注意喚起及び裁判外紛争解決手続（ADR）の充実など、消費生活相談の強化等が求められた。また、「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」報告書（令和 4 年 10 月 17 日公表）では、消費生活相談の情報の保存期間の延長、事業者に再発防止等の取組を働き掛ける方向で活用するための制度的担保の検討等の提言がなされたことから、センターの役割を強化する必要がある。

消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション：

平成 23 年の東日本大震災、平成 28 年の熊本地震、平成 30 年 7 月豪雨、令和元年台風第 19 号等を通じて国民の安全・安心に対する関心が一層高まっている。また、令和 2 年 1 月以降、新型コロナウイルス感染症の感染が拡大し、感染症に便乗した悪質商法やトラブルが発生した。感染拡大を予防するため、基本的な感染対策の徹底に加えて、買物や外食等の日常の消費行動において消費者及び事業者共に対応が求められた。コロナ禍において、「巣ごもり消費」の増加等を背景としたインターネット取引やデジタル技術を利用したテレワーク等が浸透する中で、消費者の間でこれらに対応した消費行動が拡大している。

このような環境変化は、消費生活相談の課題をも顕在化させた。令和 2 年 4 月に「新型インフルエンザ等対策特別措置法」（平成 24 年法律第 31 号）に基づく緊急事態宣言が発出されたことに伴い、密閉、密集、密接の三つの密を避け、人と人との接触機会を最低 7 割程度削減させることにより、感染拡大を防止することが要請された。消費生活相談の現場では、電話・対面による相談対応が原則である中、リモートワークやインターネットを介した相談対応には困難が伴い、多くの消費生活相談員等は職場で業務に当たることとなった。中長期的にも、消費者からみた利便性の向上、相談現場の負担軽減が求められ、消費者からの相談需要は増加する可能性もある一方で、人口減少・高齢化により、地方消費者行政の現場においても職員の確保が困難になるおそれがある。

このような消費者行政を巡る諸課題の下で、消費生活相談のデジタル化とこれを通じた業務の見直しを行う必要性が高まっている。

こうした中、相談業務を支えるP I O-N E Tの改革に係る検討の具体化に向けて、消費者庁とセンターは、学識経験者、実務家、相談現場の各有識者から専門的な意見を聴取するため、「消費生活相談デジタル化アドバイザリーボード」を設置した。令和3年9月には「消費生活相談のデジタル化に係る中間的とりまとめ」を、令和4年6月には「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン 2022」を作成・公表するなど、着実に検討を進めている。

厳しい財政状況の下、事業を一層効率化しつつ、質の高い行政サービスを提供することが求められており、また、令和8年10月にはP I O-N E Tが次の更改時期を迎えることから、これに向けて、消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション（以下「消費生活相談DX」という。）を推進していく必要がある。

以上を踏まえ、センターが消費者問題に関する中核的機関としてその機能の維持・強化を求められていることも念頭に、令和5年4月から始まる第5期中期目標期間において、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、質の高い行政サービスを効率的かつ効果的に提供していくため、この中期目標を設定する。

（別紙）政策体系図

第2 中期目標の期間

センターの第5期中期目標の期間は、令和5年4月1日から令和10年3月31日までの5年間とする。

第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

1. 広報事業

センターは、センター法第3条に掲げられた目的のうちの一つとして「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」を行うことが規定されている。この目的を達成するため、同法第10条において「国民に対して国民生活の改善に関する情報を提供する」業務や「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」業務を実施することが規定されている。センター法の規定に基づき、以下の情報提供を行うとともに、広報事業の質の維持・向上及び適切性の確保のため、以下の項目を実施する。

（1）国民への情報提供

① 報道機関等を通じた情報提供

相談事業や商品テスト事業において分析し、取りまとめた情報について、記者説明会の機動的な開催や、ウェブサイト上での公表など記者説明会以外の方法による公表により、報道機関等を通じた国民への情報提供を時宜に応じて積極的に行う。

【指標】

- ・記者説明会等の実施回数

【目標水準の考え方】

国民への情報提供を広く行う手段として、新聞やテレビ・ラジオなどのマスメディアによる報道を通じた広報が有効であり、その報道につながる重要な手法が記者説明会等の実施である。そのため、記者説明会等の実施回数を目標とし、年間24回（平成30年度～令和3年度の平均）以上とする。

【関連指標】

- ・マスコミ媒体（新聞（在京6紙、インターネット掲載を含む。）、テレビ・ラジオ（NHK及び在京キー局（インターネット配信を含む。））掲載又は放送回数（令和3年度実績：107回）
- ・地方紙掲載回数（インターネット掲載を含む。）（令和3年度実績：402回）

② ウェブサイト、出版物等による情報提供

相談事業や商品テスト事業において分析し、取りまとめた情報を活用して、ウェブサイト、出版物等を通じて国民生活の諸問題に係る情報を適時適切に国民に提供する。また、消費者問題に関する専門的情報を編集したウェブ版「国民生活」のウェブサイトへの掲載、消費者トラブル対策に役立つ情報をコンパクトにまとめた年1回発行の冊子「くらしの豆知識」の販売推進（電子書籍版、無料の視覚障害者向け録音図書「デイジー版くらしの豆知識」の配布推進を含む。）、高齢者・障害者等に最新の消費者被害状況を迅速に伝えることを目的とする「見守り新鮮情報」のメールマガジン発行及びウェブサイトへの掲載などによって、高齢者・障害者等を含めたより広い国民や全国の消費生活センター等に必要な情報が行き渡るよう取り組む。

【指標】

- ・ウェブ版「国民生活」読者へのアンケート結果 5段階評価中平均4以上
- ・「くらしの豆知識」購入者へのアンケート結果 5段階評価中平均4以上

【目標水準の考え方】

毎月発行するウェブ版「国民生活」を着実に作成し、ウェブサイトへ掲載する。その際、重要なテーマに関する特集を組むなど時宜に応じた編集の工夫を行い、その内容の有用性を広く国民に周知するとともに、特集記事等の内容に対し読者の満足度を測る項目をアンケートに盛り込み、5段階評価で平均4以上の読者評価が得られることを目標とする。「くらしの豆知識」についても、アンケートにおいて購入者の満足度を測る項目を盛り込み、5段階評価で平均4以上の購入者評価が得られることを目標とする。

【関連指標】

- ・ウェブ版「国民生活」全記事総アクセス数
(令和3年度実績：5,083,684件)
- ・「くらしの豆知識」販売部数(令和3年度実績：195,422部)

③ 消費者庁が行う注意喚起への協力

消費者庁が行う注意喚起について、消費者の行動の変化に応じて可能な限りの媒体を利用して消費者に情報提供する。

④ 災害時、消費者事故発生時その他の緊急時等における情報提供

消費者基本計画では、災害時に一時的にぜい弱性が増大する被災者が悪質商法による被害に遭わないよう、一人一人に届く情報発信の仕組みを構築するとともに、全ての消費者に対し苦情処理や紛争解決に資する専門的知見に基づくサポートを行うため、SNS・AI等のICTを活用した情報提供等を求めている。

これらを踏まえ、災害発生又は消費者事故発生により収集した情報、相談事業において緊急対応で設置した特設電話相談や都道府県では相談対応が困難な事例に関する特設電話相談等により収集した情報を、ウェブサイト・SNS等を通じて適時適切に提供する。

【関連指標】

- ・災害等関連情報の提供件数(令和3年度実績：31件)

(2) 消費者教育の推進に関する情報の提供

「消費者教育の推進に関する法律」(平成24年法律第61号。以下「消費者教育推進法」という。)及び「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成25年6月28日閣議決定。平成30年3月20日変更。令和5年3月中に2回目の変更を予定。以下「消費者教育推進基本方針」という。)を踏まえ、消費者教育

の推進に関する以下の取組を実施する。

① 高齢者、障害者等及びこれらの者への支援を行う関係者等への情報提供

消費者教育推進法第13条第1項の規定及び消費者教育推進基本方針に基づき、センターは、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、「見守り新鮮情報」等の情報提供について、センターのウェブサイトや、センターが主催又は参加する各種フォーラムやイベント、講演会、研修等の様々な場で積極的に紹介し、登録を呼び掛けるものとする。さらに、消費者庁が開催する「高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会」構成員及び地方公共団体に対して行うほか、消費者庁と連携し、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」（見守りネットワーク）構成員や民生委員協議会・社会福祉協議会・介護福祉士の活動組織等の支援機関及びその構成員に対し、消費生活センター等を経由して情報の提供を行うことなどにより、センターの情報が高齢者、障害者等に到達しやすくなるよう積極的な広報活動に努める。

さらに、センターの情報が高齢者、障害者等に到達しやすくなるようにするための情報提供の方法について、既存のメールマガジン以外の方法も検討し、目標期間中に適宜実施していくものとする。

【指標】

- ・「見守り新鮮情報」（メールマガジン）登録者数

【目標水準の考え方】

「見守り新鮮情報」（メールマガジン）についても「国民生活」と同様に、その内容がより多くの人に認識され、より多くの人に読まれることに意義があることから、発行回数そのものを単に増加させることよりも、発行されたものがより多くの人に読まれるよう、登録者数を着実に増加させることを重視する目標とし、22,909人（平成30年度～令和3年度の平均）以上の登録者数とする。

【関連指標】

- ・「見守り新鮮情報」（メールマガジン）発行回数
（令和3年度実績：29回）
- ・録音図書「デイジー版くらしの豆知識」作成部数
（令和3年度実績：1,310部）

② 消費者教育の推進に関する先進的な取組の情報提供

消費者教育推進法第18条第1項の規定及び消費者教育推進基本方針に基づき、センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行わ

れている消費者教育に関する先進的な取組の情報を提供するため、ウェブサイトにおける先進的な取組専用ページへの掲載を積極的に行う。さらに、若者向けの取組として、若者が慣れ親しむSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を活用した188（消費者ホットライン）の広報を積極的に行う。

【指標】

- ・ウェブサイトにおける先進的な取組専用ページの更新回数

【目標水準の考え方】

学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組の情報を提供することは重要であることから、ウェブサイトにおける先進的な取組専用ページの更新回数を目標とし、13回（平成30年度～令和3年度の平均）以上の更新を行う。

【関連指標】

- ・ウェブ版「国民生活」における先進的な取組の紹介回数
（令和3年度実績：12回）

③ 消費生活相談実例等の消費者教育への活用

消費者教育推進法第13条第2項の規定及び消費者教育推進基本方針に基づき、センターは、公民館その他の社会教育施設等において、消費生活センター等が収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、PIONET情報等を活用して時宜を得たテーマを選定し、情報提供する。

【指標】

- ・相談情報等を活用した「見守り新鮮情報」発行回数

【目標水準の考え方】

消費生活センター等が収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう情報を提供することは重要であることから、相談情報を活用した「見守り新鮮情報」発行回数を目標とし、28回（平成30年度～令和3年度の平均）以上の発行を行う。

2. 情報収集・分析事業

消費者基本法第25条において、センターは、「国民の消費生活に関する情報の収集及び提供」を行うことが規定され、センター法第10条及び第42条では国民生活に関する情報を収集、分析し、国民や関係機関等へ提供することが規定

されている。情報収集・分析事業の質の維持・向上及び適切性の確保のため、以下の項目を実施する。

また、「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」の報告書における消費生活相談の情報の保存期間の延長に関する提言を踏まえ、P I O - N E Tに蓄積されたデータの更なる活用、相談情報の保存期間の延長に向けた取組等を進める。

(1) P I O - N E T等の刷新

消費者基本計画第4章(1)において、「消費者庁及び国民生活センターが消費生活相談情報のデータ精度の向上や相談業務・分析業務の効率化等を目的にP I O - N E Tを刷新し、機能の強化を図る」こととされていたところ、そのP I O - N E T刷新が完了したことから、以下を実施する。

① 消費生活相談DXの推進を支えるシステムの構築等

消費生活相談は、消費者のことを第一に考える視点を軸に、センターや消費生活センターの消費生活相談員の働きやすさの向上等も進めながら、消費者被害の最小化に資することが重要である。この点で、デジタル技術は、現在の電話中心の相談業務について、標準化・高度化や、分業を通じた専門知識の活用等を促すものであり、遠隔相談やテレワークなど、センターや消費生活センターの消費生活相談員による場所を選ばない多様な働き方を推進し、人は人が行うべき業務に集中することや、高度で専門的な知識を有する消費生活相談員が居住地・勤務地にかかわらず専門的な相談に対応することを可能にするものである。

こうした観点も含めて、センター及び消費者庁は、引き続き、消費生活相談DXを推進し、令和8年10月のP I O - N E Tのシステム更改時期に合わせ、これに対応するP I O - N E Tの刷新について、検討を行い、実現を図る。

また、この刷新の中で、消費者の自己解決等を促すためのウェブサイトやSNSのチャットボット等を活用した消費者向けのFAQ等の情報提供の充実、P I O - N E T専用の回線・端末や独自開発等の枠組みからインターネットとクラウドサービスを活用するシステムへの移行、消費生活相談員向けオンラインマニュアルの整備やP I O - N E Tの利便性向上等による相談業務の効率化等、AI、音声認識などの新技術の動向を踏まえつつ、デジタル技術の事務・事業への導入の検討を進め、消費生活相談情報の更なる活用について検討を進める。

さらに、相談受付からP I O - N E Tに登録されるまでの平均日数(以下「登録日数」という。)を短縮することは、消費者被害の早期認識のために重要であることから、消費者庁と連携して地方公共団体等の協力を得て、引き続き相談受付後の一層速やかな登録を促すことなどにより、これを短縮

するよう努める（センターが自ら受け付けた相談についても短縮に努める。）。この点、消費生活相談DXを更に進める中で、業務の見直し等による更なる期間短縮の可能性を含めて検討する。

【指標】

- ・ P I O－N E T刷新後の新システムの専用端末率・専用回線率
- ・ センター職員・消費生活相談員のテレワーク率
- ・ センター職員・消費生活相談員の遠隔地勤務事例数
- ・ 消費者向けF A Qへのアクセス件数

【目標水準の考え方】

消費者の利便性の向上、センターや消費生活センターの消費生活相談員の働きやすさの向上、専門的な内容を含めた遠隔相談やテレワークの実現等のためには、P I O－N E T刷新後の新システムにおいては、一定の場所での勤務が前提となる専用端末・専用回線からの脱却が必須となる。そのため、P I O－N E T刷新後の新システムの専用端末率及び専用回線率を目標とし、廃止する（その率を0%とする。）。これにより、テレワークが技術的に100%実施できる体制とする。

また、P I O－N E T刷新後の専門的な内容を含めた遠隔相談やテレワークの実現等のためには、それらに資する知見をセンターにおいて蓄積することが重要である。そのため、その知見の蓄積に向け、テレワーク環境の整備を進め、これに応じて、センター職員・消費生活相談員のテレワーク率を目標とし、集中実施日を定めて当該期間において7割以上のテレワークを実施するとともに、年間平均で2割以上実施する。さらに、遠隔地で勤務する職員・消費生活相談員による専門的な知識をいかした相談関係業務等の勤務事例を作り、知見を蓄積していくことが重要であることから、センター職員・消費生活相談員の遠隔地勤務（3か月～1年程度）の事例数を目標とし、年間2事例以上実施する。

加えて、P I O－N E Tの刷新後、消費生活相談員が対応すべき案件に集中できるようにし、消費者の利便性を高め、自己解決等をより促していくには、消費者向けのF A Q等の情報提供が重要な役割を果たすことに鑑み、消費者向けF A Qへのアクセス件数を目標とし、554,933件（平成30年度～令和3年度の平均）以上のアクセスを得る。

【重要度：高】

P I O－N E T刷新による消費生活相談員の働きやすさの向上及び消費者の自己解決等の促進は、消費者被害の発生又は拡大の防止及び被害の迅速な回復に資する重要なものであるため。

【困難度：高】

P I O - N E T刷新により、消費生活相談員の働きやすさの向上及び消費者の自己解決等の促進を実現するためには、消費生活センター等、センター及び消費者庁の連携が重要であるため。

【関連指標】

- ・全国の消費生活センター等における登録日数（令和3年度実績：6.7日）
- ・センター受付相談の登録日数（令和3年度実績：3.9日）

② 相談情報の保存期間の延長等

「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」の報告書における消費生活相談の情報の保存期間の延長に関する提言を踏まえ、その延長に向けた取組等を進める。

③ 事故情報データベースの運営

事故情報データベースについて、消費者庁と連携しながら適切に運営する。

(2) 関係機関への情報提供及び情報交換

P I O - N E Tの運営等について、消費生活センター等に対し情報提供を行う。

また、法令に基づく迅速かつ厳正な行政処分等に資するため、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う。

【指標】

- ・消費生活センター等に対する情報提供件数

【目標水準の考え方】

消費生活センター等に対してP I O - N E Tの運営等に関する情報提供をすることは、消費生活相談情報の収集を効果的に行うために必要であることから、消費生活センター等に対する情報提供件数を目標とし、25件（平成30年度～令和3年度の平均）以上の提供を実施する。

【関連指標】

- ・情報提供依頼への対応件数（令和3年度実績：1,035件）
- ・法令照会（警察／裁判所／弁護士会／適格消費者団体／センター法第40条第1項（和解の仲介手続によって紛争が解決されなかった消費者の訴訟支援）／その他）

(令和3年度実績：529件<内訳>警察：134件、裁判所：5件、弁護士会：270件、適格消費者団体：117件、センター法第40条第1項（和解の仲介手続によって紛争が解決されなかった消費者の訴訟支援）：3件、その他：0件）

- ・公益目的を有する法人その他団体から消費者利益の増進に特に寄与し得ると判断される照会（令和3年度実績：117件）

3. 相談事業

消費者基本法第25条では「事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあつせん及び当該苦情に係る相談における中核的な機関として積極的な役割を果たす」こと、センター法第10条では「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」ことが規定されている。

また、契約法等改正法により、事業者に対する再発防止等の取組の働き掛けに活用する観点から、センター法に、消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益を保護するため特に必要があると認める場合の事業者の名称等の公表が規定された。

消費者被害の未然防止、拡大防止及び再発防止のためには、消費生活相談における助言やあつせんを始め、事案に即した対応を充実させることが重要であり、事案に即した事業者への働き掛けを行う必要がある。

これらを踏まえ、相談事業の質の維持・向上及び適切性の確保のため、以下の項目を実施する。

(1) 苦情相談

① 経由相談及びセンター受付相談

消費者基本法第25条の「事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあつせん及び当該苦情に係る相談における中核的な機関として積極的な役割を果たす」との規定等に基づき、弁護士・専門技術者等専門家からのヒアリングを行う等により、専門分野に特化したセンターの消費生活相談員・職員を育成し、消費生活センター等からの経由相談の解決能力を向上させる。また、消費生活センター等において対応困難な分野に関する相談については、移送・共同処理等の対応を消費生活センター等と連携しながら積極的に行い、その対応から得られるノウハウや知見を消費生活センター等へ周知する。さらに、消費生活センター等をバックアップするためにセンターで受け付ける消費者からの相談（以下「バックアップ相談」という。）を適切に実施し、あつせんを積極的に行う。

【指標】

- ・センターの消費生活相談員・職員の育成の取組件数

【目標水準の考え方】

消費生活センター等からの経由相談の解決能力を向上させ、また、消費生活センター等において対応困難な分野に関する相談について移送・共同処理等するためには、センターの消費生活相談員・職員の育成が重要であることから、消費生活相談員・職員による事例の研究会など育成に資する取組の件数を目標とし、36件（平成30年度～令和3年度の平均）以上の取組を実施する。

【関連指標】

- ・バックアップ相談件数（令和3年度実績：9,934件）

② 越境消費者トラブルに関する苦情相談

消費者基本計画第5章3(3)において、「近年増加している越境消費者トラブルについて、国民生活センターにおける相談対応を実施するとともに、消費者庁と連携して、海外機関との更なる連携強化・拡大に努める」とされていることから、海外事業者と我が国の消費者のトラブルに関する相談窓口である「越境消費者センター（CCJ）」を活用し、越境消費者トラブルに関する相談対応を適切に行う。また、消費者庁と連携し、越境消費者トラブルが多い国・地域を中心に提携先海外消費者機関を拡大する。

【指標】

- ・海外消費者機関との提携件数

【目標水準の考え方】

「消費生活における国際化の進展」により消費者が越境取引を直接行うことが身近となる中、国内外の消費者の保護のために国際的な連携・協力の強化を図ることが重要となっている。海外に所在する事業者との間のトラブルを国内の機関のみで解決することは困難な場合が多いことから、CCJと提携を結ぶ海外消費者機関を増加させ、多国にわたり所在する多様な海外事業者との交渉を、海外消費者機関を利用して実施することが効果的かつ効率的であるため、海外消費者機関との提携件数を目標とし、15件以上とする。

【関連指標】

- ・CCJ受付の相談件数（令和3年度実績：4,809件）

③ 訪日外国人旅行者への対応

消費者基本計画第2章(4)において、短期滞在する外国人旅行者を含む我が国に在留する外国人による消費は、足下はコロナ禍の影響で減少して

いるものの、今後は増加していくことが想定されている。ポストコロナ時代を見据え、センターは、関係機関と連携し、訪日外国人旅行者が訪日中に被害に遭いやすい消費者トラブルについて、訪日外国人旅行者に向けた積極的な情報提供を行う。また、訪日外国人旅行者が訪日中に被害に遭った消費者トラブルに係る苦情相談については、平成30年度に設置した訪日外国人向け電話相談窓口において、外国語通訳サービス（三者間通話システム）の活用等により被害の救済に取り組むとともに、外国人相談対応で得た情報・ノウハウを活用して多言語による情報提供を行う等、訪日外国人の消費者被害の発生又は拡大の防止に役立てる取組を行う。

【指標】

- ・ 訪日観光客向けFAQへのアクセス件数

【目標水準の考え方】

訪日外国人旅行者が訪日中に被害に遭いやすい消費者トラブルについて、訪日外国人旅行者に向けた積極的な情報提供を行う上で、令和3年7月に開設した訪日観光客向けFAQが重要なツールとなっているため、訪日観光客向けウェブサイトのFAQへのアクセス件数を目標とし、今後、更なる利用を促し、年間10,000件以上のアクセスを得る。

【関連指標】

- ・ 訪日外国人苦情相談件数
(令和元年度以降コロナ禍が続いていることから、実績は関連指標としない。)

④ 災害時、消費者事故発生時その他の緊急時等における相談対応

消費者基本計画では、平成23年の東日本大震災、平成28年の熊本地震、平成30年7月豪雨、令和元年台風19号等の後、住宅等の被災した消費者の生活基盤が毀損され、生活関連物資の入手が困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けたり、住宅の補修等の生活基盤の再建に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者トラブルが多発したりする傾向にあるとしている。また、自然災害被災後の生活基盤の再建時等においては、高齢者等だけでなく、いわゆる一般的・平均的消費者についても、重要な生活基盤の再建のため焦って契約してしまうなど、一時的にぜい弱性が増加し、取引において自主的かつ合理的な選択が困難となってしまうおそれがあることに留意する必要があると指摘している。さらに、令和2年1月以降は新型コロナウイルス感染症の感染が拡大し、感染症に便乗した悪質商法やトラブルが発生している。これらの状況を踏まえ、災害時、消費者事故発生時その他の緊急時等における相談対応を適切に行う。

さらに、地方公共団体の意向を踏まえ、都道府県・市町村等に対し、援助者の派遣や緊急対応の特設電話の開設、都道府県では相談対応が困難な事例に関する特設電話の設置等による支援を迅速に実施する。

【関連指標】

- ・特設電話相談実施回数（令和3年度実績：2回（「新型コロナワクチン詐欺消費者ホットライン（令和2年度から継続）」、「新型コロナ関連詐欺消費者ホットライン（令和4年度も継続）」））
- ・特設電話相談受付件数（令和3年度実績：「新型コロナワクチン詐欺消費者ホットライン（令和2年度から継続）」247件、「新型コロナ関連詐欺消費者ホットライン（令和4年度も継続）」76件）

（2）国民への情報提供

① 報道機関を通じた情報提供

P I O－N E T等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財産事案に係る情報を迅速に分析して取りまとめ、報道機関を通じて国民に情報提供を行う。

【指標】

- ・相談情報に関する公表件数（相談情報部公表分）

【目標水準の考え方】

消費者被害の未然防止、拡大防止及び再発防止のためには、被害事例等に関する財産事案に係る情報を迅速に分析して取りまとめ、国民に情報提供を行うことが重要であるため、公表件数（相談情報部公表分）を目標とし、37件（平成30年度～令和3年度の平均）以上の公表を行う。

【関連指標】

- ・取材対応件数（令和3年度実績：918件）

② ウェブサイト等による情報提供

消費者の自己解決に資するウェブコンテンツについては、寄せられた情報を積極的に活用し、分析した上で、必要な情報を迅速かつより分かりやすくセンターのウェブサイト等を通じて国民に提供する。

【指標】（再掲）

- ・消費者向けFAQへのアクセス件数

【目標水準の考え方】

消費者被害の未然防止、拡大防止及び再発防止のためには、消費者の自己解決に資するFAQが有効であるため、消費者向けFAQへのアクセス件数を目標とし、554,933件（平成30年度～令和3年度の平均）以上のアクセスを得る。

（3）関係機関への情報提供、情報共有及び情報交換

① 消費者庁等への情報提供、情報共有

消費者事故等の発生に関して、必要な事項を適切な方法で消費者庁へ通知するとともに、財産事案に係る情報共有のための会議の場等を通じ、PIO-NET等に蓄積されている情報等の分析結果や、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ついて、消費者庁との情報共有をより緊密に行う。

また、法令に基づく迅速かつ厳正な行政処分等に資するため、消費者利益を侵害する違法・不当行為の取締り等を行う消費者庁を始めとした行政機関等との間で緊密な情報交換を行う。さらに、関係行政機関への情報提供を積極的に行う。その際には、必要に応じ、センター法第42条第2項に基づく事業者の名称等の公表にも取り組む。

【指標】

- ・ 関係機関等への相談情報に関する情報提供件数（相談情報部提供分）

【目標水準の考え方】

相談事例等から得られる新たな手口・悪質事例等の情報は、消費者被害の発生又は拡大を防止するために重要であることから、関係機関等への情報提供件数を目標とし、31件（平成30年度～令和3年度の平均）以上の提供を行う。

【関連指標】

- ・ 情報提供における関係機関等の対応件数
（相談情報部：行政処分や業務改善等の対応）（令和3年度実績：6件）

② 消費生活センター等への情報提供

消費生活センター等からの経由相談及びバックアップ相談への対応から得られる知見について、消費生活センター等に対して情報提供を行う。

【指標】

- ・ 消費生活センター等への情報提供回数

【目標水準の考え方】

消費生活センター等からの経由相談及びバックアップ相談への対応から得られる知見について消費生活センター等に対して情報を提供していくことは重要であるため、消費生活センター等への情報提供の回数を目標とし、年間24回以上実施する。

(4) 関係行政機関等に対する改善要望

消費者基本計画第1章3において、「新たな課題の解決に向けて今後も不断の努力を続け、関連施策を更に充実させることが求められている」ことから、消費生活相談情報の収集・分析結果等を基に、関係行政機関等に対して制度等に関する改善要望を積極的に提出する。

【指標】

- ・ 関係行政機関等への要望件数（相談情報部要望分）

【目標水準の考え方】

制度改正等への要望は、消費者被害の発生又は拡大の防止に直接的に結びつくものであり、センターの大きな役割の一つであることから、関係行政機関等への要望件数を目標とし、5件（平成30年度～令和3年度の平均）以上の要望を行う。

【関連指標】

- ・ 関係行政機関の対応件数（相談情報部要望分）（令和3年度実績：4件）

(5) 消費生活相談員の処遇改善を通じた相談事業の質の維持・向上

消費者安全法第10条の3による消費生活相談員の法定化（平成26年6月13日同法改正）や、同法第11条及び消費者基本計画第4章（2）の消費生活相談員に係る規定等を踏まえ、センターの消費生活相談員について、専門職としての経験や能力に応じて適切に処遇改善が行われることを通じて、人材が確保されることにより、相談事業の質を維持・向上させる。

処遇改善については、第5期中期目標期間中を通じて、任用制度の見直し等を進めるとともに、センターの求人や他の消費生活センター等の制度設計に資するよう、センターの消費生活相談員の任用制度について情報提供を行う。

【指標】

- ・ 消費生活相談員等のキャリアパスや処遇を含めた任用に関する情報提供件数

【目標水準の考え方】

センターが、センターの任用制度に関する情報提供を行うことは、センターの求人や他の消費生活センター等の制度設計に資すると考えられることから、年間2件以上の情報提供を行う。

4. 商品テスト事業

消費者基本法第25条において、センターは、「消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等」における中核的な機関として積極的な役割を果たすことが規定されている。

また、契約法等改正法により、事業者に対する再発防止等の取組の働き掛けに活用する観点から、センター法に、消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益を保護するため特に必要があると認める場合の事業者の名称等の公表が規定された。

商品テスト事業の質の維持・向上及び適切性の確保のため、以下の項目を実施する。

(1) 商品テストの実施

消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、消費者の生活実態に即して必要な商品テストを行う。具体的には、地方公共団体から依頼のあった相談解決のための商品テスト、P I O-N E T、消費者庁との共同運営によって全国の参画医療機関から消費者事故の情報収集をしている医療機関ネットワークなどの事故情報から、重篤性や多発性、新規性等の観点から事案を選定した注意喚起のための商品テストを積極的に実施する。また、相談解決のための商品テストについては、原則として全てに対応し、重大事故等のおそれのある事案のテスト結果についても情報提供する。さらに、消費者安全法第14条の規定や設立10周年を迎えた消費者安全調査委員会との連携強化への取組を踏まえ、消費者事故等の原因究明や情報提供のために、消費者庁（消費者安全調査委員会を含む。）からの求めに応じ必要な協力を行う。なお、注意喚起のための商品テストについては、各分野の有識者により構成される商品テスト分析・評価委員会により、テストの企画立案、テスト結果の分析・評価及び公表の妥当性等について審議を行う。そのほか、必要に応じて関係機関との連携強化、外部化を始め、商品テスト事業を強化する。

【指標】

- ・ 注意喚起のための商品テスト実施件数

【目標水準の考え方】

注意喚起のための商品テスト実施件数については、同テストの重要度が高いことから、今後もこれまで以上の実施が期待される。そのため、各

年度の注意喚起のための商品テスト実施件数を目標とし、11件（平成30年度～令和3年度の平均）以上実施する。

【関連指標】

- ・商品テスト実施件数（令和3年度実績：194件）
- ・消費生活センター等からの依頼・相談件数（令和3年度実績：234件）
- ・テスト依頼への技術相談を含めた対応率（令和3年度実績：100%）
- ・他機関の知見等の活用回数（令和3年度実績：22件）

（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等に蓄積されている危害・危険、品質等に関する相談情報や医療機関ネットワーク等に登録された事故事例を調査・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取りまとめ、報道機関等を通じて国民に情報提供を行う。

【指標】

- ・公表件数（商品テスト部公表分）

【目標水準の考え方】

消費者被害の未然防止、拡大防止及び再発防止のためには、深刻な被害事例等に関する情報を迅速に分析して取りまとめ、国民に情報提供を行うことが重要であるため、各年度の公表件数（商品テスト部公表分）を目標とし、26件（平成30年度～令和3年度の平均）以上の公表を行う。

【関連指標】

- ・事業者名を含めた公表件数（商品テスト部公表分）
（令和3年度実績：4件）
- ・取材対応件数（令和3年度実績：101件）

② ウェブサイト等による情報提供

ウェブサイト等を通じて国民生活に関する諸問題に係る情報を適時適切に提供する。特に「くらしの危険」については、公表情報を積極的に活用し、事故防止に必要な情報をより分かりやすく提供する。

【指標】

- ・ウェブサイト公表回数（商品テスト部公表分）

【目標水準の考え方】

国民への情報提供に当たっては、ウェブサイトを通じた情報提供が重要であるため、各年度のウェブサイト公表件数（商品テスト部公表分）を目標とし、26件（平成30年度～令和3年度の平均）以上の公表を行う。

【関連指標】

- ・「くらしの危険」発行回数（令和3年度実績：6件）
- ・「くらしの危険」アクセス数（令和3年度実績：250,766件）

（3）関係機関への情報提供、情報共有及び情報交換

① 消費者庁等への情報提供、情報共有等

重大事故等や消費者事故等のおそれがある商品テスト結果に関して、必要な事項を適切かつ迅速に消費者庁へ通知するとともに、生命身体事案に係る情報共有のための会議の場等を通じ、P I O - N E T等に蓄積されている情報等を調査・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ついて、消費者庁との情報共有をより緊密に行う。

また、東日本大震災からの復興を支援するため、放射性物質に関する検査について、引き続き地方公共団体における実施体制を支援するとともに、地方公共団体からの依頼に基づく検査を実施する。

さらに、法令に基づく迅速かつ厳正な行政処分等に資するため、商品テストを通じて得た知見や専門性をいかし、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う。また、商品テスト等の対象商品・役務に関連する関係省庁、事業者団体などへの情報提供を積極的に行う。その際には、必要に応じ、センター法第42条第2項に基づく事業者の名称等の公表にも取り組む。

【指標】

- ・関係機関への情報提供件数（商品テスト部提供分）

【目標水準の考え方】

商品テスト等を実施した情報はそれぞれの内容に応じて、関係省庁、事業者団体において活用されるよう適切に提供することが重要であるため、各年度の関係機関への情報提供件数を目標とし、14件（平成30年度～令和3年度の平均）以上とする。

【関連指標】

- ・情報提供における関係行政機関の対応件数（商品テスト部：行政処分や業務改善等への要望についての対応）（令和3年度実績：12件）

② 消費生活センター等への情報提供

商品テストに係る技術情報等について、消費生活センター等に対し情報提供を行う。

【指標】

- ・消費生活センター等のテスト技術職員等との情報交換

【目標水準の考え方】

各年度の消費生活センター等に対する商品テストに係る技術情報等の提供の重要な機会となっているテスト技術職員等との情報交換回数を目標とし、3回（平成30年度～令和3年度の平均）以上実施する。

③ 関係機関等との情報交換、連携及びテスト重複の排除

同種又は類似の商品テストを実施する関係機関等との間で、定期的な会議を行うなど緊密な情報交換を行い、連携をより強化するとともに、商品テストが重複することのないよう調整を行う。

(4) 関係行政機関等に対する改善要望

商品テスト結果等を基に、関係行政機関等に対して制度等に関する改善要望を積極的に行う。

【指標】

- ・関係行政機関等への要望件数（商品テスト部要望分）

【目標水準の考え方】

商品テスト結果等により明らかになった問題点について、関係省庁や事業者団体に規格・基準の制定・見直し及び改善を要望することが重要であるため、関係行政機関等への要望件数を目標とし、10件（平成30年度～令和3年度の平均）以上実施する。

【関連指標】

- ・関係行政機関等の対応件数（商品テスト部要望分）
（令和3年度実績：8件）

5. 教育研修事業

センターは、消費者基本計画第5章4（1）「消費者教育の推進」及び第5章5（2）「国等における体制整備」、第5章5（3）「地方における体制整備」、消費者教育推進法、消費者教育推進基本方針及び消費者安全法に基づき、時々刻々と変化する状況に応じた受講ニーズを把握しつつ、消費者庁が推進

する施策の内容も踏まえ、消費者教育の担い手を育成するための研修、消費者行政職員及び消費生活相談員等を対象とした研修等の実施において、中核的な機関として積極的な役割を果たす必要がある。教育研修事業の質の維持・向上及び適切性の確保のため、以下の項目を実施する。

また、「被害者の救済に向けた総合的な相談体制の充実強化のための方策」も踏まえ、靈感商法を含めた悪質商法等に対してより効果的に対応できるよう、相談の現場の実態を踏まえ、地方の消費生活相談員等を対象とした研修を実施する。

(1) 実務能力向上のための研修

消費者行政職員、消費生活相談員等にとどまらず、学校教育関係者、消費者教育の担い手、社会福祉関係者、また、消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う民間の団体又は個人、さらには、消費者志向の経営を意識する事業者を対象とした研修を実施する。研修の手法としては、事例検討型・参加体験型研修やオンライン研修等の手法の効果的な部分を勘案しながら最適な組合せを模索しつつ実施する。また、研修内容は、P I O - N E T刷新後の業務体系を見据え、デジタル化に即したものに移行する等、時宜を得たものとなるよう、研修対象者のニーズに積極的に応じたものとなるよう、その充実を図る。

また、各地の地理的条件に配慮して、オンライン研修を推進しつつ、地方都市においても高い水準の研修を実施する。

【指標】

- ・受講者等アンケート結果における満足度（実務能力向上のための研修）
5段階評価中平均4以上

【目標水準の考え方】

実務能力向上のための研修内容に対する受講者へのアンケートについては、受講者から好意的な回答が寄せられる場合も多く、5段階評価において3（普通）未満の2、1の評価が付されることは少ないことから、4の評価を標準とし、4以上の評価を確実に得られることを目標とする。また、アンケートの精度を向上させるため、評価段階数や質問項目数を増やすこと、各項目の質問内容を多様化し回答の選択肢を多くすることなど、工夫に努めることとする。

【関連指標】

- ・消費者行政職員研修の受講者数（令和3年度実績：603人）
- ・消費生活相談員研修の受講者数（令和3年度実績：4,446人）
- ・消費者教育推進のための研修の受講者数（令和3年度実績：498人）

- ・消費生活サポーター研修の受講者数（令和3年度実績：133人）
- ・消費者リーダー研修の受講者数（令和3年度実績：760人）
- ・企業職員研修の受講者数（令和3年度実績：97人）
- ・Dラーニング（遠隔研修）の受講者数（令和3年度実績：8,653人）

（2）消費者教育推進のための研修

消費者教育推進法及び消費者教育推進基本方針、消費者安全法を踏まえ、消費者教育の推進に関する以下の取組等を実施する。

【指標】

- ・受講者等アンケート結果における満足度（消費者教育推進のための研修） 5段階評価中平均4以上

【目標水準の考え方】

消費者教育推進のための研修内容に対する受講者へのアンケートについても、受講者から好意的な回答が寄せられる場合も多く、5段階評価において3（普通）未満の2、1の評価が付されることは少ないことから、4の評価を標準とし、4以上の評価を確実に得られることを目標とする。また、アンケートの精度を向上させるため、評価段階数や質問項目数を増やすこと、各項目の質問内容を多様化し回答の選択肢を多くすることなど、工夫に努めることとする。

【関連指標】

- ・消費者教育推進のための研修の受講者数（令和3年度実績：498人）

① 高齢者・障害者等の消費者被害防止のための民生委員等への研修の実施

消費者教育推進法第13条第1項の規定及び消費者教育推進基本方針に基づき、センターは、地域において高齢者、障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者の消費者被害を防止し、安全を確保するための消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員、社会福祉主事、介護福祉士その他の支援関係者に対する消費者教育の担い手を育成するための研修を実施する。また、研修受講者にアンケートを実施し、今後の見直し等に活用する。

② 「実例を通じた消費者教育」推進のための消費生活センター等への支援

消費者教育推進法第13条第2項の規定及び消費者教育推進基本方針に基づき、消費生活センター等が収集した情報の活用による「実例を通じた消費者教育」が行われるようにするため、消費生活センター等に対し、情報提供等についての支援を行う。

③ 消費生活相談員等への専門的知識修得のための研修の実施

消費者教育推進法第16条第1項の規定及び消費者教育推進基本方針に基づき、消費生活相談員等に対する消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修を実施する。

(3) 試験業務

① 消費生活相談員資格試験

消費者安全法第11条の11第1項の規定に基づき、消費生活相談員資格試験を登録試験機関（平成28年4月26日に登録）として適正に実施する。

消費生活相談員資格試験の実施に当たっては、消費生活相談員資格保有者の地域偏在の解消を図る観点から、試験会場設置に関する必要な調査等を実施し、資格保有者数や地域バランス等を考慮した上で、地方都市においても実施する。

【指標】

- ・試験実施箇所数 全国15箇所以上のうち、より地域偏在解消を図る観点から設置する会場数5箇所以上
(令和3年度実績：20箇所（地域偏在解消会場5箇所）)

【目標水準の考え方】

試験実施箇所数については、第5期中期目標期間においても受験生の利便性に配慮し、交通の要衝を中心に全国15箇所以上で開催し、さらに、より資格保有者の地域偏在解消を図る観点から設置する会場数として、全国5箇所以上を目標とする。

【関連指標】

- ・受験申込者数（令和3年度実績：1,058人）
- ・合格者数（令和3年度実績：342人）

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消費生活相談員の資質・能力等を向上させるため、消費生活相談員資格試験と併せて、5年ごとに更新を必要とする消費生活専門相談員資格の審査及び認定を行う。

消費生活センター等での実務に就いていない消費生活専門相談員資格認定者が5年ごとに資格の更新を行う際に受講する講座を実施する。

また、消費生活相談員の採用を支援するため、国や地方公共団体等に対して資格認定者の情報を提供する。

なお、消費生活専門相談員資格認定制度に係る業務に関しては、その実施状況等を見つつ、必要な業務の見直しについて検討を行う。

【指標】

- ・資格認定者情報提供数

【目標水準の考え方】

消費生活センター等において相談業務に携わる消費生活相談員の担い手確保が求められる中、それに資する情報を提供することは重要であるため、資格認定者情報提供数を目標とし、2,050人（平成30年度～令和3年度の平均）以上について提供を行う。

【関連指標】

- ・受験申込者数／資格認定者数（令和3年度実績：1,058人／342人）
- ・更新講座実施回数／実施箇所数／受講による更新者数
（令和3年度実績：4回／インターネット配信／595人）
- ・更新対象者／更新者／更新率
（令和3年度実績：1,665人／1,228人／73.8%）

（4）調査研究

国・地方の消費者政策の企画立案や消費者行政の国際的展開に資するため、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 情報等を活用しつつ調査研究を行い、海外の消費者行政の動向について情報収集を行うなどして、広く国民に情報提供する。

【指標】

- ・「国民生活研究」の提供件数

【目標水準の考え方】

消費生活に重大な影響を及ぼす問題について調査研究等を広く国民に情報提供することは重要であるため、「国民生活研究」の提供件数を目標とし、2,886件（平成30年度～令和3年度の平均）以上提供を行う。

【関連指標】

- ・調査研究の情報提供件数（令和3年度実績：1件）

（5）教育研修の合理化と経費の節減

教育研修事業について、研修受講者のニーズや受講者数の動向を踏まえ、カリキュラムの内容の工夫や研修コースに応じた開催時期の設定等による合理化を行うとともに、地方公共団体との共催などにより経費を節減する。

6. 適格消費者団体及び特定適格消費者団体との連携等事業

センターは、センター法第10条第6号に規定する「適格消費者団体が行う差止請求関係業務（消費者契約法第13条第1項に規定する差止請求関係業務をいう。）の円滑な実施のために必要な援助を行う」業務及び同条第8号に規定する「特定適格消費者団体が行う消費者裁判手続特例法第56条第1項の申立てに係る仮差押命令の担保を立てる」（以下「立担保」という。）業務及びセンター法第43条の2「長期借入金をする」等の業務を一体的・効果的に実施するため、以下の取組を行う。

（1）適格消費者団体及び特定適格消費者団体との連携

適格消費者団体及び特定適格消費者団体との意見交換や情報共有等によって、一層緊密に連携するよう努める。

【指標】

- ・適格消費者団体及び特定適格消費者団体との意見交換等の件数

【目標水準の考え方】

契約法等改正法によってセンターに適格消費者団体に関する業務が追加され、適格消費者団体及び特定適格消費者団体との緊密な連携が一層求められる中であることから、意見交換等の件数を目標とし、年間9回（平成30年度～令和3年度の平均）以上実施する。

（2）適格消費者団体への援助

① 適格消費者団体との啓発活動等

適格消費者団体と共同して、適格消費者団体による差止請求訴訟制度の周知や消費者被害の実態調査等を行う。

【指標】

- ・適格消費者団体との共同事業の件数
 - 令和5年度 1回以上
 - 令和6年度から9年度まで 2回以上

【目標水準の考え方】

適格消費者団体による差止請求訴訟関係業務の援助としては、適格消費者団体による差止請求訴訟制度の周知や消費者被害の把握が重要であることから、これらに資するような事業を適格消費者団体が行い得るよう、共同して事業を行うことが必要である。そのため、1年目においてまず少なくとも1回実施し、2年目以降少なくとも2件以上実施するものとする。

② 適格消費者団体への情報提供

適格消費者団体の求めに応じ、適格消費者団体が差止請求権を適切に行使するために必要な限度において、消費生活相談等に関する情報を提供する。

【指標】

- ・適格消費者団体への情報提供方法等の周知団体数

【目標水準の考え方】

契約法等改正法によって適格消費者団体に提供する情報の範囲が拡大された中、よりの確に情報提供ができるよう、適格消費者団体への情報提供方法等の周知団体数を目標とし、全ての適格消費者団体（令和4年末時点：23団体）に周知する。

【関連指標】

- ・適格消費者団体からの照会への対応件数（令和3年度実績：117件）

（3）特定適格消費者団体立担保援助

① 立担保の実施

特定適格消費者団体からセンターへ担保を立てる要請があり、有識者による審査を経てセンターが担保を立てる決定をした事案については、裁判所が命じた期限までに担保を立てる。

② 立担保事案の適切な管理、求償

担保を立てた事案について、その後の裁判手続の経過と権利義務関係を把握し、適切な管理、求償を実施する。

7. 裁判外紛争解決手続（ADR）事業

センターは、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施する中核的な機関として、センター法第3章第2節の規定に基づき、積極的に裁判外紛争解決手続（以下「ADR」という。）を実施するとともに、事業の質の維持・向上及び適切性の確保のため、「独立行政法人国民生活センターADRの実施状況に関する検討会報告書」（平成29年7月28日公表）第Ⅲ章において提言された今後の対応に係る取組を実施する。

「被害者の救済に向けた総合的な相談体制の充実強化のための方策」において示されたADRの充実等の趣旨及び契約法等改正法により追加されたADRの計画的実施の趣旨を踏まえ、ADRの迅速化を図り被害者救済の実効性を向上させるため、デジタル化を通じた対応能力の強化に向けた取組等を

実施する。

(1) ADRの適切な実施及び利用しやすいADRへの改善

消費者被害の未然防止、拡大防止及び再発防止のためには、事案に即した対応を充実させることが重要である。

消費者紛争の迅速・適正な解決と同種紛争の発生又は拡大の防止のため、ADRを適切に実施し、解決水準を確保しつつ、申請日から3か月以内の手続終了（センター法施行規則第18条）とその期間短縮に努めるとともに、和解率を高めるよう努める。また、消費者がセンターのADRを利用しやすくなるよう申請書類の記入項目数、記入内容等の簡素化を図り、センター東京事務所以外（都内、地方都市）での開催や勤労者が出席しやすい夕刻からの開催だけでなく、インターネットを活用したオンライン開催も実施するなど、開催場所や開催時間の柔軟化も推進する。

また、ADRの迅速化を図り被害者救済の実効性を向上させるため、デジタル化を通じた対応能力の強化に向けた取組等を行う。

【指標】

- ・申請日から手続終了までの日数 平均90日以内

【目標水準の考え方】

申請日から手続終了までの所要日数の実績は、平成30年度92.3日、令和元年度91.2日、令和2年度93.8日、令和3年度93.3日と年度により振れがあり、和解率が上がるとその日数は増加する傾向にある。適切な解決水準を確保することが重要となる中、所要日数は消費者と事業者の両当事者の都合に依存し紛争内容も様々であるため、一概に短縮することが難しい面もある。こうした状況において、契約法等改正法では、手続は「適正かつ迅速に」実施すること、「当事者は適正かつ迅速な審理を実現するため、委員会による手続の計画的な実施に協力するもの」と規定されたことを受け、当事者の合意がある場合又は特別の事情がある場合を除き、所要日数「平均90日以内」を目標とする。

【指標】

- ・和解率 60%以上

【目標水準の考え方】

和解率の実績は、平成30年度から令和3年度まで6割以上を示し、特に令和2年度及び3年度は7割以上となるなど、他のADR機関の和解率と比較しても良好な実績を示しており、引き続き、和解率の向上に努めていくことが期待される。一方で、和解率の数値の性質からその引上げには

一定の限界があること、和解率の数値の引上げを過度に優先すれば消費者にとり和解水準の低下につながるおそれもあることから、和解率については過去の実績ベースを重視した目標とし、これを着実に達成した上で更なる高みを目指すことが重要であることから、過去実績と同等程度以上を目指した「60%以上」を目標とする。

【関連指標】

- ・ 事前問合せ対応件数（令和3年度実績：1,321件）
- ・ 申請件数（令和3年度実績：136件）
- ・ オンラインによる期日の実施率（令和3年度実績：93.7%）

（2）ADRの結果の相談業務等への活用推進

センターが実施したADRの結果を全国の消費生活センター等の相談業務等へ活用するため、消費生活相談員等の「期日」（紛争解決委員と消費者、事業者との話し合いの場）への同席等や申請を支援した消費生活センター等へのADR結果のフィードバック、解決水準の確保による「解決指針」の提示等の取組を行う。

（3）和解内容の履行確保

事業者による和解内容の履行を確保し、消費者被害の救済を実現するため、事案の性質に応じ、和解書の執行証書化による履行の確保、和解から仲裁への移行、消費者による裁判への積極的な支援等の取組を行う。

（4）消費者裁判手続特例法への対応

「消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律」（平成25年法律第96号。以下「消費者裁判手続特例法」という。）は、附則第2条により同法の施行前事案に関する消費者の請求に係る金銭の支払義務には適用されないことから、消費者の財産的被害が適切に回復されるよう、同法附則第6条に規定するADR（以下「センターADR」という。）の利用を促進し、その必要な措置を適切に実施する。

このセンターADRの利用に際しては、第1段階の共通義務確認訴訟中のセンターADRの保留が有益な場合もあることから、センターは、申請又は手続の進行を留保する仕組み、併合手続を行う仕組みを検討する。

また、消費者裁判手続特例法の施行後の事案であってもセンターADRを消費者が選択しようとする場合には、センターは、第2段階の簡易確定手続への参加の利点とセンターADRの選択に係る情報提供を適切に行う。

（5）国民への情報提供

国民生活の安定及び向上に図るために必要と認めるときは、紛争解決委員

会の決定に従い、センターは、結果の概要について記者公表を行うことにより報道機関等を通じた国民への情報提供を行う。

【関連指標】

- ・ 記者公表件数（紛争解決委員会事務局公表分）
（令和3年度実績：4件）
- ・ 事業者名を含めた記者公表件数（紛争解決委員会事務局公表分）
（令和3年度実績：4件）

第4 業務運営の効率化に関する事項

1. 業務及び運営体制の効率化

センターに求められる社会的要請に対応できるよう、理事長のリーダーシップの下、必要に応じて、新たな社会的要請に応える新規事業の創設、既存事業の廃止を含めた見直し、人員配置や組織編制の見直しを行う。

また、消費生活相談のデジタル化を進める中で、消費生活センターとの役割分担について消費者庁とともに検討を進め、センターが強化・集中すべき業務の在り方について検討を進める。

2. 一般管理費（人件費を除く。）及び業務経費の削減

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、業務経費について、毎年度、前年度比1%以上の削減を図る。ただし、いずれかの目標が未達成の場合においては、一般管理費（人件費を除く。）及び業務経費の合計額について、前年度合計額比1.18%以上の削減を図る。

なお、各年度以降で新規に追加されるもの、拡充分、特殊要因や公租公課により増減する経費を除くこととし、新規に追加されるものや拡充分については、翌年度から同様の方式に基づく削減により効率化を達成する。

【指標】

- ・ 一般管理費増減比 -3.0%以上
 - ・ 業務経費増減比 -1.0%以上
- 又は
- ・ 一般管理費及び業務経費の合計額の増減比 -1.18%以上

【目標水準の考え方】

第5期中期目標においても、毎年度、一般管理費の削減額3%以上（効率化係数0.97）、業務経費の削減額1%以上（効率化係数0.99）を原則とするが、一般管理費と業務経費の比率は、おおむね1：9程度であることから、仮に業務経費で大幅な削減の成果を上げて目標を大きく超過達成しても、一般管理費でわずかに削減目標を達成できなかった場合、目標未

達成との評価となる。このため、第5期中期目標においても、両経費の合計の削減金額により目標達成の評価を行うことも可とする。この方式において、毎年度の効率化係数を0.9882と設定する場合、両経費を毎年度それぞれ個別に削減（一般管理費3%削減、業務経費1%削減）する場合よりも5年間の削減額が大きくなることから、両経費の合計額の削減を前年度合計額比1.18%以上とする目標設定とする。

【関連指標】

- ・一般管理費
- ・業務経費

3. 適正な給与水準の維持

給与水準については、国民の理解と納得が得られるよう、国家公務員の給与水準を十分に考慮し、手当を含めた役員の報酬、職員の給与の在り方について検証を行った上で、引き続き給与水準の適正化を図る。なお、給与水準の適正化に当たっては、その取組状況や検証結果について公表する。

4. 適正な入札・契約の実施

契約は、原則として一般競争入札等による競争性のあるものとする。「独立行政法人における調達等合理化の取組の推進について」（平成27年5月25日総務大臣決定）に基づき、センターが策定する「調達等合理化計画」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により随意契約の適正化等を推進し、契約に係る情報の公開を引き続き推進する。

5. 保有資産の有効活用

ポストコロナ下の施設面での環境変化に対応するため、相模原の研修施設において、オンライン型と集合型の研修を組み合わせ、稼働率と研修効果を高めるなど、施設の有効活用を進める。

【指標】

- ・研修室稼働率

【目標水準の考え方】

相模原の研修施設の有効活用を進める観点から、研修室稼働率を目標とし、35%（平成30年度～令和3年度の平均）以上であって中期計画で定める稼働率以上で稼働させる。

6. 自己収入の拡大・経費の節減

出版物の販売、研修受講料・宿泊料等について、受益者負担が適正かどうか

検証し、必要に応じて見直す。

第5 財務内容の改善に関する事項

中期目標期間における予算、収支計画及び資金計画について、適正に計画し健全な財務体質の維持を図る。また、「第4 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及び年度計画の予算を作成し、当該予算の範囲で業務運営を行うとともに、独立行政法人会計基準等を遵守し、適正な会計処理に努める。

第6 その他業務運営に関する重要事項

1. 市場化テストの実施

「公共サービス改革基本方針」（令和4年7月5日閣議決定）に基づき民間競争入札により事業を実施している相模原事務所の建物維持管理業務及び研修宿泊関係業務（契約期間：令和3年4月から令和6年3月までの3年間）については、実施要領に基づき適切に運営する。

2. 情報セキュリティ対策

政府機関等のサイバーセキュリティ対策のための統一基準群を踏まえ、センターの情報セキュリティに係る規定を適時適切に見直すとともに、これらに基づき情報セキュリティ対策を講じ、センターに対するサイバー攻撃への防御力、攻撃に対する組織的対応能力の強化に取り組む。また、情報セキュリティ対策の実施状況を毎年度把握し、PDCAサイクルにより情報セキュリティ対策の改善を図る。

3. 内部統制の充実・強化

「独立行政法人の業務の適正を確保するための体制等の整備」について」（平成26年11月28日総管査第322号総務省行政管理局長通知）に基づき、業務方法書に定めた事項を確実に実施する。内部統制の充実・強化を図るため、内部統制委員会の開催や内部通報制度の整備・運用等によるコンプライアンスの徹底等、内部統制環境を整備・運用するとともに不断の見直しを行う。また、定期的に内部監査等によりモニタリングや検証を行い、監事による監査機能を強化する。

4. 情報システムの整備及び管理

情報システムの整備及び管理については、デジタル庁が策定した「情報システムの整備及び管理の基本的な方針」（令和3年12月24日デジタル大臣決定）にのっとり、PMOがPJMOを支援し、情報システムの適切な整備及び管理を行う。

また、業務の効率化、全職員のテレワーク環境の構築、業務継続計画の確保、

働き方改革等を実現するため、センターのPC-LANシステムについて情報セキュリティを確保しつつ刷新し、電子メールや電子決裁、電子的な文書作成、予算管理及び会計処理等のシステムを最適化する。

【指標】

- ・ PMOによるPJMO支援実績

【目標水準の考え方】

各年度のPMOによるPJMO支援について、年間2件以上実施することを目標とする。

国の政策体系における独立行政法人国民生活センター

国の政策

- 経済社会の発展に即応して、消費者の権利の尊重及びその自立の支援等を基本とした消費者政策の推進（消費者基本法第3条）
⇒ 消費者政策の推進に関する計画の策定（消費者基本計画）
- 消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成（消費者教育の推進に関する法律第3条）
⇒ 消費者教育に関する基本的な方向及び推進内容等を策定（消費者教育の推進に関する基本的な方針）

消費者庁の政策

○消費者行政の司令塔・エンジン役

- ・地方消費者行政に関する政策の企画・立案、推進
- ・消費者事故に関する情報の集約、分析、発信
- ・消費者安全法に係る「隙間事案」の執行
- ・適格消費者団体・特定適格消費者団体の認定・監督

- ・消費者教育に関する政策の企画・立案、推進
- ・消費生活に関する制度の企画・立案、推進
- ・特定商取引法、景品表示法等に係る執行
- ・食品安全に係る総合調整

国民生活センター

○消費者基本法第25条に基づく役割

国及び消費者団体等の関係機関と連携し、

- ・国民の消費生活に関する情報の収集及び提供
- ・事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談
- ・事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決

- ・消費者に対する啓発及び教育等
- ・消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等
- ・役務についての調査研究等

における中核的な機関として積極的な役割を果たす

事務・事業

○相談対応

- ・消費生活センター等からの経由相談への対応
- ・地方のバックアップ機能としての消費者からの相談受付
- ・越境消費者センターによる相談対応
- ・相談の分析・注意喚起

○相談情報の収集・分析・提供

- ・全国の相談情報の収集・分析
- ・PIO-NETの運営・管理

○商品テスト

- ・相談解決のためのテスト
- ・被害拡大防止のためのテスト及びそれに基づく注意喚起

○広報・普及啓発

- ・記者説明会、出版物等を通じた広報・普及啓発

○裁判外紛争解決手続（ADR）

- ・「重要消費者紛争」の適切・迅速な解決に向けた裁判外手続を実施
- ・手続の結果概要を公表

○教育研修・資格制度

- ・地方公共団体の消費生活相談員、消費者行政職員等の能力向上のための研修
- ・消費生活相談員資格試験の実施

○適格消費者団体援助事業

- ・適格消費者団体が行う差止請求関係業務に関する情報提供、活動に対する啓発等

○特定適格消費者団体立担保支援事業

- ・消費者裁判手続特例法に基づく特定適格消費者団体の被害回復の支援等