



<p>(1) 消費生活情報の収集 ①P I O-N E Tの運営 センター及び地方センターへの苦情相談が大幅に増加する中、P I O-N E T (全国消費生活情報ネットワーク・システム)の運営の効率化と情報提供の迅速化を図るため、P I O-N E Tのホストコンピュータシステムの見直しに着手するとともに、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。 利用者がP I O-N E Tに登録された苦情相談の傾向及び特徴について随時知ることができる「消費生活相談データベース」については、1週間以内ごとにデータを更新する。</p>	<p>(1) 消費生活情報の収集 ①P I O-N E Tの運営 ・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。</p>	<p>・最新の技術情報等の収集状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>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行うこととした。 平成16年度においては、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及び説明を求め、提供された資料並びに関連の説明を基に、「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」をとりまとめた。</p>	A	A	A	
	<p>・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。</p>	<p>・対応方法等の検討状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>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。 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、ホストコンピュータシステムの見直しに向け、検討することとした。</p>	-	-	-	<p>形式的には年度計画を達成できていないが、国の新たな方針が示されたことによるものであり、作業の次年度への先送りも、やむを得ないものと認められる。次年度以降、十全な対応により、ホストコンピュータのシステム構築が、最適で最大の効果をあげるよう、検討を期待したい。</p>
	<p>・相談カード入力項目に関する改善の検討を行う。</p>	<p>・改善のための検討状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>相談カード項目のうちの「記載すべき項目」の見直しのため、都道府県及び政令指定都市の消費生活センターに対し、「相談カード項目別重要度調査」を実施し、そ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」を確定させた： 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 これにより、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。</p>	A	A	A	
	<p>・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。</p>	<p>・システムの検討状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>平成16年度においては、導入方法や時期について検討を行う予定であったが、前出の生活情報体制整備等交付金並びにP I O-N E Tシステム運営の国民生活センターへの全面移管に歩調を合わせる必要が出てきたため、検討・導入に関する以下の事項を一気に実施し、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： 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を実施 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を実施。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も実施 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) ④ 直接作成システム配備台数の確定 配備希望調査実施(平成16年11月) 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)に基づき確定 ⑤ 研修の実施 直接作成システム管理担当者研修(平成16年11月～12月) 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) 直接作成システム相談員研修(関東甲信越 平成17年2月) 直接作成システム相談員研修(上記以外 平成17年3月) 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</p>	A	A	A	
<p>・「電子版キーワードマニュアル」を作成する。</p>	<p>・マニュアルの作成及び地方への配布</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>「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」の電子版を作成し、各地の消費生活センターの求めに応じて、84箇所に配布した。</p>	A	A	A	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>データ更新の実施状況</li> </ul>	100回以上	50回以上 100回未満	25回以上 50回未満	25回未満	毎週2回（水曜・金曜）の更新を原則に実施し、合計100回の更新をした。	A	A	A	
<p>②消費者トラブルメール箱</p> <p>インターネットを通じて、消費者から直接、トラブル等の実態を迅速に把握する「消費者トラブルメール箱」について、認知度を高めることにより、中期目標の期間中、年平均3,500件を上回る情報を収集する。（平成14年度実績：3,254件）。</p>	<p>②消費者トラブルメール箱</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報収集件数の結果</li> </ul>	3,500件以上	2,500件以上 3,500件未満	1,500件以上 2,500件未満	1,500件未満	<p>平成16年度の収集件数は5,967件（1日平均約16件）で、平成15年度に比べ1,174件増加した。</p> <p>収集を開始した平成14年度からの年度別収集件数推移は以下の通り：</p> <p>平成14年度：3,254件（1日平均約9件）</p> <p>平成15年度：4,794件（1日平均約13件）</p> <p>平成16年度：5,967件（1日平均約16件）</p> <p>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、商品サービス分類上、「運輸・通信サービス」と「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14年度以降の「運輸・通信サービス」と「商品一般（商品を特定できない相談）」を合わせた年度別件数は以下の通りである：</p> <p>平成14年度：1,103件（架空請求関連推定件数：約660件）</p> <p>平成15年度：2,595件（架空請求関連推定件数：約1,560件）</p> <p>平成16年度：3,905件（架空請求関連推定件数：約2,340件）</p> <p>上記の通り、架空請求関連の相談件数が全体の件数に占める割合は多く、各年度における収集件数増は架空請求問題という要因が大きく影響している。なお、架空請求については、その問題性の高さから様々な対策がとられているため、今後は徐々に沈静化するものと考えられる。</p>	A	A	A	
<p>寄せられた情報については、年4回以上、集計結果やトラブルの概要を公表する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>4回公表の実績</li> </ul>	4回公表	3回公表	2回公表	1回公表	<p>平成16年4月、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、主な事案等及び年間統計をホームページ上に公表した（計5回）。</p>	A	A		
		<ul style="list-style-type: none"> <li>公表内容の充実状況</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				<p>具体的な公表内容は、四半期毎の商品・サービス分類別の収集状況に加えて、以下のような事例を公表している：</p> <p>平成16年4月公表（平成16年1月～3月分集計結果）</p> <p>① ホットカーペットによる熱射病の可能性について</p> <p>② ノート型パソコンのドライブ装置の不具合について</p> <p>平成16年7月公表（平成16年4月～6月分集計結果）</p> <p>① ベビーカーの指挟み事故</p> <p>② 消費税の総額表示</p> <p>平成16年10月公表（平成16年7月～9月分集計結果）</p> <p>① 架空請求・不当請求の新たな手法</p> <p>② 個人情報の取り扱いについて</p> <p>平成17年1月公表（平成16年10月～12月分集計結果）</p> <p>① 新製品の初期不良に関する情報提供</p> <p>② オンラインゲーム運営業者の管理責任</p>	A	A	A
<p>(2) 国民への情報提供</p> <p>①報道機関等を通じた情報提供</p> <p>PIO-NETに蓄積されている情報やセンターが処理し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</p>	<p>(2) 国民への情報提供</p> <p>①報道機関等を通じた情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提供件数の実績</li> </ul>	20テーマ以上	15テーマ以上 20テーマ未満	10テーマ以上 15テーマ未満	10テーマ未満	<p>合計21テーマの情報提供を行った。</p> <p>また、被害の未然防止・拡大防止のため、関係事業者（団体）及び関係行政機関へ必要な要望及び情報提供を、合計12件行った。</p>	A	A		
<p>に関する情報を重点的に報道機関や他の媒体</p>	<p>防止の観点から必要がある場合には、関係事業者</p>						21テーマによる情報提供の内容は以下の通り：				

<p>に、報道機関への提供を通じ、中期目標の期間中、年平均で20テーマ以上提供する（平成14年度実績17テーマ）。 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。</p>	<p>の目的には、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。</p>	<p>・要望及び情報提供の内容</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>① 商品先物取引に関する消費者相談の傾向と問題点                  ② 飲み残し清涼飲料容器の破裂による事故！                  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                  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                  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                  ⑨ 2003年度のPIONEER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』                  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                  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                  ー法施行後3年ー                  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                  ⑯ 個人情報を開き出す「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                  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とう会員権のトラブル                  ⑳ クレジット会社の与信問題                  ー商品割賦購入あっせん契約における過剰与信等についてー                  個人情報流出事故に関する事業者調査結果</p> <p>関係機関等への要望又は情報提供実績は以下の通り：                  ① 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                  金融庁等に情報提供                  ② パケット通信における接続先の開示等について                  電気通信事業者協会に要望、総務省、内閣府に情報提供                  ③ 役務付き学習教材の消費者取引における適正化について                  経済産業省、日本訪問販売協会に要望、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                  ④ 架空請求に関する消費者トラブルの防止について                  総務省、電気通信事業者協会に要望、警察庁、内閣府に情報提供                  ⑤ 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の公表について                  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                  ⑥ 商品割賦購入あっせん契約に関する消費者トラブルの防止について（「パソコン内職」に関するトラブルについて）                  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、金融庁、全国貸金業協会連合会に情報提供                  ⑦ 「まつ毛パーマ」のトラブルについて                  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                  ⑧ 家庭用電気治療器具に関するトラブルについて                  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                  ⑨ 「結婚相手紹介サービス」における消費者取引の適正化について                  経済産業省、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要望、内閣府に情報提供                  ⑩ 商品割賦購入あっせん契約に係わる与信の適正化について                  全国信販協会、日本クレジット産業協会に要望、経済産業省に情報提供</p> <p>⑪ 直取型固定電話サービスに係る苦情について                  総務省に情報提供                  ⑫ 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                  電気通信事業者協会に要望、文化庁に情報提供</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	<p>A</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------	---------------------	------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------	----------	----------	----------

<p>②出版物、テレビ番組、ホームページ等による情報提供</p> <p>ア. ホームページ</p> <p>ホームページで提供する情報の内容については、被害の防止や解決に役立つ情報の充実を図るとともに、ADR（裁判外紛争処理）機関情報、消費者教育情報の専用コーナーを新設するなど、消費者のニーズや意見に即して一層充実させる。</p> <p>これにより、アクセス件数を中期目標の期首年度に比べ期末年度には20%以上の増加となるようにする。また、ITの一層の活用を図る観点から、携帯電話による情報提供を充実する。</p>	<p>②出版物、テレビ、ホームページ等による情報提供</p> <p>ア. ホームページ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホームページのアクセス状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>トップページアクセス件数は約329万3千件で、前年度比37.4%増となった。また、月の平均アクセス件数も約27万4千件となり、前年度の約20万件を約7万4千件上回った。</p>	A	A		
<p>イ. テレビ番組</p> <p>暮らしに役立つ情報を国民に分かりやすく提供するため、視聴者モニター会議の意見等を活用し、番組の企画・構成面の充実を図るとともに、番組内容に関する視聴者モニターに対するアンケート調査を毎年度実施し、5段階評価で平均4以上の満足度の評価を得る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>携帯電話による情報提供の充実を図る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ホームページの充実内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>従来のコンテンツに加え、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、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 ぐらしの110番」というページを設置し、関連情報を掲載する等積極的な情報提供を行った。</p>	A	A	A	
<p>イ. テレビ番組</p> <p>暮らしに役立つ情報を国民に分かりやすく提供するため、視聴者モニター会議の意見等を活用し、番組の企画・構成面の充実を図るとともに、番組内容に関する視聴者モニターに対するアンケート調査を毎年度実施し、5段階評価で平均4以上の満足度の評価を得る。</p>	<p>イ. テレビ番組</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート調査で「5段階評価で4以上の満足度」の結果</li> </ul>	<p>平均4以上</p> <p>平均3以上 平均4未満</p> <p>平均2以上 平均3未満</p> <p>平均2未満</p>	<p>平成16年度の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：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実施時期：平成17年3月</li> <li>実施場所：大阪及び仙台</li> <li>対象者数：大阪40名、仙台40名 計80名</li> <li>回収率：実際に対面しての調査のため100%</li> </ul> <p>調査の結果、満足度については5段階評価で「4.6」を得た。</p>	A	A		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート調査結果を受けて企画・構成面に対する反映状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>アンケート調査結果を受けて企画・構成面に対する反映状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>平成15年度実施のアンケート調査結果では「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ので、平成16年度放映分については、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：</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>平成16年度実施のアンケート調査を通じて得られた「今後取り上げてほしいテーマ」は以下の通りであった：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>個人情報保護に関するもの</li> <li>住まいの防犯対策に関するもの</li> <li>うまい話にひそむ危険に関するもの</li> <li>携帯電話とネットトラブルに関するもの</li> </ul> <p>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した。</p>	A	A	A	

<p>ウ. 定期出版物等 一般消費者を対象に年1回刊行する「くらしの豆知識」については、消費者が必要とする最新情報の提供と適切なテーマ選定を行うため、読者等へのアンケート調査とヒアリングを毎年度実施し、その結果を編集作業等に活用する。</p> <p>地方公共団体の職員及び消費者団体の指導者層を対象とする月刊誌「国民生活」については、消費者問題、消費者情報に関する専門誌としての充実を図るため、読者等へのアンケート調査を毎年度実施し、その結果を企画・編集等に活用する。</p> <p>商品テスト記事を中心とする生活情報月刊誌「たしかな目」については、センターが実施した調査や商品テスト等の情報と取材等を有機的に結びつけることにより内容の充実を図る。また、読者等へのアンケート調査を毎年度実施し、その結果を編集作業等に活用する。</p> <p>これらの定期出版物については、読者への満足度アンケート調査において、5段階評価で平均4以上の満足度の評価を得る。</p>	<p>ウ. 定期出版物等 ・「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。</p>	<p>・アンケート調査で「5段階評価で4以上の満足度」の結果</p>	平均4以上	平均3以上 平均4未満	平均2以上 平均3未満	平均2未満	<p>平成16年度の読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：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実施時期：平成17年3月</li> <li>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</li> <li>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%）</li> </ul> <p>調査の結果、満足度については5段階評価で「4.5」を得た。</p>	A	A	A	
		<p>・消費者ニーズに対応するテーマ選定の状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>平成15年度実施のアンケート調査結果を内部で検討した結果、「携帯電話とネットトラブル」「インターネットオークション」「若者の契約トラブル」「通信販売のトラブル」が特集テーマの候補案となった。</p> <p>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した。</p>	A	A		
	<p>・「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。</p>	<p>・アンケート調査で「5段階評価で4以上の満足度」の結果</p>	平均4以上	平均3以上 平均4未満	平均2以上 平均3未満	平均2未満	<p>平成16年度の読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：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実施時期：平成17年1月</li> <li>対象者数：定期購読者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</li> <li>回収率：53.8%（回答者数70名）</li> </ul> <p>調査の結果、満足度については5段階評価で「4.1」を得た。</p>	A	A	A	
		<p>・内容の充実状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>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：</p> <p>①消費者基本法 ⑤消費者被害救済と司法 ②環境問題 ⑥消費生活相談員の意義と役割 ③特定商取引法 ⑦個人情報保護法 ④高齢社会</p> <p>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。</p>	A	A	A	
	<p>・「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。</p>	<p>・アンケート調査で「5段階評価で4以上の満足度」の結果</p>	平均4以上	平均3以上 平均4未満	平均2以上 平均3未満	平均2未満	<p>平成16年度の読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：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>実施時期：平成17年3月</li> <li>対象者数：定期購読者4,000名の5%にあたる200名</li> <li>回収率：43.5%（回答者数87名）</li> </ul> <p>調査の結果、満足度については5段階評価で「4.4」を得た。</p>	A	A	A	
		<p>・内容の充実状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>平成15年度に実施した読者等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、当センターにしかない消費者からの苦情相談情報、商品テスト情報などを中心に、記事を企画してほしい旨の希望があった。</p> <p>これらを踏まえ、平成16年度は、以下のようなテーマの記事を毎号掲載した：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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！）</li> <li>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）</li> <li>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）</li> </ul>	A	A	A	
<p>(3) 苦情相談 ①苦情相談 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</p>	<p>(3) 苦情相談 ①苦情相談 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</p>	<p>・弁護士等専門家(消費生活専門相談員を除く)の配置状況</p>	150日 以上	100日 以上 150日 未満	50日 以上 100日 未満	50日 未満	<p>以下の通り配置した：</p> <p>弁護士（法律相談）：97日 一級建築士（住宅相談）：30日 自動車専門家（自動車相談）：24日 合 計：151日</p>	A	A	A	
<p>関連する新たな法律の制定等に適切に対応しつ</p>	<p>連する新たな法律の制定等に適切に対応しつ</p>			<p>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。</p>			A				

<p>に守り週刊に心しつ、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。</p>	<p>守り週刊に心しつ、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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・専門家と連携を図り、迅速かつ公正なあっせん処理状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>あっせん解決に至った主な事例は以下の通り：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 個品割賦購入あっせん契約を認めない消費者金融業者</li> <li>・ 訪問販売で契約したのにクーリング・オフできない個人年金</li> <li>・ 教育指導員の肩書きの販売員が指導するというので契約した補習用教材</li> <li>・ 判断不十分者を狙った次々販売</li> <li>・ 国民生活センターのパソコンに届いたアダルトサイトの不当請求</li> </ul>	A	A										
<p>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専門相談員を配置するなど苦情相談機能の充実強化を図る。</p>	<p>②個人情報の取扱いに関する苦情相談</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ データベースの構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>本データベースの基本仕様に関する内閣府の決定が平成16年8月末となったため、そこから国際入札仕様書の作成を経て、平成17年1月に開発業者を決定の上、データベース構築を行った。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に寄せられた個人情報に関する苦情相談情報について、平成17年4月から収集できるように対応した。</p>	A	A	A									
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 苦情相談機能の充実状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>平成17年4月1日からの本格稼働に備え、以下の準備を行い、個人情報相談受付処理業務が円滑に行える体制を整備した：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 個人情報相談窓口のスペース新設</li> <li>・ 専用電話の新設</li> <li>・ 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の試行を実施</li> <li>・ 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者を対象に相談員を募集し、7名を配置</li> <li>・ 「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の実施</li> </ul>	A	A	A									
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 相談処理マニュアルの内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>「個人情報に係る相談処理マニュアル検討委員会」及び同作業部会を設置し、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も参考としながら編集作業を行った。その結果、個人情報保護法に関する解説から相談処理の具体的指針まで広範にわたる内容からなる実践的なマニュアルが完成した（平成17年1月）。</p> <p>この「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に約4,000部を配布した。</p>	A	A	A									
<p>③地方センターの苦情相談処理への支援 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。地方センターからの苦情相談の移送、地方センターとの共同処理、地方センターへの助言などの経由相談について、専門的知見を有する職員や消費生活専門相談員の適切な配置を行うとともに、地方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。これらにより、中期目標の期末年度において、全相談件数に占める経由相談の比率を50%以上とする。（平成14年度実績39.5%）</p>	<p>③地方センターの苦情相談処理への支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経由相談の実施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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 経由相談の処理状況（件数、相談内容の分析）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>平成16年度に受け付けた相談8,911件の内、経由相談は3,767（42.3%）であった。経由相談受付後は、「助言」に加え、事案の特徴に即して「共同処理」や「移送」（「処理依頼」）に応じるなど積極的に対応し、問題の解決を図っている。平成16年度のそれぞれの件数は以下の通り：</p> <table border="1"> <tr> <td>移送</td> <td>28件</td> </tr> <tr> <td>共同処理</td> <td>398件</td> </tr> <tr> <td>助言</td> <td>3,266件</td> </tr> <tr> <td>その他（処理中を含む）</td> <td>75件</td> </tr> </table> <p>移送、共同処理を行った主な事例は以下の通り：</p> <p>&lt;移送&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 高額な解約料を請求する結婚相手紹介サービス業者</li> </ul> <p>&lt;共同処理&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 強引に勧誘し、複数契約させた連鎖販売取引業者</li> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul> <p>「消費生活相談緊急情報」を計12回発行（総索引1回を含む）し、以下の事項について各地の消費生活センターに情報提供を行った：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 複数の販売代理店がある業者</li> </ul>	移送	28件	共同処理	398件	助言	3,266件	その他（処理中を含む）	75件	A	A		
移送	28件															
共同処理	398件															
助言	3,266件															
その他（処理中を含む）	75件															

	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活相談緊急情報の発行</li> </ul>	12回以上	8回以上 12回未満	4回以上 8回未満	4回未満	<ul style="list-style-type: none"> <li>突然請求された会員サービスの月会費</li> <li>個品割賦購入あっせん契約を認めない消費者金融業者</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>高額当選したかのようなDMで申込みさせる海外宝くじ</li> <li>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</li> <li>強引に勧誘し、複数契約させた連鎖販売業者</li> <li>高額な解約料を請求する結婚相手紹介サービス業者</li> <li>高齢者に次々と高額な契約をさせる業者</li> <li>旅行会社から流出した個人情報</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>高齢の母が訪問販売で契約した個人年金</li> <li>相談者の積極的な行動が功を奏した事例</li> <li>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ナー</li> <li>勤務提供開始後は、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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>本人確認が不十分で未成年が簡単に高額決済ができてしまうオンラインゲーム</li> <li>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</li> <li>子供のいたずらが起きたオークションのトラブル</li> <li>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</li> <li>平成16年度 問題業者一覧（総索引）</li> </ul>	A	A	A
	<ul style="list-style-type: none"> <li>製品事故情報の発行</li> </ul>	6回以上	4回以上 6回未満	2回以上 4回未満	2回未満	<p>「製品関連事故情報」を隔月1回計6回発行し、以下の事項について各地の消費生活センターに情報提供を行った：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>開栓時に手を切るアルミ製のスクリュウキャップ</li> <li>使用中に転倒し、尾てい骨を脱臼した折りたたみ椅子</li> <li>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</li> <li>髪の毛を巻き込んだ家庭用電気マッサージ器</li> <li>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</li> <li>顔に痕が残ったホクロ除去クリーム</li> <li>電子レンジで温める湯たんぽで足にやけど</li> <li>ニコチン中毒になった咳止め薬</li> <li>ユニットバスの棚を溶かしたヘアマニキュア</li> <li>掃除中のガラスが割れたスチームクリーナー</li> <li>ベビーカーのハンドルに乳児の手が挟まった</li> <li>足の指を骨折した買い物用押し車</li> <li>髪の毛を巻き込んだマッサージチェア</li> <li>両手鍋の取っ手が脱落してこぼれた熱湯で足をやけど</li> <li>電子レンジ専用の哺乳ビン消毒ケースが発火</li> <li>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</li> <li>破裂して天井に突き刺さったアスパラガスの缶詰</li> <li>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</li> <li>スチームアイロンが転倒して足をやけど</li> <li>異物が混入していた紙おむつ</li> <li>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</li> </ul>	A	A	
<ul style="list-style-type: none"> <li>中核機関としての業務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け</li> </ul>							<p>平成16年度における業務運営状況は以下の通り： 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。</p>	

		<p>「核機関としての役割」の運営状況</p>	<p>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>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。</p> <p>③ 消費者契約法や製造物責任法による訴訟等の情報を収集し、提供した。</p>	A	A		
		<p>・地方センターでの情報の活用状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>「消費生活相談緊急情報」並びに「製品関連事故情報」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ち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、その有用性が確認されている。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。</p>	A	A		
	<p>・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。</p>	<p>・経由相談の比率状況</p>	40%以上	—	—	40%未満	<p>平成16年度に受け付けた相談8,911件の内、経由相談は3,767件であり、全相談に占める割合は42.3%であった。</p>	A	A	A	
<p>④消費者苦情処理専門委員会 苦情相談のうち、消費者契約法に抵触するなど消費者利益の擁護において重要な事案については、苦情処理の円滑な解決を図る観点から、学識経験者などで構成する消費者苦情処理専門委員会 で公正・中立的な立場から助言等を行うことにより、適正かつ迅速な解決を図る。同委員会については、都道府県の苦情処理委員会等に年4件以上の情報を提供できるように、その組織・機能を見直し、小委員会を活用するなど柔軟な運用により苦情処理の推進に活用を図る。</p>	<p>④消費者苦情処理専門委員会 ・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。</p>	<p>・地方センターへの情報の提供状況</p>	4件以上の情報提供	3件の情報提供	2件の情報提供	1件の情報提供	<p>平成16年7月に「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、また、平成17年3月に「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」について小委員会より助言を得て、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。 なお、「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、電気通信事業者協会に対して要望、文化庁に情報提供を行った。</p>	C	C		<p>苦情処理専門委員会の助言を受けて行った情報提供が地方センター等で活用されているものの、2年連続して情報提供件数が目標を下回っている。情報提供が行われなければ、地方センター等での苦情処理に活用することもできないため、処理件数に関する指標と同じく、項目評価は「C」評価とした。</p>
		<p>・地方センターでの情報の活用状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>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以下の相談処理が行われている。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> <li>「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。</li> </ul>	A	A		
<p>⑤苦情処理・紛争解決に関する総合的窓口機能の整備 地方センターのほか、都道府県の消費者苦情処理委員会、民間のPLセンターなど、他の苦情処理・紛争解決機関との連携を図り、ホームページにADR（裁判外紛争処理）機関情報の専用コーナーを新設する等により、消費者トラブルに係る総合的窓口としての機能整備を進める。</p>	<p>⑤苦情処理・紛争解決に関する総合的窓口機能の整備 ・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。</p>	<p>・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状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>平成16年度においては、以下の情報収集・検討を行った：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul> <p>また、「総合法律支援（司法ネット）」の中心的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、センターが蓄積してきた相談処理業務に係る知識・経験等を提供し、意見交換を行った。</p>	A	A	A	<p>総合法律支援の中核的機関となる「日本司法支援センター」との意見交換等を行うとともに、消費者トラブルにかかる総合的窓口としての機能整備についての情報収集を行い、検討に着手していることから「A」評価とした。ただし、中期目標に掲げられた内容について、いまだ情報収集段階にとどまっており、次年度以降のさらなる作業の進捗に期待する。</p>

<p>(4) 関連機関への情報提供 ①地方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、地方センターに対し情報提供を行う。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、2年以内に電子媒体等の手段を通じた情報提供を開始する。業務運営に当たっては、毎年度、全国の消費生活センターの意向や要望を聴取し、その結果を活用する。</p>	<p>(4) 関係機関への情報提供 ①地方センターへの情報提供 ・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。</p>	<p>・「P I O - N E T 通信」の毎月1回の発行及び地方センターへの提供</p>	<p>12回以上</p>	<p>8回以上 12回未満</p>	<p>4回以上 8回未満</p>	<p>4回未満</p>	<p>「P I O - N E T 通信」を毎月1回、計12回発行し、地方センターに提供した。</p>	<p>A</p>	<p>A</p>		
		<p>・「P I O - N E T 通信」への記載内容</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>平成16年度発行の「P I O - N E T 通信」にて取り上げたテーマは以下の通り： ・相談情報「全国版」の検索利用時間について ・内容別分類の定義をもう一度確認して下さい！ ・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！ ・「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 ・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 ・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 ・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 ・個人情報をも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 ・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 ・「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 ・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 ・2005年4月から、カードの書き方が変わります！</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	<p>A</p>				
	<p>・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。</p>	<p>・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状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>情報漏洩防止策は当センターとして体系的に行う必要があるとの認識から、情報セキュリティポリシーの基本方針と個人情報管理規程を策定した。その後、基本方針に基づく対策基準案の検討と、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開始し、多面的な検討結果を踏まえ、遠隔地にあるシステムへのアクセスを含め、平成17年3月に対策基準を決定した。</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	<p>A</p>				
<p>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を通じた消費者被害の防止を図る。</p>	<p>②行政機関等との情報交流 ・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。</p>	<p>・行政機関からの情報提供依頼の件数と対応状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>平成16年度は以下の通り依頼があり、その全てに回答した： 国会 96件 内閣府 139件 経済産業省 303件 その他省庁 97件 合計 635件 上記対応により、それぞれの機関の消費者対応の推進に貢献しており、経済産業省による特定商取引法違反による行政処分の増大にも寄与した。 また、政府・審議会・政党等からの消費者関連法の改正をはじめ消費者問題に関する説明要請にも適宜対応した。</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	<p>A</p>				
	<p>・法令に基づく裁判所、警察、弁護士会からの照会について、P I O - N E T 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。</p>	<p>・裁判所、警察、弁護士会からの照会依頼の件数と対応状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>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。</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	<p>A</p>				
<p>③消費者団体、事業者団体、N P O 等との情報交換 消費者団体、事業者団体、N P O 等との情報交換等を定期的に行うとともに、これらの参加を得</p>	<p>③消費者団体、事業者団体、N P O 等との情報交換 ・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。</p>	<p>・フォーラムへの参加割合（企画の際の想定参加者に対する割合）</p>	<p>90%以上</p>	<p>90%未満 70%以上</p>	<p>70%未満 50%以上</p>	<p>50%未満</p>	<p>想定参加者数650人に対し実参加者数は654人（100.6%）であった。</p>	<p>A</p>	<p>A</p>		

<p>て消費者フォーラムを開催し、連携を図る。消費者フォーラムについては、参加者から5段階評価で平均4以上の満足度の評価を得る。 消費者団体やNPOが活動や交流のために利用できる場所をセンター事務所内に平成16年度中に開設する。</p>	<p>・フォーラムの内容</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>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」をメインテーマとした。午前中は公開講座「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て46グループの活動報告と意見交換等を行った。 各分科会のテーマは以下の通り： 第1分科会：「くらしの安全と健康」 第2分科会：「くらしと環境問題」 第3分科会：「商品・サービスの販売と契約」 第4分科会：「多様化する社会と消費者教育・消費者啓発」 第5分科会：「これからの消費社会を考える」 第6分科会：「消費者活動とNPOとの連携ー行政との連携や団体訴権を考える」</p>	A	A	A
	<p>・参加者の意見及び満足度</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>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。</p>	A	A	
	<p>・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。</p>	<p>・4回以上、事業者団体等と定期的な意見交換会の開催</p>	<p>4回以上実施</p>	<p>3回実施</p>	<p>2回実施</p>	<p>1回実施</p>	<p>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。各懇談会において、各団体と当センターの活動状況等の紹介のあと、意見交換・要望等が行われた。概要は以下の通り： ① 消費者団体との懇談会（平成16年7月） 参加団体： ①主婦連合会 ⑤日本消費者協会 ②全国消費者団体連絡会 ⑥日本消費者連盟 ③全国地域婦人団体連絡協議会 ⑦日本生活協同組合連合会 ④東京都地域消費者団体連絡会 センター：理事長、全理事 他 ②（社）日本広告審査機構（JARO）との懇談会（平成16年12月） JARO：副理事長、専務理事、事務局長 他 センター：理事、相談調査部長、情報分析部調査役 他 ③（社）生命保険協会との懇談会（平成17年1月） 生保協会：広報部長、生命保険文化センター生活情報室長 他 センター：理事、相談調査部長、情報分析部調査役 他 ④（社）日本損害保険協会との懇談会（平成17年2月） 損保協会：常務理事、生活サービス部長、相談室グループリーダー、法務室長 他 センター：理事、相談調査部長、情報分析部調査役 他 ⑤（社）日本訪問販売協会との懇談会（平成17年2月） 訪販協会：専務理事、総務部長、消費者相談室長 他 センター：理事、企画調整課長、相談調査部調査役 他</p>	A	A
<p>・事業者団体等との意見交換等の主な内容</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>平成16年度実施の消費者団体、事業者団体等との懇談会での意見交換・要望等の内容要旨は以下の通り： ① 消費者団体との懇談会（平成16年7月） 内容：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等 ②（社）日本広告審査機構（JARO）との懇談会（平成16年12月） 内容：当センター公表の「美容医療」に関する調査研究の問題提起等 ③（社）生命保険協会との懇談会（平成17年1月） 内容：相談の傾向、根拠法のない共済等 ④（社）日本損害保険協会との懇談会（平成17年2月） 内容：個人情報保護法への対応、地震等への保険会社の対応、銀行窓販と損害保険等 ⑤（社）日本訪問販売協会との懇談会（平成17年2月） 内容：連鎖販売対応、個人情報についての相談対応、当センター公表「訪問販売業界等の自主ルールに係る問題点と改善策」等</p>	A	A		

	<p>・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。</p>	<p>・情報交流プラザの活用状況</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>「くらしの情報交流プラザ」については、平成16年10月1日にオープンし、同年10月20日には、記念シンポジウム（テーマ「くらしの安心とともに築くー消費者団体とNPO、国民生活センターの情報交流・連携を考えるー」）を開催した。</p> <p>また、生活問題、消費者問題に取り組んでいるNPO、消費者団体の情報交流のきっかけとなるイベントとして「くらしの情報交流プラザ☆さるん」を平成16年11月より月1回、計5回を開催した。開催概要は以下の通り：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第1回 平成16年11月（参加人数：24人） テ ー マ：P I O-N E T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」</li> <li>・第2回 平成16年12月（参加人数：23人） テ ー マ：私の年金は大丈夫？ー女性の年金問題をどう考えていくかー</li> <li>・第3回 平成17年1月（参加人数：24人） 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？</li> <li>・第4回 平成17年2月（参加人数：20人） 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ー企業の消費者対応窓口の現場からー</li> <li>・第5回 平成17年3月（参加人数：26人） テ ー マ：介護サービスの質と評価ー改正を介護の現場から考えるー</li> </ul>	A	A	A																					
<p>(5) 研修 ①研修 地方公共団体の職員、地方公共団体等の消費生活相談員、消費者団体の職員、企業の消費者対応部門の職員等を対象として、消費者被害の動向、個人情報の保護に関する法律など国民生活に関連する法律の制定等、新たなニーズに即して研修を実施する。</p> <p>また、学校における消費者教育の充実に資するため、消費者教育を支援する団体や消費者教育に関する学会の協力を得て、教員等を対象にした研修を新たに実施する。</p> <p>研修の実施に当たっては、各地の地理的条件に配慮して、中期目標期間中、3分の1以上を地方都市において実施する。</p> <p>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。</p>	<p>(5) 研修 ①研修 ・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。</p>	<p>・4コースの研修の実施</p>	4コース実施	3コース実施	2コース実施	1コース実施	<p>以下の通り、4コースを実施した：</p> <p>職員講座：平成16年 6月（4日間） 管理職講座：平成16年 7月（3日間） 講師養成講座：平成16年10月（4日間） 業務セミナー：平成17年 2月（3日間）</p>	A	A																						
		<p>・研修への参加割合（企画の際の想定参加者に対する割合）</p>	90%以上	90%未満 70%以上	70%未満 50%以上	50%未満	<p>4コースの想定参加者、実参加者数及び参加率は下表の通り：</p> <table border="1" data-bbox="1469 1228 2101 1375"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>職員講座</td> <td>60人</td> <td>99人</td> <td>165%</td> </tr> <tr> <td>管理職講座</td> <td>50人</td> <td>63人</td> <td>126%</td> </tr> <tr> <td>講師養成講座</td> <td>40人</td> <td>38人</td> <td>95%</td> </tr> <tr> <td>業務セミナー</td> <td>40人</td> <td>30人</td> <td>75%</td> </tr> </tbody> </table> <p>※参加率の平均は115.25%</p>		想定受講者数	実受講者数	参加率	職員講座	60人	99人	165%	管理職講座	50人	63人	126%	講師養成講座	40人	38人	95%	業務セミナー	40人	30人	75%	A	A		
	想定受講者数	実受講者数	参加率																												
職員講座	60人	99人	165%																												
管理職講座	50人	63人	126%																												
講師養成講座	40人	38人	95%																												
業務セミナー	40人	30人	75%																												
		<p>・研修の内容</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>4コースの内容は以下の通り：</p> <p>①職員講座：「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。</p> <p>②管理職講座：「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。</p> <p>③講師養成講座：「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。</p> <p>④業務セミナー：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。</p>	A	A																						

	<p>・参加者の意見及び満足度</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>4 コースの受講者による満足度アンケート調査結果は下表の通り：</p> <table border="1" data-bbox="1596 275 2021 409"> <thead> <tr> <th></th> <th>アンケート調査結果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>職員講座</td> <td>4. 4</td> </tr> <tr> <td>管理職講座</td> <td>4. 2</td> </tr> <tr> <td>講師養成講座</td> <td>4. 6</td> </tr> <tr> <td>業務セミナー</td> <td>4. 5</td> </tr> </tbody> </table> <p>※アンケート調査結果平均：4. 4</p> <p>受講者からは、以下の様な意見があった：</p> <p>職員講座について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・それぞれの分野の専門家の話が聞けてよかった。</li> <li>・法律に関する講座がとても濃い内容で勉強になった。</li> <li>・全体を通してとても分かり易かった。</li> <li>・質問の時間をもっと欲しかった。</li> </ul> <p>管理職講座について</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分の自治体だけの問題だと思っていたが、研修に参加して全国的に共通の問題と分かり、その点で参加した意義があった。</li> <li>・タイムリーな企画で、多くの情報提供をしてもらい、参加してよかった。</li> <li>・グループ討議がよかった。今後の運営の参考になる。</li> <li>・講義中心にシフトしてはどうか。</li> </ul> <p>講師養成講座</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他の人の講義を聞き参考になった。</li> <li>・受講して本当に勉強になった。</li> <li>・自己流でこなしてきた講義手法について基本から勉強でき有意義でした。</li> <li>・心理学の講座を入れて欲しい。</li> </ul> <p>業務セミナー</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国民生活センターの講座は毎回趣向を凝らしたカリキュラムで、新鮮な気持ちになって職場復帰できる。今回もとてもよかった。</li> <li>・受講者同士の情報交流ができ有意義だった。</li> <li>・相談者の心理を担当した精神科の先生の時間が足りず、もっと聞きたかった。</li> <li>・講義の時間をもっと増やして欲しい。</li> </ul>		アンケート調査結果	職員講座	4. 4	管理職講座	4. 2	講師養成講座	4. 6	業務セミナー	4. 5	<p>A</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	
	アンケート調査結果																
職員講座	4. 4																
管理職講座	4. 2																
講師養成講座	4. 6																
業務セミナー	4. 5																

・地方公共団体等の消費生活相談員を対象とする研修を34コース（地方都市開催18コース）実施する。

・34コースの研修の実施

34コース以上実施

34コース未満  
25コース以上実施

25コース未満  
14コース以上実施

14コース未満

以下の通り、35コースを実施した（内、地方開催は18コース）：

①消費生活相談員養成講座

通し番号		実施時期
1	第1期	平成16年7月（3週間）
2	第2期	8月～9月（2週間）

②消費生活相談員 専門・事例講座（各回の開催期間：3日間）

通し番号		実施時期	通し番号		実施時期
3	第1回	平成16年5月	8	第6回	11月
4	第2回	6月	9	第7回	12月
5	第3回	8月	10	第8回	平成17年1月
6	第4回	9月	11	第9回	2月
7	第5回	9月	12	第10回	3月

③相談実務研修（各回の開催期間：3日間）

通し番号		実施時期
13	第1回	平成16年6月
14	第2回	7月

④消費者契約に関する法律講座（各回の開催期間：1日間）

通し番号		実施時期及び場所	通し番号		実施時期及び場所
15	第1回	平成16年4月（東京都）	19	第5回	6月（岩手県）
16	第2回	5月（福岡県）	20	第6回	6月（鹿児島県）
17	第3回	5月（岡山県）	21	第7回	6月（北海道）
18	第4回	5月（京都府）	22	第8回	7月（愛知県）

⑤個人情報保護法講座（各回の開催期間：1日間）

通し番号		実施時期及び場所	通し番号		実施時期及び場所
23	第1回	平成16年11月（東京都）	30	第8回	1月（兵庫県）
24	第2回	11月（新潟県）	31	第9回	1月（静岡県）
25	第3回	11月（愛知県）	32	第10回	2月（京都府）
26	第4回	12月（福井県）	33	第11回	2月（宮崎県）
27	第5回	12月（福岡県）	34	第12回	3月（香川県）
28	第6回	12月（宮城県）	35	第13回	3月（東京都）
29	第7回	平成17年1月（広島県）			

A

A

・研修への参加割合 (企画の際の想定参加者に対する割合)	90%以上	90%未満 70%以上	70%未満 50%以上	50%未満	35コースの想定参加者、実参加者数及び参加率は下表の通り(参加率総平均は132.8%) :	A	A																																																	
					①消費生活相談員養成講座(平均参加率:98%)																																																			
					<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1期</td> <td>50人</td> <td>50人</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>第2期</td> <td>50人</td> <td>48人</td> <td>96%</td> </tr> </tbody> </table>				想定受講者数	実受講者数	参加率	第1期	50人	50人	100%	第2期	50人	48人	96%																																					
								想定受講者数	実受講者数	参加率																																														
					第1期			50人	50人	100%																																														
					第2期			50人	48人	96%																																														
					②消費生活相談員 専門・事例講座(平均参加率:131.2%)																																																			
					<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>70人</td> <td>78人</td> <td>111.4%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>70人</td> <td>99人</td> <td>141.4%</td> </tr> <tr> <td>第3回</td> <td>70人</td> <td>100人</td> <td>142.9%</td> </tr> <tr> <td>第4回</td> <td>70人</td> <td>100人</td> <td>142.9%</td> </tr> <tr> <td>第5回</td> <td>70人</td> <td>96人</td> <td>137.1%</td> </tr> <tr> <td>第6回</td> <td>70人</td> <td>100人</td> <td>142.9%</td> </tr> <tr> <td>第7回</td> <td>70人</td> <td>95人</td> <td>135.7%</td> </tr> <tr> <td>第8回</td> <td>70人</td> <td>70人</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>第9回</td> <td>70人</td> <td>81人</td> <td>115.7%</td> </tr> <tr> <td>第10回</td> <td>70人</td> <td>100人</td> <td>142.9%</td> </tr> </tbody> </table>				想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	70人	78人	111.4%	第2回	70人	99人	141.4%	第3回	70人	100人	142.9%	第4回	70人	100人	142.9%	第5回	70人	96人	137.1%	第6回	70人	100人	142.9%	第7回	70人	95人	135.7%	第8回	70人	70人	100%	第9回	70人	81人	115.7%	第10回	70人	100人	142.9%					
								想定受講者数	実受講者数	参加率																																														
					第1回			70人	78人	111.4%																																														
第2回	70人	99人	141.4%																																																					
第3回	70人	100人	142.9%																																																					
第4回	70人	100人	142.9%																																																					
第5回	70人	96人	137.1%																																																					
第6回	70人	100人	142.9%																																																					
第7回	70人	95人	135.7%																																																					
第8回	70人	70人	100%																																																					
第9回	70人	81人	115.7%																																																					
第10回	70人	100人	142.9%																																																					
③相談実務研修(平均参加率:107%)																																																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>50人</td> <td>62人</td> <td>124%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>50人</td> <td>45人</td> <td>90%</td> </tr> </tbody> </table>		想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	50人	62人	124%	第2回	50人	45人	90%																																												
	想定受講者数	実受講者数	参加率																																																					
第1回	50人	62人	124%																																																					
第2回	50人	45人	90%																																																					
④消費者契約に関わる法律講座(平均参加率:132.8%)																																																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>40人</td> <td>89人</td> <td>222.5%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>40人</td> <td>40人</td> <td>100%</td> </tr> <tr> <td>第3回</td> <td>40人</td> <td>62人</td> <td>155%</td> </tr> <tr> <td>第4回</td> <td>40人</td> <td>88人</td> <td>220%</td> </tr> <tr> <td>第5回</td> <td>40人</td> <td>34人</td> <td>85%</td> </tr> <tr> <td>第6回</td> <td>40人</td> <td>31人</td> <td>77.5%</td> </tr> <tr> <td>第7回</td> <td>40人</td> <td>18人</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>第8回</td> <td>40人</td> <td>63人</td> <td>157.5%</td> </tr> </tbody> </table>		想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	40人	89人	222.5%	第2回	40人	40人	100%	第3回	40人	62人	155%	第4回	40人	88人	220%	第5回	40人	34人	85%	第6回	40人	31人	77.5%	第7回	40人	18人	45%	第8回	40人	63人	157.5%																				
	想定受講者数	実受講者数	参加率																																																					
第1回	40人	89人	222.5%																																																					
第2回	40人	40人	100%																																																					
第3回	40人	62人	155%																																																					
第4回	40人	88人	220%																																																					
第5回	40人	34人	85%																																																					
第6回	40人	31人	77.5%																																																					
第7回	40人	18人	45%																																																					
第8回	40人	63人	157.5%																																																					
⑤個人情報保護法講座(平均参加率:195%)																																																								
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>40人</td> <td>106人</td> <td>265%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>40人</td> <td>128人</td> <td>320%</td> </tr> <tr> <td>第3回</td> <td>40人</td> <td>48人</td> <td>120%</td> </tr> <tr> <td>第4回</td> <td>40人</td> <td>42人</td> <td>105%</td> </tr> <tr> <td>第5回</td> <td>40人</td> <td>47人</td> <td>117.5%</td> </tr> <tr> <td>第6回</td> <td>40人</td> <td>78人</td> <td>195%</td> </tr> <tr> <td>第7回</td> <td>40人</td> <td>59人</td> <td>147.5%</td> </tr> <tr> <td>第8回</td> <td>40人</td> <td>81人</td> <td>202.5%</td> </tr> <tr> <td>第9回</td> <td>40人</td> <td>56人</td> <td>140%</td> </tr> <tr> <td>第10回</td> <td>40人</td> <td>130人</td> <td>325%</td> </tr> <tr> <td>第11回</td> <td>40人</td> <td>83人</td> <td>207.5%</td> </tr> <tr> <td>第12回</td> <td>40人</td> <td>36人</td> <td>90%</td> </tr> <tr> <td>第13回</td> <td>40人</td> <td>120人</td> <td>300%</td> </tr> </tbody> </table>		想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	40人	106人	265%	第2回	40人	128人	320%	第3回	40人	48人	120%	第4回	40人	42人	105%	第5回	40人	47人	117.5%	第6回	40人	78人	195%	第7回	40人	59人	147.5%	第8回	40人	81人	202.5%	第9回	40人	56人	140%	第10回	40人	130人	325%	第11回	40人	83人	207.5%	第12回	40人	36人	90%	第13回	40人	120人	300%
	想定受講者数	実受講者数	参加率																																																					
第1回	40人	106人	265%																																																					
第2回	40人	128人	320%																																																					
第3回	40人	48人	120%																																																					
第4回	40人	42人	105%																																																					
第5回	40人	47人	117.5%																																																					
第6回	40人	78人	195%																																																					
第7回	40人	59人	147.5%																																																					
第8回	40人	81人	202.5%																																																					
第9回	40人	56人	140%																																																					
第10回	40人	130人	325%																																																					
第11回	40人	83人	207.5%																																																					
第12回	40人	36人	90%																																																					
第13回	40人	120人	300%																																																					

	<p>・研修の内容</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>各コースの内容は以下の通り：</p> <p>① 消費生活相談員養成講座</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 第1期：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：             <ul style="list-style-type: none"> <li>「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」</li> </ul> </li> <li>・ 第2期：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。</li> </ul> <p>② 消費生活相談員 専門・事例講座</p> <p>第1回：「金融・保険をめぐる消費者トラブル」をテーマとした講義を中心に開催。</p> <p>第2回：「クレジット契約をめぐる消費者トラブル」をテーマとした講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催。</p> <p>第3回：「消費者契約をめぐるトラブル&lt;基礎編&gt;」をテーマとした講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催。</p> <p>第4回：「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」をテーマとした講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催。</p> <p>第5回：「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」をテーマとした講義、事例検討などを中心に開催。</p> <p>第6回：「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」をテーマとした講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催。</p> <p>第7回：「クリーニングをめぐる消費者トラブルの解決に向けて」をテーマとした講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催。</p> <p>第8回：「多重債務相談への対応」をテーマに講義を中心に開催。</p> <p>第9回：「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」をテーマとした講義、事例検討などを中心に開催。</p> <p>第10回：「継続的役務取引に関わる消費者トラブル」をテーマとした講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催。</p> <p>③ 相談実務研修</p> <p>2回とも「消費生活相談カードの記載方法」などをテーマとした講義を中心に開催。</p> <p>④ 消費者契約に関わる法律講座</p> <p>「消費者契約に関わる法律知識」をテーマとした講座を中心に開催。</p> <p>⑤ 個人情報保護法講座</p> <p>「個人情報保護法の概要」、「個人情報に関する相談への対応」をテーマとした講座を中心に開催。</p>	<p>A</p>	<p>A</p>	
			<p>35コースの受講者による満足度アンケート調査結果は下表の通り：</p>			

・参加者の意見及び満足度

・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。

①消費生活相談員養成講座（アンケート調査結果平均：4.8）

	アンケート調査結果		アンケート調査結果
第1期	4.8	第2期	4.8

②消費生活相談員 専門・事例講座（アンケート調査結果平均：4.3）

	アンケート調査結果		アンケート調査結果
第1回	4.2	第6回	4.2
第2回	4.1	第7回	4.1
第3回	4.3	第8回	4.8
第4回	4.2	第9回	4.3
第5回	3.9	第10回	4.5

③相談実務研修（アンケート調査結果平均：4.0）

	アンケート調査結果		アンケート調査結果
第1回	4.0	第2回	4.0

④消費者契約に関わる法律講座（アンケート調査結果平均：4.5）

	アンケート調査結果		アンケート調査結果
第1回	4.5	第5回	4.6
第2回	4.5	第6回	4.8
第3回	4.4	第7回	4.5
第4回	4.5	第8回	4.4

⑤個人情報保護法講座（アンケート調査結果平均：4.2）

	アンケート調査結果		アンケート調査結果
第1回	4.3	第8回	4.3
第2回	4.0	第9回	4.1
第3回	4.2	第10回	4.3
第4回	4.3	第11回	4.3
第5回	4.1	第12回	4.2
第6回	4.1	第13回	4.2
第7回	4.2		

A A

受講者からは、以下の様な意見がめつた：

消費生活相談員養成講座

- ・日程、内容ともハードでついていくのが大変だったが、とても勉強になった。
- ・一流の先生方にじっくり教えていただき、よく理解できた。
- ・普段絶対に聞けない著名な先生方の講義が聞けてとても勉強になった。
- ・修了試験のプレッシャーがかなりあり、緊張しながら勉強した。

消費生活相談員 専門・事例講座

- ・グループ討議が有意義だった。全体の構成がよかった。
- ・基礎的なことが分かっていなかったのが、今回受講してよかった。
- ・相談経験の浅い自分には有意義な講座が多かった。
- ・地方にも国民生活センターの研修施設を作って欲しい。

相談実務研修

- ・講師が分かり易く講義をしてくれ、非常によかった。
- ・担当者が付き添いで、指導してくれて助かった。
- ・分かり易い説明でよかった。今後の業務に役立つと思う。
- ・実際の事例を使つての説明もして欲しい。

消費者契約に関わる法律講座

- ・1日だけの講座だったが有意義だった。
- ・改正された法律についての丁寧な説明は非常に助かります。
- ・相談の解決の着地点、解決に至る判断、視点を教えていただいた。
- ・実践的な講座もやって欲しい。

個人情報保護法講座

- ・分かり難い法律を分かり易く解説していただいた。
- ・体系的に整理された講義を受け、大変よかった。
- ・他に紹介されていない実務的な視点からのアドバイスが聞けて有意義だった。
- ・次回は事例を中心にカリキュラムを組んで欲しい。

・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。

以下の通り、11コースを実施した（11コース全て地方開催）：

- ① 講師養成コース 平成17年1月開催（3日間）

<p>・ 11コース研修の実施</p>	<p>11コース以上実施</p>	<p>11コース未満 8コース以上実施</p>	<p>8コース未満 4コース以上実施</p>	<p>4コース未満</p>	<p>②共催コース</p> <table border="1" data-bbox="1463 239 1884 392"> <thead> <tr> <th></th> <th>実施時期及び場所</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>平成16年9月(秋田県)</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>10月(長崎県)</td> </tr> <tr> <td>第3回</td> <td>11月(沖縄県)</td> </tr> <tr> <td>第4回</td> <td>11月(岡山県)</td> </tr> </tbody> </table> <p>③専門・事例講座</p> <table border="1" data-bbox="1463 478 1884 632"> <thead> <tr> <th></th> <th>実施時期及び場所</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>平成16年6月(福岡県)</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>7月(兵庫県)</td> </tr> <tr> <td>第3回</td> <td>7月(宮城県)</td> </tr> <tr> <td>第4回</td> <td>8月(福岡県)</td> </tr> </tbody> </table> <p>④消費生活専門相談員育成支援講座</p> <table border="1" data-bbox="1463 718 2036 806"> <thead> <tr> <th></th> <th>実施時期及び場所</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>平成16年7月(愛知県)(3日間)</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>7月～8月(宮城県)(4日間)</td> </tr> </tbody> </table>		実施時期及び場所	第1回	平成16年9月(秋田県)	第2回	10月(長崎県)	第3回	11月(沖縄県)	第4回	11月(岡山県)		実施時期及び場所	第1回	平成16年6月(福岡県)	第2回	7月(兵庫県)	第3回	7月(宮城県)	第4回	8月(福岡県)		実施時期及び場所	第1回	平成16年7月(愛知県)(3日間)	第2回	7月～8月(宮城県)(4日間)	<p>A</p>	<p>A</p>																																
	実施時期及び場所																																																																
第1回	平成16年9月(秋田県)																																																																
第2回	10月(長崎県)																																																																
第3回	11月(沖縄県)																																																																
第4回	11月(岡山県)																																																																
	実施時期及び場所																																																																
第1回	平成16年6月(福岡県)																																																																
第2回	7月(兵庫県)																																																																
第3回	7月(宮城県)																																																																
第4回	8月(福岡県)																																																																
	実施時期及び場所																																																																
第1回	平成16年7月(愛知県)(3日間)																																																																
第2回	7月～8月(宮城県)(4日間)																																																																
<p>・ 研修への参加割合 (企画の際の想定参加者に対する割合)</p>	<p>90%以上</p>	<p>90%未満 70%以上</p>	<p>70%未満 50%以上</p>	<p>50%未満</p>	<p>11コースの想定参加者、実参加者数及び参加率は下表の通り(参加率総平均は126.1%):</p> <p>①講師養成コース</p> <table border="1" data-bbox="1463 1037 1926 1098"> <thead> <tr> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>40人</td> <td>32人</td> <td>80%</td> </tr> </tbody> </table> <p>②共催コース(平均参加率:</p> <table border="1" data-bbox="1463 1184 2095 1337"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>40人</td> <td>32人</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>40人</td> <td>51人</td> <td>127.5%</td> </tr> <tr> <td>第3回</td> <td>40人</td> <td>37人</td> <td>92.5%</td> </tr> <tr> <td>第4回</td> <td>40人</td> <td>40人</td> <td>100%</td> </tr> </tbody> </table> <p>③専門・事例講座</p> <table border="1" data-bbox="1463 1423 2095 1577"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>40人</td> <td>48人</td> <td>120%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>40人</td> <td>80人</td> <td>200%</td> </tr> <tr> <td>第3回</td> <td>40人</td> <td>59人</td> <td>147.5%</td> </tr> <tr> <td>第4回</td> <td>40人</td> <td>39人</td> <td>97.5%</td> </tr> </tbody> </table> <p>④消費生活専門相談員育成支援講座</p> <table border="1" data-bbox="1463 1663 2095 1751"> <thead> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>40人</td> <td>61人</td> <td>152.5%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>40人</td> <td>76人</td> <td>190%</td> </tr> </tbody> </table>	想定受講者数	実受講者数	参加率	40人	32人	80%		想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	40人	32人	80%	第2回	40人	51人	127.5%	第3回	40人	37人	92.5%	第4回	40人	40人	100%		想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	40人	48人	120%	第2回	40人	80人	200%	第3回	40人	59人	147.5%	第4回	40人	39人	97.5%		想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	40人	61人	152.5%	第2回	40人	76人	190%	<p>A</p>	<p>A</p>
想定受講者数	実受講者数	参加率																																																															
40人	32人	80%																																																															
	想定受講者数	実受講者数	参加率																																																														
第1回	40人	32人	80%																																																														
第2回	40人	51人	127.5%																																																														
第3回	40人	37人	92.5%																																																														
第4回	40人	40人	100%																																																														
	想定受講者数	実受講者数	参加率																																																														
第1回	40人	48人	120%																																																														
第2回	40人	80人	200%																																																														
第3回	40人	59人	147.5%																																																														
第4回	40人	39人	97.5%																																																														
	想定受講者数	実受講者数	参加率																																																														
第1回	40人	61人	152.5%																																																														
第2回	40人	76人	190%																																																														
					<p>各コースの内容は以下の通り:</p> <p>① 講師養成コース、以下の内容で実施した:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「レジユ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</li> <li>・ グループ別実習</li> <li>・ 実演</li> </ul>		<p>A</p>																																																										

	<p>・研修の内容</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>・講評</p> <p>② 共催コースは、以下の内容で実施した：                  第1回：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。                  第2回：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。                  第3回：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。                  第4回：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。</p> <p>③ 専門・事例講座は、以下の内容で実施した：                  第1回：「多重債務」をテーマに講義、質疑討議。                  第2回：「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。                  第3回：「多重債務」をテーマに講義、質疑討議。                  第4回：「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。</p> <p>④ 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：「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：「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</p>	A	A																															
	<p>・参加者の意見及び満足度</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>				<p>1 1 コースの受講者による満足度アンケート調査結果は下表の通り：</p> <p>① 講師養成コース：アンケート調査結果：4. 6</p> <p>② 共催コース（アンケート調査結果平均：4. 7）</p> <table border="1" data-bbox="1478 982 2139 1062"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">アンケート調査結果</th> <th colspan="2">アンケート調査結果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>4. 7</td> <td>第3回</td> <td>4. 7</td> <td></td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>4. 7</td> <td>第4回</td> <td>4. 8</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>③ 専門・事例講座（アンケート調査結果平均：4. 7）</p> <table border="1" data-bbox="1478 1108 2139 1188"> <thead> <tr> <th></th> <th colspan="2">アンケート調査結果</th> <th colspan="2">アンケート調査結果</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>4. 5</td> <td>第3回</td> <td>4. 8</td> <td></td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>4. 5</td> <td>第4回</td> <td>4. 6</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>④ 消費生活専門相談員育成支援講座                  ※ アンケート調査は平成17年度開始予定のため平成16年度の結果は無し</p> <p>受講者からは、以下の様な意見があった：                  講師養成コース                  ・ 実習することでより身についた。                  ・ 見るもの聞くものすべて新鮮で興味深かった。                  ・ 回数を増やし、他の地方でも実施して欲しい。                  ・ グループ別実習はそれ相応の成果を見ることができ参考になった。                  共催コース                  ・ 様々な知識を習得できたように思う。                  ・ 弁護士の講義が参考になり、これからの業務に役立てたい。                  ・ これから勉強していく方向を伺うことができた。                  ・ 今後の業務を行うために必要な研修だった。                  専門・事例講座                  ・ 相談業務のレベルアップを図ることができると思う。                  ・ 全体としてとてもよかったと思う。                  ・ 集中的に勉強ができよかった。テキストも役立つものである。                  ・ 相談に自信をもって応えられるようになったと思う。</p>		アンケート調査結果		アンケート調査結果		第1回	4. 7	第3回	4. 7		第2回	4. 7	第4回	4. 8			アンケート調査結果		アンケート調査結果		第1回	4. 5	第3回	4. 8		第2回	4. 5	第4回	4. 6		A	A	
	アンケート調査結果		アンケート調査結果																																				
第1回	4. 7	第3回	4. 7																																				
第2回	4. 7	第4回	4. 8																																				
	アンケート調査結果		アンケート調査結果																																				
第1回	4. 5	第3回	4. 8																																				
第2回	4. 5	第4回	4. 6																																				
<p>・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。</p>	<p>・3コース研修の実施</p>	<p>3コース実施</p>	<p>2コース実施</p>	<p>1コース実施</p>	<p>未実施</p>	<p>以下の通り、3コースを実施した：</p> <p>① 消費者問題 企業トップセミナー 平成17年2月開催（1日間）</p> <p>② 3日コース</p> <table border="1" data-bbox="1463 1938 1843 2018"> <thead> <tr> <th></th> <th>実施時期</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>第1回</td> <td>平成16年5月</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>10月</td> </tr> </tbody> </table>		実施時期	第1回	平成16年5月	第2回	10月	A	A																									
	実施時期																																						
第1回	平成16年5月																																						
第2回	10月																																						

		第2回				10月																					
	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修への参加割合 (企画の際の想定参加者に対する割合)</li> </ul>	90%以上	90%未満 70%以上	70%未満 50%以上	50%未満	3コースの想定参加者、実参加者数及び参加率は下表の通り(参加率総平均は112.1%) :  ①消費者問題 企業トップセミナー <table border="1"> <tr> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> <tr> <td>150人</td> <td>172人</td> <td>114.7%</td> </tr> </table> ②3日コース(平均参加率:110.8%) <table border="1"> <tr> <th></th> <th>想定受講者数</th> <th>実受講者数</th> <th>参加率</th> </tr> <tr> <td>第1回</td> <td>60人</td> <td>83人</td> <td>138.3%</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>60人</td> <td>50人</td> <td>83.3%</td> </tr> </table>	想定受講者数	実受講者数	参加率	150人	172人	114.7%		想定受講者数	実受講者数	参加率	第1回	60人	83人	138.3%	第2回	60人	50人	83.3%	A	A	
想定受講者数	実受講者数	参加率																									
150人	172人	114.7%																									
	想定受講者数	実受講者数	参加率																								
第1回	60人	83人	138.3%																								
第2回	60人	50人	83.3%																								
	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				各コースの内容は以下の通り :  ① 消費者問題 企業トップセミナー ・テーマ:「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」 ・基調講演:消費者基本法・消費者基本計画の概要(内閣府) お客様と企業に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(自動車メーカー) ・パネルディスカッション:「消費者と企業の新しい関係を構築するためには」をテーマにした討論を実施 ② 3日コース 第1回:「企業の消費者対応と危機管理」をテーマにした講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催。 第2回:「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」をテーマにした講義、質疑討議を中心に開催。	A	A	A																		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者の意見及び満足度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				3コースの受講者による満足度アンケート調査結果は下表の通り : ① 消費者問題 企業トップセミナー:アンケート調査結果:4.5 ② 3日コース(アンケート調査結果平均:4.4) <table border="1"> <tr> <th></th> <th>アンケート調査結果</th> </tr> <tr> <td>第1回</td> <td>4.5</td> </tr> <tr> <td>第2回</td> <td>4.4</td> </tr> </table> 受講者からは、以下の様な意見があった : 消費者問題 企業トップセミナー ・他社の動向やいろいろな方面からの意見を聞けるのは新鮮。 ・大変参考になった。新システム導入のヒントになった。 ・パネルディスカッションの流れがスムーズで、分かり易く、大変参考になった。 ・地方でも実施して欲しい。 3日コース ・今後の取るべき方向の参考になった。 ・異業種の情報交流ができ、大変有意義だった。 ・時代の変化の中で先の方向性が見えた。 ・今後の仕事に活かしていきたい。		アンケート調査結果	第1回	4.5	第2回	4.4	A	A													
	アンケート調査結果																										
第1回	4.5																										
第2回	4.4																										
<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の実施</li> </ul>	1コース実施	—	—	未実施	平成17年3月に、3日間のコースを1回開催した。	A	A																			

企画の際の想定参加人数を下回る結果となったこ

	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修への参加割合 (企画の際の想定参加者に対する割合)</li> </ul>	90%以上	90%未満 70%以上	70%未満 50%以上	50%未満	想定参加者40人に対し、実参加者数は22人であった(参加率55%)。	C	C	との一因として、研修のテーマがわかりにくいため、受講者を引き付けるものとなっていない点が挙げられる。一層の工夫が必要と考えられるため、研修の内容に関する指標を「B」評価とした。  項目の評価については、「研修への参加割合」、「研修の内容」の評価がそれぞれ「C」評価及び「B」評価となっているものの、「研修の実施」、「参加者からの意見及び満足度」の評価が「A」評価であることから、総合的に勘案し、「B」評価とした。
	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				「これからの消費者活動のカタチを考える」をテーマにして講義、グループ別討議、全体討議などを中心に開催した。	A	B	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者の意見及び満足度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				受講者による満足度アンケート調査結果は4.7であった。受講者からは、以下の様な意見があった： <ul style="list-style-type: none"> <li>とても密度が濃いカリキュラムだった。</li> <li>NPOを立ち上げる時に有意義な研修だった。</li> <li>グループディスカッションでの意見交換がとても役立った。</li> <li>関連する講座は離さずに連続して組んで欲しい。</li> </ul>	A	A	
<ul style="list-style-type: none"> <li>相模原市と共催で公開講座を1コース実施する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の実施</li> </ul>	1コース実施	-	-	未実施	平成16年5月に、3日間のコースを1回開催した。	A	A	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修への参加割合 (企画の際の想定参加者に対する割合)</li> </ul>	90%以上	90%未満 70%以上	70%未満 50%以上	50%未満	想定参加者120人に対し、実参加者数は115人であった(参加率95.8%)。	A	A	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				「納得のいく食品を食べたい」をテーマにした講演を実施した。	A	A	A
	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者の意見及び満足度</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				受講者による満足度アンケート調査結果は4.2であった。受講者からは、以下の様な意見があった： <ul style="list-style-type: none"> <li>また、企画実施して欲しい。</li> <li>時間が不足していた。もっと聞きたかった。</li> <li>分かり易く楽しい講義だった。</li> </ul>	A	A	
<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修の実施</li> </ul>	2コース実施	1コース実施	-	未実施	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） 平成16年9月に2日間で開催 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） 平成17年3月に3日間で開催	A	A	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>研修への参加割合 (企画の際の想定参加者に対する割合)</li> </ul>	90%以上	90%未満 70%以上	70%未満 50%以上	50%未満	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） 想定参加者40人に対し、実参加者数は41人であった(参加率102.5%)。 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） 想定参加者30人に対し、実参加者数は31人であった(参加率103.3%)。 ※ 参加率総平均は102.9%	A	A	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>公開講座の内容</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>				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） 「消費者教育の現状と問題点」などをテーマにした各大学の合同学習、講義、グループ別討議、全体討議を中心に開催 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）	A	A	

				<p>「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・講評など中心に開催。</p>			A	
	<p>・参加者の意見及び満足度</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>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） （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決定しており、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） 受講者による満足度アンケート調査結果は4.5であった。 受講者からは、以下の様な意見があった： 教員を対象とした消費者教育講座 ・教育課程の中に消費者教育や法教育をどのように組み込んでいくか明確になった。 ・数々のトラブル事例から、子どもたちにはトラブルに巻き込まれない力をつけさせる必要性を感じた。 ・短い時間で指導案を作成することは大変だったが、今後の授業実践に生かすことができそうである。</p>	A	A		
<p>②消費生活専門相談員資格の審査及び認定 消費生活相談員の能力・資質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等を行う。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。</p>	<p>・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。</p>	<p>・研修等の派遣元の意見</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>研修生の派遣元である5県1市の消費生活センター関係者に、研修の効果等について意見聴取をしたところ「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」「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」「受講すれば、相談解決の現場で着実に役立ち、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」といった声が聞かれた。</p>	A	A		
	<p>・アンケート調査結果等を受けて研修内容等の充実状況</p>		<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>受講者に対する満足度アンケートについては、総平均で「4.4」を得た。研修参加者から寄せられた、研修の開催時期、開催時間帯に関する要望については、開催時期や時間帯をより多くの方が参加できるように見直した。  また、講演内容に対する要望については、要望が多かった内容の講演ができる講師を選定し、より役立つものになるようにした。 また、当センターの研修施設に関する要望もあったので、快適な研修環境となるよう改善に務めた。</p>	A	A	A	
<p>②消費生活専門相談員資格の審査及び認定 消費生活相談員の能力・資質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等を行う。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。</p>	<p>②消費生活専門相談員資格の審査及び認定 ・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。</p>	<p>・地理的条件を配慮した全国18ヶ所での試験の実施</p>	<p>18ヶ所実施</p>	<p>資格認定試験を全国15ヶ所の会場で実施した。 会場となった場所は以下の通り： ①北海道（札幌市）                      ⑨大阪府（大阪市） ②宮城県（仙台市）                      ⑩広島県（広島市） ③栃木県（宇都宮市）                    ⑪徳島県（徳島市） ④東京都（港区）                        ⑫福岡県（福岡市） ⑤東京都（渋谷区）                      ⑬熊本県（熊本市） ⑥神奈川県（相模原市）                ⑭大分県（大分市） ⑦静岡県（静岡市）                      ⑮沖縄県（那覇市） ⑧愛知県（名古屋市）</p>	B	B	B	
<p>(6) 商品テスト ①原因究明テスト 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する。テスト技術の向上及びテスト期間の短縮</p>	<p>(6) 商品テスト ①原因究明テスト ・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。</p>		<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>各種研修に参加し、主に以下の技術項目について研鑽を行った： 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</p>				

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。また、地方センターが実施する原因究明テストに対して、技術的な協力をを行う。

・テスト技術向上の研鑽とテスト期間の短縮

・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。

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  
 テスト期間については、平成15年度の108日から85日に短縮した。

A A A

・テスト実施件数は、年度内で45件以上とする。

・45件以上のテスト実施

45件以上実施  
 45件未満35件以上実施  
 35件未満25件以上実施  
 25件未満実施

平成16年度内に、45件の原因究明テストを実施した。

A A

・テスト実施の内容

・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。

以下45テーマを実施した：

NO	テスト内容	NO	テスト内容	NO	テスト内容
1	すいとんの粉で作ったドーナッツが破裂	16	椅子の強度	31	腕時計端部の鋭利度
2	缶詰の破裂	17	シーツの材質の鑑定	32	電子ゲーム玩具の操作ボタンの応答性
3	缶詰のプルトップ取付強度	18	三脚脚立の後ろ支柱の折損	33	鉄道模型の保管ケースの異臭
4	食用油の発火	19	紳士下着の目寄せ（織糸の部分的ずれ）	34	水槽の藻取り薬剤中の除草剤濃度
5	いくら入りおにぎりの衛生といくらの確認	20	マッサージ器の発熱	35	普通自動車の直進走行性の不具合
6	フードプロセッサの誤作動で受傷	21	メガネフレームの鋭利度	36	普通自動車内の異臭
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	22	救急絆創膏による皮膚の剥がれ	37	ワゴン車のホイールが変形
8	粉ミルク用小分け容器キャップの誤飲の危険性	23	まつ毛パーマ液の成分	38	スノーチェーンの破断
9	キャンプ用ガソリンコンロの破裂	24	ヘアクリームの染毛効果	39	自動車盗難防止装置の焼損
10	浄水器蛇口の付着物分析と安全性	25	熱さまし用のジェル状シートによる窒息事故	40	カーシャンプーによる自動車塗装表面の色落ち
11	蛇口直結式の浄水蛇口からの流出物と安全性	26	オゾン発生器のオゾン濃度と殺菌性	41	折りたたみ式自転車の組立不良
12	包丁のパッケージの危険性	27	電気蚊取り器の焼損	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
13	やかん内部付着物分析と安全性	28	マスクの異臭	43	電動アシスト自転車に装着した補助いすの落下
14	ハロゲンヒーターのランプ破裂	29	水中で水素を発生する商品の活性酸素除去能	44	自転車の車輪の強度
15	ホットカーペットで熱中症	30	ノート型パソコンの蓋の亀裂	45	ユニットバスの手すりが折損

A A A

・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。

① 全国商品テスト企画ブロック会議  
 開催日：平成16年11月12日 於 相模原事務所  
 参加者：52人（40機関より）  
 議題等：「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」  
 「IT会議室・テスト職員掲示板の設置について」  
 ② 商品テスト技術・評価研究会

		<ul style="list-style-type: none"> <li>企画ブロック会議及び技術評価研究会の実施状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>開催日：平成16年11月11日 於 相模原事務所                  参加者：53人（46機関より）                  テーマ：「食品の安全性」                  内容：講演「食品の安全性をどう考え消費者に伝えるか」                  各地消費生活センターが実施した以下の商品テストの事例発表：  <ul style="list-style-type: none"> <li>アレルギー物質を含む食品の原材料表示に関する調査</li> <li>輸入かんきつ類の防かび剤</li> <li>にがり</li> </ul>                 以下の内容について意見交換：  <ul style="list-style-type: none"> <li>「リスクの程度（健康への影響、摂量他）」</li> <li>「リスクの低減」</li> <li>「リスクコミュニケーション」</li> </ul> </p>	A	A		A																															
		<ul style="list-style-type: none"> <li>技術相談に対する助言の内容及びその効果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>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。</p> <p>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：  <ul style="list-style-type: none"> <li>スチームクリーナーの油污れの作成方法と汚れ落ちの判定方法</li> <li>電球型蛍光灯の試験項目、測定方法と基準</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>付着した血液の判定方法</li> <li>カビと酵母の判別方法</li> <li>革製衣料の染色堅ろう度の考え方</li> <li>ハロゲンコタツと赤外線コタツの相違点</li> <li>歩行補助車のSG認定試験内容</li> </ul> </p>	A	A																																	
<p>②問題提起型テストセンターや地方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、その結果については迅速に公表する。毎年度のテスト実施件数を、平均12件以上とする。（平成14年度実績12件）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。</p>	<p>②問題提起型テスト                  ・テスト実施件数は、年度内で12件以上とする。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>12件以上のテスト実施</li> </ul>	12件以上実施	12件未満8件以上実施	8件未満4件以上実施	4件未満実施	<p>平成16年度内に、12件の問題提起型テストを実施した。</p> <p>以下12テーマを実施した：</p> <table border="1" data-bbox="1478 1333 2095 1585"> <thead> <tr> <th>NO</th> <th>テーマ</th> <th>NO</th> <th>テーマ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>ベビーカーの安全性</td> <td>7</td> <td>まつ毛パーマ液の成分</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>いわゆる排水口に流すタイプの食用油処理剤等</td> <td>8</td> <td>揚げ物調理における食用油の発火</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>飲み残り清涼飲料容器の破裂</td> <td>9</td> <td>エアゾール式簡易消火具</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>メリロート（ハーブの一種）を含む「健康食品」</td> <td>10</td> <td>電気カーペット</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>洗濯乾燥機の実使用性</td> <td>11</td> <td>ハロゲンヒーター</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>豆腐の品質と衛生</td> <td>12</td> <td>防犯ガラス、防犯フィルムの性能</td> </tr> </tbody> </table>	NO	テーマ	NO	テーマ	1	ベビーカーの安全性	7	まつ毛パーマ液の成分	2	いわゆる排水口に流すタイプの食用油処理剤等	8	揚げ物調理における食用油の発火	3	飲み残り清涼飲料容器の破裂	9	エアゾール式簡易消火具	4	メリロート（ハーブの一種）を含む「健康食品」	10	電気カーペット	5	洗濯乾燥機の実使用性	11	ハロゲンヒーター	6	豆腐の品質と衛生	12	防犯ガラス、防犯フィルムの性能	A	A	A	A
NO	テーマ	NO	テーマ																																				
1	ベビーカーの安全性	7	まつ毛パーマ液の成分																																				
2	いわゆる排水口に流すタイプの食用油処理剤等	8	揚げ物調理における食用油の発火																																				
3	飲み残り清涼飲料容器の破裂	9	エアゾール式簡易消火具																																				
4	メリロート（ハーブの一種）を含む「健康食品」	10	電気カーペット																																				
5	洗濯乾燥機の実使用性	11	ハロゲンヒーター																																				
6	豆腐の品質と衛生	12	防犯ガラス、防犯フィルムの性能																																				
	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>それぞれの媒体を通じた情報提供の迅速性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>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。</p> <p>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つた。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つた。</p>	A	A	A																																

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・分析・評価委員会からの意見及び評価結果の業務への反映状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>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、業務実績報告書本編に示したとおり、商品テストデザイン及びテスト結果に反映させた。さらに、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役立てた。</p>	A	A	A																									
<p>(7) 調査研究 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、PIONEER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とともに、広く国民の理解を促進する。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。</p>	<p>(7) 調査研究 ・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、PIONEER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。</p> <p>・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。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活に重大な影響を及ぼす問題についての調査研究状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>平成16年度においては、以下の4テーマについての調査研究結果を取り纏めた：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪問販売業界等の自主ルールに係る問題点と改善策</li> <li>・美容医療にかかわる消費者被害の未然防止にむけて</li> <li>・子どもの個人情報に係る消費者トラブルの現状と対応</li> <li>・グループホームにおける消費者問題と権利擁護に関する調査研究</li> </ul> <p>各結果については、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。「自主ルール」「美容医療」「グループホーム」について、行政や業界への要望や情報提供を行った。また、時系列項目と特定項目（平成16年度 健康食品等をめぐる主婦の意識と行動）からなる「国民生活動向調査」を実施し、公表した。</p>	A	A																										
<p>3. 予算（人件費の見積りを含む。）、収支計画及び資金計画</p> <p>別紙のとおり</p>	<p>3. 予算（人件費の見積りを含む。）、収支計画及び資金計画</p> <p>別紙のとおり</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・外部有職者からの意見聴取のあり方及び評価結果の業務への反映状況</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</li> </ul>	<p>「調査研究業務に関する評価会合」（平成17年3月）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・評価委員：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</li> <li>・内 容：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、評価表に示された評価項目に従って評価を実施。</li> <li>・評価結果：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 なお、平成17年度実施予定の調査研究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）についても、目的、調査内容を評価会合において説明し、消費者ニーズにあった適切な問題設定であるとの指摘を受けている。</li> </ul>	A	A	A																									
				<p>平成16年度予算 (単位：百万円)</p>																												
				<table border="1"> <thead> <tr> <th>区別</th> <th>計画額</th> <th>決算額</th> <th>差額</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>収入</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>運営費交付金</td> <td>2,520</td> <td>2,520</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>事業収入等</td> <td>253</td> <td>220</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>その他の収入</td> <td>26</td> <td>0</td> <td>26</td> </tr> <tr> <td>前年度からの繰越金</td> <td>21</td> <td>21</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>	区別	計画額	決算額	差額	収入				運営費交付金	2,520	2,520	0	事業収入等	253	220	32	その他の収入	26	0	26	前年度からの繰越金	21	21	0				
区別	計画額	決算額	差額																													
収入																																
運営費交付金	2,520	2,520	0																													
事業収入等	253	220	32																													
その他の収入	26	0	26																													
前年度からの繰越金	21	21	0																													

その他の収入	26	0	26
前年度からの繰越金	21	21	0
計	2,820	2,762	58
支出			
業務経費	1,092	981	110
一般管理費	264	259	4
人件費	1,439	1,407	31
その他の支出	26	0	26
計	2,820	2,648	172

(注) 決算額には、平成15年度契約済繰越額34百万円を含み、平成16年度契約済繰越額53百万円を除いてある。

- ・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40百万円減収となる一方、研修・宿泊収入が7百万円の増収となったためである。
- ・収入の「その他収入」及び支出の「その他支出」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。
- ・支出の「業務経費」、「一般管理費」及び「人件費」は、いずれも計画額の範囲に収まっている。

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
業務経費	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

・予算、収支計画、資金計画に対する実績額

・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。

- ・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。
- ・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。
- ・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。
- ・当期損失金が275,059円発生している。これは、リース資産の会計処理による損失29,764円と貸倒引当金の繰入を245,295円計上したためであり、前年度欠損金162,642円に加えた437,701円を次期繰越欠損金に計上している。

A

A

A

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	0	0	0

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

運営費交付金の執行状況

(単位：千円)

交付年度	期首残高	交付金 当期交付額	当期振替額				期末残高
			運営費 交付金収益	資産見返 運営費 交付金	資本 剰余金	小計	
H15 年度	97,797		42,992	11,607	0	54,600	43,196
H16 年度		2,520,409	2,346,056	22,995	0	2,369,052	151,356
	97,797	2,520,409	2,389,049	34,603	0	2,423,653	194,553

- ・運営費交付金の収益化については、費用進行基準を採用している。平成16交付金債務期末残高には契約済繰越額53,464千円が含まれている。
- ・運営費交付金債務の発生事由については、経費の節減等により、運営費交付金の収益化額が計画を下回ったためである。なお、本事業年度に実施すべき業務については、計画に即して実施しており、未達成による運営費交付金債務の発生はない。

4. 短期借入金の限度額 短期借入金の限度額は6億円とし、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。	4. 短期借入金の限度額 短期借入金の限度額は6億円とし、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。	・短期借入金の発生状況(金額、理由、限度額の範囲以内かどうか)	・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。	該当なし。	-	-	-		
5. 重要な財産の処分等に関する計画 なし	5. 重要な財産の処分等に関する計画 なし			該当なし。					
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	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	・剰余金の発生状況及び使途等	・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。	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	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			該当なし。					
(2) 人事に関する計画 ①方針 1) 業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努める。 2) 個人情報保護法の施行に係る対策及び	(2) 人事に関する計画 ①方針 業務運営の効率化により、常勤職員の増加抑制に努める。	・業務運営の効率化の状況	・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。	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。	A	A			

<p>施行に係る相談及び研修に対応するための人員の確保を図る。</p> <p>②人員に係る指標 期末の常勤職員は、期首126人に対して123人以内とする。 なお、上記2)を除外した場合には中期計画期間中6人削減する。</p>	<p>②人員に係る指標 期末の常勤職員は、期首の126人以内とする。</p>	<p>・期末の常勤職員数の状況等</p>	<p>・独立行政法人からの説明等を受け、分科会委員の協議により判定する。</p>	<p>また、職員の資質向上と業務の効率化に資するため、職員を各種講習会に参加させ、業務遂行のためのスキルの研鑽を図った。</p> <p>年度末の常勤職員の数を116人とした（年度末定年換算で120人）。 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、平成18年度に年度末定年への移行を導入すべく検討を行っている。</p>		A	A	<p>現在の人事のあり方が中期目標及び中期計画を達成するための業務体制に適合したものであるかどうかについて、留意する必要がある。</p>
<p>(3) 積立金の処分に関する事項</p> <p>なし</p>	<p>(3) 積立金の処分に関する事項</p> <p>なし</p>							

※項目別評価表の自己評価は、独立行政法人が自ら定めた年度計画をどの程度執行したかについて自ら評価したものであり、評価委員会が業務実績評価を行う際の重要な判断材料となるものである。  
評価委員会は、独立行政法人が行った定量的な指標に基づく自己評価については、自己評価に誤りがないか、指標に基き適切な自己評価をしているか等について調査・分析を行い、評価委員会として評価を行った。  
定性的な指標に基づく自己評価については、あくまで評価の際の参考とし、評価委員会において評価基準に基づき評価を行った。