国民生活センター
50周年記念誌
── 創立1970年からのあゆみ ──

50th

独立行政法人
国民生活センター

国民生活センター 50 周年記念誌

― 創立1970年からのあゆみ ―

仮事務所（ニュー新坂ビル　70年10月～ 72年8月）

国民生活センター東京事務所（72年3月完成）

国民生活センター東京事務所（09年耐震工事後）

国民生活センター相模原事務所
（旧名称：商品テスト・研修施設　80年2月完成）

国民生活センター相模原事務所

1970年代～

生活情報を提供する
テレビ番組

相談受付のようす

悪質電話勧誘110番のようす

モニターによるテレビの画質評価テスト

消費者問題企業トップセミナー

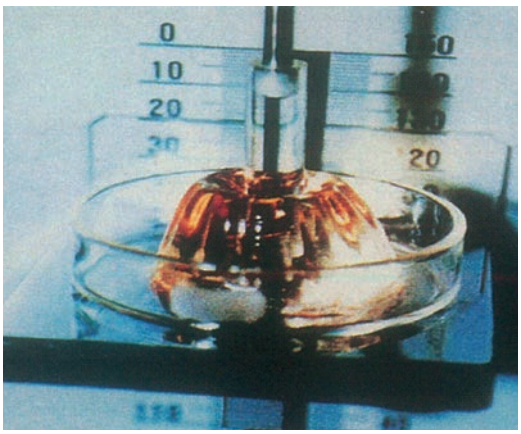
行政職員を対象とした業務セミナーのようす

軽４WD車の雪道試乗テスト

住宅不等地下の苦情で地盤を調べる
（消費者相談の現場調査）

1990年代

PIO-NETに蓄積された消費生活相談情報は360万件を超えた



窒息事故も起きたこんにゃく入りゼリーの弾力性テスト

家庭内事故解析棟（98年6月完成）

家庭内事故解析棟の内部（階段の勾配を自由に変えられる仕様）

7週間に及ぶ消費生活相談員養成講座

2000年代

出版物・啓発資料

経由相談ホットラインスタート

土日祝日相談スタート

ADR業務スタート（イメージ）

消費者フォーラム（04年度　アルカディア市ヶ谷）

企業トップセミナー（05年度　経団連会館）

電動３・４輪車のモニターテストのようす

簡易消火具のモニターテストのようす

相模原施設を視察される福田康夫内閣総理大臣（当時）
（07年10月26日）

2010年代

訪日観光客消費者ホットライン開設（18年12月）

震災110番（写真提供：ニッポン消費者新聞）

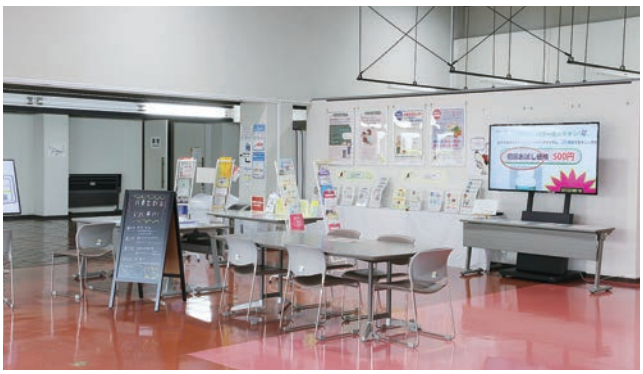
映像を使って記者へ説明

記者説明会のようす

「くらしフェスタ東京」に出展

相模原市主催「みんなの消費生活展」に出展

相模原施設ロビー（15年から施設再開）



相模原施設ロビーの展示コーナー

相模原施設の商品安全に関する展示

研修のようす（相模原施設の講堂）

研修でのグループ発表のようす（相模原施設の研修室）

グループ討議のようす（相模原施設の討議室）

三輪自転車の走行テスト

最新の走査型電子顕微鏡による皮革鑑別

モバイルバッテリーの発火実験

ラトビア共和国とのMOC署名

日中韓消費者政策会合（19年中国で開催）

2020年版で48冊目となる
「くらしの豆知識」

国民生活センターの設立50周年を迎えて

国民生活センター理事長　**松本　恒雄**

国民生活センターは、1970（昭和45）年10月１日に特殊法人として発足し、2020年10月１日、設立50周年という記念すべき日を迎えます。国民生活センターの前身である特殊法人国民生活研究所が設立されたのは1962年ですが、この年は、アメリカのケネディ大統領が消費者には４つの権利があると宣言した大統領特別教書を連邦議会に対して送った年で、いわば世界の消費者運動・消費者行政の出発点の年でした。

東京オリンピックとともに1960年代に始まったわが国の消費者行政は、事業者規制というハード面（規制行政）は、それぞれの業を所管する各省庁が縦割りで行い、消費者が被害に遭わないようにするための啓発や情報提供、消費者教育、事業者・事業者団体への要望、消費者からの相談、苦情処理・あっせん、紛争解決といったソフト面（支援行政）を国民生活センターと地方の消費生活センターが行うという分業スタイルをとりました。

2009年の消費者庁設置によって、表示や取引等の消費者に身近な規制行政と消費者安全にかかわる情報については横割りの消費者庁に集約されました。他方、国民生活センターについては、2008年６月の閣議決定「消費者行政推進基本計画」で、「国の中核的実施機関として、消費者相談（国民生活センターへの直接相談や、消費生活センターから持ち込まれる困難事案の解決支援）、相談員等を対象とした研修、商品テスト等を拡充するとともに、PIO-NETを刷新し、事故情報データバンクを創設するなどシステム整備を加速する。また、広域的な消費者紛争の解決（ADR）のための体制整備を進める。」とされています。これは、2008年の国民生活センター法改正で付加されたADRを除いて、ほぼ設立当初から現在まで行っている業務です。

中期目標管理型の独立行政法人として存続が決まったことを受けて、国民生活センターは、2014年10月１日に、「国民生活センターの使命」を公表し、「国民生活センターは、消費者問題・暮らしの問題に取り組む中核的な実施機関として、消費者・生活者、事業者、行政を『たしかな情報』でつなぎ、公正・健全な社会と安全・安心な生活を実現します。」と宣言しました。国民生活センターには強制力がなく、日々の業務の中で集まってくる情報を分析・検討して、関係者に情報提供、啓発、研修、説得、要望するといったソフトな手法しかとることができません。これは、その提供する情報への信頼性が失われれば、存在意義がないことを意味しています。

幸いにも消費者庁設置の翌年である2010年に野村総合研究所が行った75の独立行政法人を対象とした国民の意識調査で、国民生活センターは、認知度、好感・信頼度、役立ち感のいずれにおいても、第２位または第３位を占めることができました。このような高い評価の理由の１つとして、国そのものではないけれども、国が積極的に関与しているという国民生活センターの持つ官と民のハイブリッドな性格が、ソフト面での消費者行政に適合しており、消費者からも事業者からも信頼が得られていることを挙げてよいと思われます。

次の半世紀に向けて歩みを進める国民生活センターへの、消費者、事業者、行政関係者、専門家等のすべてのステークホルダーのみなさまからのご支援・ご協力をお願いいたします。

祝　　詞

前内閣府特命担当大臣（消費者）　**衛藤　晟一**

（独立行政法人）国民生活センターが、昭和45年の創立以来50周年を迎えられたことを、心からお祝い申し上げます。

この50年で、我が国を取り巻く環境は、劇的に変化しました。我が国の経済社会が大きく発展を遂げる中、少子・高齢化の進行、成年年齢の引下げ、デジタル化・国際化の進展など、経済社会の有り様は大きく変化しました。

消費生活をめぐる課題についても、時代とともに大きく変化してきました。社会経済の急速な進展により、これまでの行政による規制や指導等では解決できない食品ロスの問題やオンライン取引上のトラブルなど新たな消費者問題が発生し、消費者行政は常に新しい課題に直面しています。今後においても、少子･高齢化の進行、成年年齢の引下げ、新型コロナウイルス感染症の拡大による新たな生活様式への移行等により、消費者被害の多様化・複雑化が更に進むことが懸念されます。

こうした多種多様な消費者被害に対応するため、消費者を取り巻く社会状況の変化や新たな課題等を適切に捉え、消費者の安全･安心を確保することが消費者行政の役割と考えます。また、今回の新型コロナウイルス感染症の拡大、昨今の地震や豪雨災害を踏まえれば、消費者行政の役割は、平常時だけでなく、災害など緊急時において、より一層重要性を増します。不確かな情報の発信･拡散の抑制など、緊急時における様々な課題への迅速な対応がこれからの消費者行政により求められてくる役割になると思います。国民生活センターにおかれては、様々な消費者問題の解決に向けて、消費者行政における中核的な役割を今後も引き続き担っていただきたいと思います。

国民生活センターは、昭和45年10月に設立され、消費者行政における中核的な実施機関として半世紀にわたって多様な消費者問題の解決に取り組んでいただきました。一方で、消費者行政を一元的に推進するため平成21年９月１日に設立された消費者庁及び消費者委員会は、昨年（令和元年）、設立10周年を迎えたところです。国民生活センターにおいては、引き続き消費者行政の中核的機関として、消費者庁及び消費者委員会と緊密に連携して消費者問題に取り組むことを期待します。

現在、国民生活センターでは、全国の消費生活センターが行う相談業務を支えるとともに、そこから集められる相談情報を分析し、国民に向けた注意喚起等を行っています。また、各地の消費生活センターに勤務している消費生活相談員等を対象とした研修を実施し、高齢者や障害者等のぜい弱な消費者へのサポートを含めた支援を行っています。さらには、デジタル化・国際化に対応して、越境取引に関するトラブルや日本を訪れた外国人観光客に特化した相談も実施しています。こうした国民生活センターの取組は、「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて、欠くことのできないものです。

国民生活センターにおかれては、創立以来半世紀にわたって培ってきた様々な知見・ノウハウを活かしつつ、今後もその機能を十分に発揮し、消費者問題に取り組んでいただくことを期待します。そして、高齢者、子どもたち、障害者などすべての人々が安全に暮らしていける社会の実現に向けた消費者行政の担い手として、ますますのご発展を祈念します。

国民生活センター50周年によせて

消費者庁長官　**伊藤　明子**

まず、国民生活センターが設立50周年を迎えられたことを、心からお祝い申し上げます。

この半世紀の間に、少子・高齢化、情報の高度化、国際化が進む中で、様々な消費者問題が発生し、その都度、消費者行政は新しい課題に直面してきました。1970年代以降のマルチ商法、多重債務等による消費者被害への救済が行われ、1990年代以降は、消費者契約法など消費者と事業者の間の一般的な民事ルールの整備が進みました。最近では、インターネット等の普及により電子商取引上の消費者被害が多く発生し、その中には国境を越えた被害も含まれ、多様化・複雑化した消費者問題への対応が求められています。

こうした消費者被害から消費者を救済するため、昭和45年に特殊法人として設立された国民生活センターは、平成15年に独立行政法人に移行し、消費者行政の中核的機関として、様々な消費者問題に取り組んできました。一方で平成21年９月に消費者行政を一元的に推進するため発足した消費者庁は、昨年（令和元年）、節目となる10年目を迎えたところです。これまでの歴史を振り返れば、国民生活センターが、消費者問題への専門的な知見を持って、消費者行政における中心的な役割を長年に渡って担ってきたと言えると思います。

これまで国民生活センターは、全国の消費生活センターの相談業務を支えるとともに、ネットワークシステム（PIO－NET）による相談情報の収集・分析、製品安全を確認するための商品テストなど地道な作業を堅実に重ね、国民に向けた注意喚起などの情報発信を行うことで、消費者の安心・安全を守ってきました。さらに消費者行政を支える人材を育成するため消費生活相談員等を対象とした研修を行い、長年に渡って消費者行政の基盤作りに貢献していただいてきました。

最近では、デジタル化･国際化が進展する中で、海外事業者との間でトラブルになっている日本の消費者や訪日される外国人のための相談対応など、今の時代に対応した新たな取組も行い確実な成果をあげています。また本年（令和２年）は、新型コロナウイルス感染症が拡大する中で、急増する悪質な便乗商法に対応するため、国民生活センターが万全な体制を敷き、迅速に消費者からの相談に対応していただいたことは記憶に新しいところです。このような緊急時の対応は、消費者行政においてより重要になってきており、その中核的な役割を国民生活センターに担っていただいております。

今現在、消費者を取り巻く環境は、高齢化や単身世帯の増加などに加え、新たな生活様式への移行などへの不安感も重なり、重い閉塞感を帯びています。こういう時にこそ、他者を尊重するSDGs（国連の持続可能な開発目標）への視点がより重要になります。この視点は、消費生活の共生、消費者・事業者との協働といった考え方にも重なり、それを踏まえた取組を今後の消費者行政は行っていく必要があると考えます。

国民生活センターにおかれては、新しい時代に向けて変容する消費者や社会の変革を柔軟に見定め、常に消費者の立場に寄り添った活動を行っていただくことを期待するとともに、半世紀にわたり築き上げてきた実績を基礎に、消費者庁の良きパートナーとして、新たなステージで更なる飛躍を遂げることを祈念し、お祝いの言葉とさせていただきます。

国民生活センター50周年記念誌　― 創立1970年からのあゆみ ―

目　次

写真で振り返る国民生活センター

国民生活センターの設立50周年を迎えて　国民生活センター理事長　松本　恒雄…… 9
祝詞　前内閣府特命担当大臣（消費者）衛藤　晟一…… 10
国民生活センター 50周年によせて　消費者庁長官　伊藤　明子…… 11

第１部　あゆみ編

沿革…… 16
国民生活センターのあゆみ…… 18

第２部　業務編

組織図（2020年度）…… 66
総務業務…… 67
普及啓発・広報業務…… 85
情報管理業務…… 101
相談情報業務…… 111
商品テスト業務…… 126
危害情報業務…… 139
教育研修業務…… 148
調査研究業務…… 161
資格試験業務…… 174
裁判外紛争解決手続業務…… 177
適格消費者団体支援業務…… 181

（参考資料）

国民生活センターの「使命」と「行動指針」…… 184
消費者行政の仕組みと国民生活センター…… 185
国民生活センターとSDGs …… 186
SDGs目標からみた国民生活センターの業務 …… 187
報道機関等を通じた情報提供一覧（2010年度以降）…… 188
「月刊国民生活」の特集テーマ一覧（2010年度以降）…… 206
「くらしの豆知識」特集一覧（2010年版以降）…… 208
「見守り新鮮情報」（2009年度以降）、
「子どもサポート情報」（2010年度以降）一覧…… 209

PIO-NETにおける全国の消費生活相談の件数 …… 218
危害・危険情報の年度別件数の推移…… 219
国民生活センターにおける消費生活相談の受付実績…… 220
「消費者トラブルメール箱」年間受信件数の推移 …… 220
国民生活センターにおける商品テストの実績一覧（10年分）…… 221
国民生活センターにおける危害情報に関する公表一覧（10年分）…… 225
教育研修事業におけるコース数・受講者数の推移（2010年度～ 2019年度）…… 227
「消費生活相談員資格試験」「消費生活専門相談員資格認定試験」
受験申込者数及び認定者数の年度別推移…… 230
国民生活センター年表…… 231
独立行政法人国民生活センター法…… 259

第３部　資料編（CD収録）

組織・機構の変遷…… 3
年度別、項目別収支予算の推移（2003年度～ 2019年度）…… 5
報道機関等を通じた情報提供一覧（1995年度以降）…… 7
国民生活センターからの政策提言一覧（2005年度～ 2009年度）…… 85
PIO-NETにおける全国の消費生活相談の件数 …… 88
PIO-NETにおける支払方法別相談件数・割合の推移（2010年度～ 2019年度）…… 89
PIO-NETにおける販売購入形態別相談件数・割合の推移（2010年度～ 2019年度）…… 91
危害・危険情報の年度別件数の推移…… 93
商品テスト実施品目一覧…… 94
苦情処理テスト実施件数の推移…… 107
共同比較テスト実施品目一覧…… 108
「くらしの危険」一覧 …… 109
国民生活センターにおける消費生活相談の受付実績…… 113
消費者トラブル110番開設テーマ一覧 …… 114
定期刊行物一覧…… 115
「月刊国民生活」特集テーマ一覧（1999年以降）…… 117
「くらしの豆知識」特集一覧（1990年版以降）…… 123
「見守り新鮮情報」（2009年度以降）、
「子どもサポート情報」（2010年度以降）一覧…… 124
教育研修事業におけるコース数・受講者数の推移…… 133
「消費生活相談員資格試験」「消費生活専門相談員資格認定試験」
受験申込者数及び認定者数の年度別推移…… 142
消費者問題に関する10大項目…… 143
国民生活センター年表…… 148

各種委員会一覧…… 180
役員任期一覧表…… 182
第１期中期目標（平成15年度下半期～平成19年度）…… 184
第１期中期計画（平成15年度下半期～平成19年度）…… 187
第２期中期目標（平成20年度～平成24年度）…… 194
第２期中期計画（平成20年度～平成24年度）…… 197
第３期中期目標（平成25年度～平成29年度）…… 205
第３期中期計画（平成25年度～平成29年度）…… 213
第４期中期目標（平成30年度～令和４年度）…… 226
第４期中期計画（平成30年度～令和４年度）…… 250
行政改革関連…… 275
関連法令
　消費者基本法（抄）…… 282
　消費者安全法（抄）…… 282
　消費者教育の推進に関する法律（抄）…… 284
　国民生活センター法（平成11年法）…… 285
　独立行政法人国民生活センター法（平成14年法）…… 291
　独立行政法人国民生活センター法（平成20年法）…… 294
　独立行政法人国民生活センター法（平成29年法）…… 302

第１部

あゆみ編

沿革

昭和45年５月	国民生活センター法（昭和45年法律第94号）公布
10月	特殊法人国民生活センター設立
46年２月	月刊「国民生活」創刊
10月	国民生活センター提供テレビ番組放送開始
47年３月	「くらしの豆知識」創刊
７月	国民生活センター事務所竣工（港区高輪）
49年11月	商品比較テスト開始
50年１月	消費生活相談員養成講座開始
55年３月	商品テスト・研修施設竣工（相模原市）
56年２月	隔月刊「たしかな目」創刊
59年４月	全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）運用開始
63年７月	「国の行政機関等の移転について」（閣議決定）に基づき、移転対象機関となる
10月	「消費生活年報」創刊
平成３年７月	消費生活専門相談員資格制度発足
３年12月	「たしかな目」月刊化
６年４月	商品テスト３号棟竣工
11年３月	家庭内事故解析棟竣工
13年12月	「特殊法人等整理合理化計画」（閣議決定）において、組織形態を独立行政法人へ移行することを決定
14年12月	独立行政法人国民生活センター法（平成14年法律第123号）公布
15年10月	独立行政法人国民生活センター設立（本部機能を相模原事務所へ移転）
17年３月	生活情報体制整備等交付金の移管決定を受け、独立行政法人国民生活センターの中期計画（第１期）の一部変更
18年３月	「行政改革の重要方針（平成17年12月24日閣議決定）」及び東京事務所の耐震補強工事実施決定を受け、独立行政法人国民生活センターの中期計画（第１期）の一部変更
20年３月	第２期中期計画認可
４月	「国民生活」「たしかな目」統合、「月刊国民生活」創刊
５月	独立行政法人国民生活センター法改正（平成20年法律第27号）
11月	「安心実現のための総合対策」（平成20年８月29日閣議決定）に基づく平成20年度補正予算（第１号）の成立を受け、中期計画（第２期）の一部変更
21年３月	「生活対策」（平成20年10月30日閣議決定）に基づく平成20年度補正予算（第２号）の成立を受け、中期計画（第２期）の一部変更
４月	「紛争解決委員会」設置、裁判外紛争解決手続（ADR）開始
22年１月	土日祝日相談業務開始
３月	「全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）」システム刷新・運用開始
24年５月	「月刊国民生活」をWeb版「国民生活」へ移行
25年３月	第３期中期計画認可

26年３月　「好循環実現のための経済対策」（平成25年12月５日決定）に基づく平成25年度補正予算（第１号）の成立を受け、中期計画（第３期）の一部変更

６月　独立行政法人通則法改正（平成26年法律第66号）、独立行政法人国民生活センター法改正（平成26年法律第67号）

８月　「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月閣議決定）に基づき、「国民生活センター相模原事務所研修施設の活用に関する懇談会」の検討結果等を踏まえ、平成27年度相模原事務所研修施設の再開が決定

27年３月　「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月閣議決定）における相模原事務所研修施設再開及び東京事務所の活用継続決定並びに平成27年度から開始する越境消費者トラブル対応等を追記するため、中期計画（第３期）の一部変更

４月　中期目標管理法人に移行

５月　相模原事務所研修施設再開

６月　国民生活センター越境消費者センター（CCJ）相談受付開始

９月　「全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）」システム刷新・運用開始（PIO-NET2015）

28年３月　「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、「平成27年度独立行政法人国民生活センター調達等合理化計画」を作成したことを踏まえ、中期計画（第３期）の一部変更

４月　「熊本地震消費者トラブル110番」開始
改正消費者安全法に基づく「消費生活相談員資格試験」の登録試験機関に登録

29年１月　「未来への投資を実現する経済対策」（平成28年８月２日閣議決定）に基づく平成28年度補正予算（第２号）の成立を受け、中期計画（第３期）の一部変更

３月　「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（平成28年９月１日まち・ひと・しごと創生本部決定）に基づく徳島県における研修及び商品テスト業務の実施等を追記するため、中期計画（第３期）の一部変更

６月　独立行政法人国民生活センター法改正（平成29年法律第43号）

７月　徳島県に消費者行政新未来創造オフィスを開設

10月　改正独立行政法人国民生活センター法施行に伴い、特定適格消費者団体が消費者裁判手続特例法に基づき行う仮差押えの申し立ての際の立担保に関する業務等を追記するため、中期計画（第３期）の一部変更

30年３月　第４期中期計画認可

12月　「訪日観光客消費者ホットライン」を開設

31年３月　平成30年度補正予算（第２号）が成立し、第４期中期計画の一部変更（消費生活相談体制の強化等を図るためのPIO-NET刷新等に係る経費）

令和２年３月　令和元年度補正予算（第１号）が成立し、第４期中期計画の一部変更（PIO-NETへのAIを活用した機能の導入等への活用）

５月　令和２年度補正予算（第１号）が成立し、第４期中期計画の一部変更
（訪日観光客等相談体制強化）

６月　令和２年度補正予算（第２号）が成立し、第４期中期計画の一部変更
（「新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン」の相談体制強化）

国民生活センターのあゆみ

Ⅰ　創立から20年（70年～ 90年）

国民生活センターは、「国民生活センター法」（昭和45年５月23日法律第94号）に基づく特殊法人として、1970年10月1日に設立された。

当センターの創立から20年の歩みを、次の四つの時期に区分する。

すなわち第一は、設立から72年７月までの１年10カ月である。この時期は、東京都港区赤坂８丁目10番地「ニュー新坂ビル」の３階と４階合わせて936㎡に仮事務所を置いた。同区高輪３丁目13番22号の現在地に自前の事務所が完成するまで待機しながら、同時に、国民生活センター法が定めた業務を一斉に開始し、後の発展期につなぐ事業的基礎を築いた。この時期を創立期とする。

第二は、事務所が完成して72年７月16日に移転を終え、本格的な業務の展開が可能になった頃から、80年２月までの７年７カ月である。この時期は、業務の全般にわたって量と質の強化を目指すとともに、経済・社会環境の激変に連動しながら相貌をあらためて次々に登場する消費者問題に対応すべき多くの創意が求められた。予算・人員の充実が逐次進展をみたばかりでなく、神奈川県相模原市に新しく施設を作り業務の一部を拡大再配置する計画が実現したことは、この時期を画する象徴的出来事であった。

第三は、相模原市の「商品テスト・研修施設」が始動した80年３月から83年３月までの３年１カ月である。この時期は、発展期の単なる延長ではない。法人の社会的認知の度合いが高まり、それだけ消費者の期待感も大きくなった。情報提供の種類も増え、消費者と企業、消費者と行政、それぞれの間をつなぐ役割についても、成果が内外から認められるようになった。同時にまた、次の転換期を迎える予兆とも言える幾つかの目新しい業務対応も現われた。「たしかな目」の出版等の「情報提供の一部有料化」に象徴される新たな業務の導入に、一層意識的な取り組みが行われたのもその一例といえる。

第四は、予算の減額が始まった83年４月から90年にいたる７年余りの時期とする。行政改革と政府の予算編成方針の影響を直接的契機として、法人業務の再編成が各側面から検討され実施に移された。同時に、高齢化・国際化社会への急速な変化に対応すべき業務のあり方についての議論も積極的に進んだ。情報提供媒体の改廃、各地の消費生活センターとの関係強化と情報交流の質的転換等が図られた。業務の見直しと再編成に対処するための所期のプログラムは89年４月頃までに、その多くを達成したが、予算の減額は続いた。

〈創立期（1970.10 ～ 72.7）〉

１．消費者問題の顕在化と国民生活センターの設立背景

国民生活センターを特殊法人として設立するまでの経済・社会的背景と消費者政策の経緯については、次のように要約できる。

すなわち、60年代前半に国民所得の増大と平準化が進み、技術革新に基づく大量生産・大量販売体制が確立した。いわゆる大衆消費社会の成立期にあたる。しかし、消費水準の上昇と生活の多様化が実現しつつある半面で、この頃には「欠陥商品により消費者の生命、

身体の安全が脅かされるような深刻な被害あるいは不適性表示により適正な消費者選択が阻害されるような被害が広範に発生し、消費者問題が社会的問題として大きくクローズアップされ始めた」（経済企画庁国民生活局『国民生活行政20年のあゆみ』85年）。

55年に起こった「森永砒素ミルク事件」、60年に発覚した「ニセ牛缶事件」、62年に回収騒ぎとなった大日本製薬らによる「サリドマイド睡眠薬事件」などは、消費者問題の発生を告げる衝撃的な出来事であり、また、これに対する消費者意識の高揚と消費者運動の必然性が明らかな事実となった。

消費者の組織化は、すでに長い活動実績を持つ消費生活協同組合運動が呼びかけた55年12月の全国消費者団体連絡会（消団連）の結成に見るところだが、それに続いて翌56年2月に開催された第一回全国消費者大会における「消費者の権利」に言及した「消費者宣言」の採択は、消費者運動の市民権を鮮明にした。

さらに、54年７月に始まった関西主婦連による「主婦の商品学校」、59年４月に開講した主婦連合会による「消費者ゼミナール」、61年９月の日本消費者協会の設立などは、この時期における消費者啓発活動の活発化を示す代表的な事例であった。

国際的には、62年３月にアメリカ合衆国大統領J.F.ケネディが議会へ送った「消費者の利益保護に関する特別教書」は、我が国の関係者の間にも大きな影響を与えた。ケネディ教書が指摘する消費者の四つの権利、すなわち、安全を求める権利、知らされる権利、選ぶ権利、意見を反映される権利についての理解と共感は急速に広まった。

こうして、「経済成長はそのままでは必ずしも生活の向上にはつながらない、という認識が次第に強まる」（国民生活局、前掲書）なかで、「国民生活向上対策審議会」（経済企画庁長官の諮問機関）は、63年６月に「社会的生活環境施設整備の基本方向に関する答申」とともに「消費者保護に関する答申」を出し、消費者行政の充実と消費者の権利を保証することの必要性を強調した。それは、消費者行政の統一性、新しい事態への対処、消費者保護意識の明確化、消費者意向の反映、行政的監視機構の整備、救済措置の簡便化などの手段を速やかに講ずることを求めたものであった。

他方、この答申と前後して自治体や政府省庁に、消費者行政専管課を設置する動きが出始めた。61年から東京都に消費経済課が設置されたのを始めとして、68年３月までに８府県が消費者行政専管課を設置している。省庁では63年に農林省で、64年に通産省で、それぞれ消費経済課が発足した。経済企画庁は、特殊法人・国民生活研究所を設立（62年６月）して、国民生活に関する基礎的総合的調査研究の推進を期するとともに、翌63年９月には「消費者行政協議会」を設置することを決め、関係各省庁の連絡・施策の総合調整を図り、消費者行政機構の拡充と強化を目指した。65年６月１日に国民生活局が発足すると、消費者行政は「国民生活優先」政策のより広い枠組のなかで位置付けられ、経済発展と国民生活の向上と消費者問題の解決を、いわば三位一体的にとらえる視点が確立した。

68年５月30日に、「消費者保護基本法」（昭和43年法律第78号）が公布・施行され、消費者保護にかかわる行政、事業者の責務と消費者の役割をあらためて法制化した。同法の付帯決議では、両院とも現行法の見直し事項を具体的に指示し、さらに衆議院では都道府県に「生活センター」ともいうべき機構の設置を求めた。消費者行政の枠組も、「商品危害

の防止」「計量・規格・表示・契約の適性化」「公正自由な競争の確保」「消費者意見の反映」「消費者苦情の処理」「消費者被害の救済」「消費者啓発の推進」「商品試験・検査施設の整備」などと定められ、それによって消費者支援の目的も明確になった。さらに同法は、「消費者保護会議」（首相を議長とし関係閣僚を委員とする消費者行政の最高意志決定機関）を設けたことによって、関連諸法令の制定・改正など、今後の消費者行政の拡充・強化のための足がかりを据えた。また、基本法の制定によって72年までに全都道府県が消費者行政専管課を置くことになった。

上述のような消費者支援の行政目的を一層具体化するためには、消費者啓発や消費者相談・消費者苦情の処理を本格的に実施する必要性が明らかになっていた。消費者の立場からの商品テストを含めた単一の受付・処理と研修のための施設が求められた。自治体では、すでに兵庫県が65年に生活科学センターを設置したのを皮切りに、70年までに都府県21、政令指定都市２、その他の市８、合計31施設が業務を始めていた。

２．国民生活センター法の成立と世論の期待

国民生活センター法案は、70年３月12日に第63国会へ内閣から提出された。法案は、まず衆議院・物価問題等に関する特別委員会に付託され、３月25日、４月１日、２日、９日の四日間、のべ７時間42分を費して審査が行われた（衆院物特委議事録による）。議員提案の付帯決議案を含めて全員賛成（起立総員）で可決、続いて４月10日の衆議院本会議で可決し参議院へ送付した。

参議院では、物価等対策特別委員会が４月17日、24日、５月６日、８日の四日間にわたって審査を行い、所要時間はのべ約11時間28分であった（参院物特委議事録による）。議員提案の付帯決議案とともに全員賛成で可決、５月12日の参議院本会議で可決成立した。

国民生活センター法を成立させるに当たって、両院が行った付帯決議の要旨は次のとおりである。衆議院は、①国民の日常生活上の不満及び要望に即応する、②消費者保護基本法と物特委決議にかかる消費者保護の強化に関する件の趣旨を尊重する、③運営協議会委員に消費者代表をできるだけ多く任命する、④商品試買テストによる情報提供に努める、の４点を、参議院は、①日常生活に密着している問題を具体的に取り上げる、②地方消費生活センター及び関係省庁との協力体制を強化する、③消費者の意見の反映に努める、④自主独立の商品テスト機関を設置する、の４点を、それぞれ国民生活センターに求めたものであった。

国民生活センターの設立が決まると同時に、国民生活研究所の解散が決定した。

廃止と決まった国民生活研究所の「基礎的・総合的調査研究」業務とともに、法人の有する一切の権利義務は国民生活センターへ引き継ぐことになった。

３．国民生活センターの設立

国民生活センター法が公布された後、経済企画庁国民生活局は70年７月６日に「国民生活センター設立スケジュール」を作成し、東京都千代田区霞が関３丁目２番地４号「霞山会館」内に設立準備室を置いた。９月11日に、第1回設立委員会が開かれ、設立委員会規定とともに、諸申請手続きと設立準備予算を決めた。以後、政府に対する出資金の払い込み及び現物出資財産の給付の請求、閣議による会長・理事長・監事たるべき者の指名、会長名による理事の認可申請と長官から首相への上

申等の手続きが順次運ばれ、９月28日の第２回設立委員会で会長指名者への引き継ぎ、法人登記の申請を行って、すべての準備作業を終えた。

初年度半年分の予算は、交付金8,057万円を柱に、合計１億431万円を計上した。新事務所が完成するまでの仮事務所に、港区赤坂８丁目10番地「ニュー新坂ビル」の貸室512坪を、保証金１億240万円、敷金2,560万円、坪当たり借料月額500円で借り上げた。

10月１日付で、大濱会長（非常勤）、昌谷理事長とともに理事３名、監事２名（内１名は非常勤）、職員40名、常勤嘱託２名、非常勤職員３名が発令された。職員・嘱託42名中の34名（81％）は国民生活研究所からの移行者であり、５名は府省庁からの出向者であった。その後、初年度中に職員５名の増員と非常勤の消費生活相談員1名が採用された。さらに71年度初頭に職員９名、同年度中に新たな16名の職員および３名の消費生活相談員の採用を行い、年度末の職員総数は68名、消費生活相談員は3名となった。また、71年度中に理事２名の追加発令があって、常勤役員７人体制ができ上がった。

４．業務の初期展開と国民生活センター事務所の建設

発足当初の事業的課題には、少なくとも次の三つがあった。第一に、国民生活研究所から引き継いだ業務を再編成し消費者の関心に一層近づけ、第二に、新規の業務を可能なものから速やかに開始し、第三に、国民生活センター事務所を完成させることであった。

第一の課題については、本来的な調査研究業務以外のものを他の部室に振り分け、新しい観点から見直しを行った。例えば、雑誌『国民生活』の経済企画庁からの受託発行は止め、改めて普及啓発業務の機関誌として独自の編集で再出発をはかることにした。『国民生活統計年報』と、生活意識の調査研究で継続的に蓄積してきた知識を基礎に新しく年次調査として構想しなおした『国民生活動向調査』は情報管理室が担当することになった。図書資料は独自の公開体制を整備し収蔵情報の量的質的な充実をはかり、将来は電子計算機による情報検索システムの開発を目指すこと等が現実的課題となってきた。

第二の新規業務に関連して最初に重視したことは、関係機関・団体、特に地方消費生活センター等との「とくに緊密な連携の確保」であった。これは、この年の８月10日に衆議院物価問題特別委員会が行った「消費者行政の推進等に関する決議」のなかで、「各地域の消費生活センター相互間及び国の関係機関特に国民生活センターと各地域の消費生活センターとの連携を強化すべきである」（同決議第１項の２）と指摘している課題の具体化でもあった。

新規の業務で最も早く着手し、具体的な手応えを得つつあったのは消費生活相談である。既に第１回運営協議会の席に『相談処理の結果について』の報告を出している。それによれば、発足以来２カ月間に合計47件の相談があり、うち６件が苦情、41件が問い合わせである。相談者の性別は、男性19人、女性28人。相談内容は、商品に係るもの18件、生活一般に係るもの15件等で、相談処理を終えたもの27件、他の機関を紹介したもの13件、処理が終わっていないもの７件となっている。初年度末までに相談受付件数は288件となったが、国民生活センターの周知度が高まるにつれて急速な増加を見、翌71年度末には3,108件に達した。

普及啓発業務では、出版物による情報媒体

の刷新とともに、ラジオ・テレビ、展示、研修等の新しい普及手段に取り組んだ。出版物では、前述の『国民生活』誌の準備・見本号とも言うべき「創刊号」を71年２月20日付で発行し、同年４月の第１巻第１号（４月号）から月刊化した。また、消費者行政と消費者苦情に関する情報を集めた『生活行政情報』と『解説生活行政情報』を新たに発行した。前者は、省庁・自治体の担当課から送られた文書をそのままコピー印刷したもので、速報性を重んじて月２回刊とし、後者は、省庁の重要情報について担当課が直接解説文を書いた。その他に、新聞等の既存の情報媒体から国民生活関連情報を収集して速報する『週間生活ニュース』を同年２月第１週分を第１号として32号まで出した。これは、後に『週間地域生活』に引き継がれ、いわば玄人受のする情報誌として静かな支持を得た。

テレビは「あなたとくらし」の番組名で、まず71年９月から12月までの提供を行った。TBSをキー局に全国33局ネットワークで、放送回数は14回で、うち一本の特別番組が60分の他は全て30分番組であった。ラジオ番組の提供は、71年10月から12月まで、「くらしの豆知識」のタイトルで、TBSをキー局に全国10局ネットを使って行った。放送時間は月曜日から金曜日の９時台各１分間であった。この放送原稿を若干手直しし、年度末に縦15㎝・横10㎝全126ページの小冊子『くらしの豆知識』をまとめ、消費者啓発用に7,000部を印刷して自治体等の関係機関に配布したところ予期以上の好評を博し、年度内に１万5,000部を増刷した。以後内容を改めて毎年発行することにし、ベストセラー刊行物の一つとなった。

展示は、自治体特設展示会との共催事業として開始した。展示の開設形式は、比較的短期間に限って行う「特設展示」と期間を特定しない「常設展示」に大別できるが、自治体との特設展示の共催は、国民生活研究所においても経済企画庁からの委託事業として、１カ所30万円の補助金を付けて実施していたので全くの新規事業とはいえない面もある。しかし法人本来の啓発業務として再出発させ、事業規模も拡大した。展示は、パネル、模型、実物を使って直接消費者の視覚に訴えるだけでなく、立体的実感が得られることでも優れた啓発手段となった。

教育研修業務では、行政職員研修と一般消費者を対象にする地域シンポジウム・生活講演会を71年度から開講した。前者は自治体の消費者行政担当者の経験交流と、理論的知識・実務的技能の向上を目的としたもので、消費者問題に関わりのある各専門分野の学識者を講師に招き、また独自のカリキュラムを編成して関係者の期待に応えようとした。後者は自治体の消費者行政に協力して、講師を派遣し地域の消費者に直接働きかける啓発活動を意図したものであった。

行政職員研修は「一般講座」と「業務講座」の２種を設けた。一般講座は消費者行政に必要な一般的知識として、経済・社会の基礎理論、消費者行政の諸分野にわたる現状と課題、消費者関係法規、分野別消費者問題、消費者教育、業務知識等の内容を５週間程度のカリキュラムに組んだが、３年目の73年度からは、前（３週）・後（２週）期に分割して研修参加の便宜を図った。業務講座は、上述の展示業務の他に研修・出版・相談の各業務セミナーを、いずれも1週間程度のカリキュラムで実施した。

この他に、日本消費者協会が62年以来実施してきた「消費生活コンサルタント養成講座」が教育研修業務に加わった。これは、従来経済企画庁がこの講座に助成していた予算を、

国民生活センターの教育研修予算に組み入れたため、改めて日本消費者協会へ業務委託する形式が取られたのであった。しかしその後74年から、国民生活センターの教育研修業務として独自に「消費生活相談員養成講座」を開講することになって若干の問題が生じた。後者は、自治体の消費生活センター等で消費生活相談に携わる相談員とその予定者に対象を特定したものだが、研修目的に重複する部分が生じたことは否めなかった。そこで「消費生活コンサルタント養成講座」を国民生活センターの委託業務として行うことは76年度を限りに打ち切ることとした。

創立期第三の課題の国民生活センター事務所の建設経過の概要は次の通りであった。まず、東京都港区高輪３丁目17番地36（登記簿の地番）の現在地に、70年10月１日付で政府から現物出資をうけた宅地1,434㎡が、71年１月８日に大蔵省から分筆登記された。続いて71年９月１日付の現物出資分1,841.52㎡が同年10月15日に分筆登記された。なお、土地はその後74年８月１日付で82.32㎡が追加され、登記簿上は合計3,357.84㎡となっている。

事務所の建築工事は、建設省関東地方建設局に委託して行われた。まず第一期の工事受託契約２億円を70年10月3日付で交わし、続いて71年６月１日付で第二期工事契約２億8,000万円を締結した。

実際の作業は、70年11月から翌年1月頃までに整地をし、建物の一部を品川税務署の上に乗せるための補強工事等が年度内に進んだ。71年３月17日付で建築基準法に基づく建築物の「計画通知書」を提出し、５月頃から本格的工事が開始された。ほぼ１年後の72年３月30日付で関東地方建設局長から「財産の引渡しについて」通知があり、翌31日付の大濱会長名の受領書を送って引き渡し手続きを完了した。しかし、一部の内装工事や土留工事、外構工事等は６月末まで行われた。

事務所への移転は72年７月中旬に数日を費やして行われた。

〈発展期（1972.7 ～ 80.2)〉

１．商品テストの開始と比較テスト需要の増加

事務所の完成によって可能になった新しい業務分野で、消費者の注目を多く集めたものの一つが商品テストであろう。商品テスト業務は、国民生活センター法に直接規定してはいないが、苦情相談を処理するための必然的要件として準備を進めていた。また、法の審査にあたった両院の委員会が、付帯決議でそれぞれ「商品試買テストによる情報提供に努める」（衆院)、「自主独自の商品テスト機関を設置する」（参院）旨促しているとおり、国民生活センターに商品テスト業務が不可欠の分野であることは当初から自明のことであった。

消費者の立場から行う商品テストは、既に我が国では『暮しの手帖』誌が53年以来実施してきており、日本消費者協会の『買いもの上手』（『月刊消費者』の前身）はNo.30（62年１月号）から「商品比較テスト」を掲載した。

初期の商品テストには、国産消費財を欧米先進国製品と比較する視点が欠かせない特色となっていたが、それは発展途上期の国内消費財市場と製品技術の水準を反映したものに他ならない。国民生活センターの商品テスト業務は、これら先行業績に後続する新たな参入であった。しかもそれは、国内消費財市場の加速的発展が続いた時期の、ほぼ絶頂期にあたっていた。商品テスト需要もまた飛躍的に増加していたことは明らかであった。相談窓口へ持ち込まれる様々な商品苦情自体が、それを雄弁に物語っていた。国民生活センタ

ー事務所完成後、72月10月１日からテスト業務を開始した「試験室」（設置は７月１日付）が、まず苦情処理テストから着手したのは必然の成り行きであった。試験室には、官能テスト、食品テスト、恒温恒湿、雑貨・繊維製品テストの各室が設けられ、72・73両年度にかけて合わせて5,000万円程度の経費をもって試験機械設備の整備を行った。これは当時の自治体消費者行政が持っていた、どのテスト施設よりも高い設備水準を確保することを目指すものであった。

また、試験室発足一年後、72年10月から73年６月までの最初の９カ月の商品テスト実績は、受付総数648（食料品195、住居品230、衣服品35、雑品188）件、そのうちテストを終了したもの349件であった。依頼者別受付数では、地方消費生活センター215件、消費者個人204件、その他231件で、ちょうど３分の１を消費生活センター等からの依頼テストが占めていることを明らかにした。その後は74年度に111件、75年度に113件、76年度に149件、77年度に130件、78年度に122件、79年度に103件となった。

これらの苦情処理テストは、消費生活相談に表れた商品の安全性に対する不安や疑問に対して、直接科学的な根拠を示して解答を用意するものであるから、消費者の期待に対応するうえで極めて重要な業務であった。発展期の国民生活センターの相談処理能力を内外に明らかにし、苦情処理テストのあるべき水準を追及する点でも、一定の成果をあげたということができよう。しかし他方で、より普遍的な商品比較情報の提供こそ消費者利益のために求められている喫緊のテスト業務に他ならないことも明らかであった。上述の『暮しの手帖』『月刊消費者』に加えて、各地の消費生活センター等で行う「試買テスト」の活発化がそれを裏付けていた。

このような客観的状況に促されて、国民生活センターは74年度から商品比較テストに着手し、商品比較テストは、苦情処理テストと並んで試験室の主力業務となり、やがて国民生活センターの役割と力量を内外に示す重点業務の一つとなった。74年度の経費で、初の比較テスト商品として「ガステーブル」「スナックめん」「エアーポット」「電子レンジ」「男児半ズボン」「ヘアードライヤー」「換気扇・レンジフード」を選び、それぞれ７月と９月に購入して一斉にテスト作業を開始した。そしてテスト結果の公表第一号となったのはガステーブルであった。75年２月18日に経済企画庁記者クラブで商品比較テストの最初の新聞記者発表を行った。以後、相模原市の商品テスト施設ができるまでの５年間に、合計76件（品目）、1,022検体（銘柄）の商品比較テストを公表した。

商品比較テストは、消費者利益の立場から製造社名を明らかにして当該商品銘柄の優劣を評価しようとするものであるから、その公表にあたっては時に事業者や産業指導官庁との間で鋭い緊張関係を生むことがあり得た。商品比較テストの意義についての理解が、当時必ずしも各界に行き渡っていなかった事実も指摘できよう。商品比較テストはこれらの有形無形の圧力に抗する努力によって発展を見たことは特記しておかなければならない。

国民生活センターの商品テスト業務に課せられた任務には、その他にも各地消費生活センター等で行っている商品比較（試買）テストその他の情報交流、テスト技術の改善と開発、テスト実務者の養成と技術向上等の課題で一定の役割を果した。

２．消費生活相談の複雑化と研修課題の高度化

国民生活センターが集計した全国動向を見ると、国民生活センターと全国の消費生活センター等へ寄せられた消費生活相談の総数は、石油危機直前の72年度には７万2,815件であったが、73年度には11万786件（対前年比152％）に急増した。さらに74年度に13万2,299件（同119％）、75年度に14万6,459件（同111％）と10％台の増勢が続いて、わずか3年間で倍増した。同時に、相談受付件数に占める苦情相談の割合も高まった。

相談内容では、商品に関わるものから役務（サービス）へ移行する傾向が顕著になった。また、商品に対する相談の中でも、販売方法・契約・サービスに関する相談が急増した。

背景にあるものは経済社会環境の激変に対応した新たな事業者活動の進出と、それに伴う消費者問題の発生態様の変化に他ならない。例えば、消費者の資産形成意欲が高まったことを背景に、従来はほとんど専門家筋の間に限られていたような取引形態が急速に大衆化し始めた。貴金属その他の先物取引や現物まがい商法では、消費者の商品知識の不足を衝いて詐欺まがいの販売行為を行う事業者を生み出した。これらの消費者被害は、一件当たりの取引額が一般的な消費財購入に比べてけた違いに大きいことから、被害の程度も深刻な結果を招く事例が少なくなかった。

また、経済のサービス化の進展は、これまでの必需的サービスに加えて様々な選択的サービスの需要を創出させた。サービスの多様化は、必然的に次のような取引上の問題点を露呈する。すなわち、サービスが無形商品であることから生ずる事前の品質確認や規格統一の困難、瑕疵があっても取り替え・返品ができない、品質の客観的評価が困難、供給も商品情報も小地域に偏在する、等であった。サービスの取引は、事業者があらかじめ定型的に定めた約款に基づくものが多い。しかしこれらのほとんどは、消費者に不利な条件を押付けるか、内容の理解が不十分のままに交渉の自由も制限されるなどの実態が広く見られた。さらに、消費者信用の拡大や無店舗販売方式の普及が経済の低成長期への移行とともに目立つようになった。将来需要の先取りと潜在需要の喚起に向けた積極的事業活動の展開は、同時に新しい消費者紛争の火種を抱えるものでもあった。消費者利益に配慮した契約条件の改善・適正化の課題が相次いで提起された。業界の消費者志向の強化が求められるだけでなく、消費者保護のための法規制の整備が必要となった。

このような消費者環境の変化に対応すべく、国民生活センターでは教育研修内容の充実と受講者の拡大策を講ずる必要に迫られた。まず、消費者行政職員研修・一般講座（５週間）を、73年度から前（３週間）後（２週間）期に分けて受講の便宜を図った。この一般講座は、主として自治体の消費者行政部門への配属が予定されているか若しくは着任して間もない若手職員を対象に、国内で考え得る最も高い水準の関連講義と先進的なゼミナールを提供しようと意図したものであった。時局の動きにも敏感に配慮しながら、消費者行政の理念と方法に関する全国的な到達水準を知り、同時に実務の基本知識習得に役立つようなカリキュラム編成を行った。

次に、74年度から新たに自治体消費者行政の相談窓口を担当する者に特定した「消費生活相談員養成講座」を開講した。消費生活相談員は各地の消費生活センター等の消費生活相談窓口にあって、専ら地域住民・一般消費者からの商品・サービスの取引に係る相談を受

付け、その処理までを担当する。一定の研修課程を終えたいわゆる非常勤職員かそれに準ずる処遇である場合が多く、ある程度の生活経験を必要条件とする例もあって、おおむね主婦の中高年従事者であることが特徴的傾向だといえる。研修課程も自治体によって様々であり、定型的なカリキュラムがあった訳でもない。ただ実際には、先に触れた日本消費者協会による消費生活コンサルタント養成講座の修了者が公称する「消費生活コンサルタント」をそのまま名称とともに採用している自治体も少なからず存在した。

消費生活コンサルタントは既に10余年の養成実績を持ち、自治体の消費者相談窓口のみならず、企業のいわゆる「消費者窓口」にも多くの就職者がいた。そして２カ月にわたる講座カリキュラムは、それまでに類例のない最も充実した内容を誇るものであったと言ってよい。それにもかかわらず、国民生活センターが消費生活相談員の養成に直接加わるべきだとの判断に至るには次のような理由があった。すなわち、各地の自治体で消費生活センター等の新増設が続き、消費生活相談業務の需要はなお当分増加する傾向にあること、業務水準の平準化と一層の向上を各地の消費者が強く期待していると考えられること、いくつかの自治体消費者行政部課から要請があったこと、消費者環境の急速な変化に即応するための事後研修を含めた養成システムが必要になっていること、国民生活センターが数年来蓄積してきた消費者相談業務の経験の中からも独自の構想が生まれつつあったこと等であった。

さらに養成講座修了者に対する「事後研修」を77年度から実施して、環境変化への適応力を不断に磨くための場を設け、78年度から隔年で「全国研修集会」を開催する運びになった。後者は、自治体相談窓口で現職の全相談員を対象にして、一定数の代表者の参集を呼びかけて行う研修である。参加者が自発的に準備した相談の受付・処理に係る体験事例を報告し合い、相互批判と討論の成果を現場の同僚にも持ち帰って、地域の相談業務に活用することを目的とした。

一般消費者を対象にする研修では、自治体との共催による「消費者問題地域シンポジウム」と「生活講演会」の参加者が74年度に急増した。

この他に、国民生活センター独自の消費者研修として、73年度から「消費者問題特別講座」を、76年度から「消費者問題全国シンポジウム」をそれぞれ開始した。

消費者問題特別講座は、都心部に当時としては比較的大きい会場を借り上げ、聴講者を一般募集して、消費者問題に係るカレントな特定問題を、専門家による報告と討論によって解明する試みである。消費者問題の理解を広く巷間に訴える狙いをも兼ねた催しとして企画されたものであった。

消費者問題全国シンポジウムは、前記の自治体と共催する地域シンポジウムの実績をふまえて、「消費者問題の複雑化と広域化にともない、一層広範な情報の交換および経験の交流の必要性が痛感されるようになった」ことから、「全国レベルでの検討と解明を目指し」（第１回実施要領の趣旨から）たものであった。対象者については、現に各種の消費者活動に参加しているか参加する意志を有する者に特定した。各地の生活改善グループ・消費生活モニター・生活学校・各種の自主的学習グループ・その他の活動グループに属する消費者から、自治体を通じて代表参加を募り毎回300人前後の規模の活動家集会となった。

３．商品の安全性と物価狂乱・物不足騒ぎ等に対応する諸調査

石油危機に基づく経済的不安が続く中で、国民生活センターは正確な情報の提供に寄与すべく、いち早く報告書『生活物資の需給および価格動向』（73年12月）をまとめ、後に『物不足騒ぎ』（75年８月）を編集した。前者は、物不足騒動の対象となったトイレットペーパー・灯油・砂糖・石けん、合成洗剤の各需給事情を検討し、流通関係者の見解を取りまとめ、合わせて物不足に関連する消費生活相談事例の集計結果を附した小冊子であった。後者は、物不足騒ぎの発生状況と推移、背景、企業の行動、消費者の行動と意識、行政の対応、政党の対応、情報の動向、実態と影響等について逐時的資料を集め、独自の分析をも加えたものであった。

消費者教育に関する基礎的情報も変動期の中で一層強く求められた。国民生活センターでは、アメリカ消費者同盟の消費者教育用テキスト６分冊の翻訳（うち５分冊の要約を『消費者教育』として73年12月に、残る１分冊を『消費者教育者の養成』として77年３月にそれぞれ印刷頒布した）を試みたのを手始めに、一連の実態調査を行った。『消費者教育の現状と課題』（74年３月）、『自治体における消費者教育の現状』（76年３月）、『学校における消費者教育の実践例』（76年３月）、『学校教育における消費者教育』（77年３月）である。これらの調査は、我が国の消費者教育の沿革を明らかにし、社会教育、消費者運動、事業者団体、学校教育等の各分野の現状を把握するとともに、最も重視されるべき学校の各課程で如何なる導入が図られているかの問題意識に発した。

とりわけ75年度に実施した自治体調査は、それまでにほぼ10年の実績を持つ各地の消費生活センター等による啓発事業を解明する初めての文献となった。消費者教育の受講者ニーズ、受容条件、教育効果等を地域的特性とともに分析し、自治体行政による消費者教育が、地域婦人会や地域青年会を基盤とする婦人学級・青年学級等の従来の社会教育の衰退を補完する役割を果たしていること、多様な教育形式の中でも地域活動に携わるリーダー養成が最も成功していること、一般消費者の消費者教育に対する受講意欲はなお十分に育っていないこと、男性の消費者教育への関心が極めて低いこと等を明らかにした。消費者教育に関する調査は、その後全国57の消費生活センターについて実施した『消費生活センターにおける消費者教育の実態について』（82年３月）、『消費者教育の現状と課題』『学校における消費者教育』（共に83年11月）、さらに全国266の消費生活センターを対象とする報告書『消費生活センターにおける消費者教育の現状と課題』（88年３月）と、数年毎の断続的調査が実施された。

消費者苦情の複雑化に関連して、消費者訴訟についての調査研究も重要な課題となった。『消費者訴訟に関する判例研究中間報告書』（78年３月、79年３月）２冊は、この分野で先鞭をつけた業績といえた。

４．啓発出版物の大量需要、マスコミへの情報提供

国民生活センターによる一般消費者への啓発活動は、テレビ・ラジオでの情報提供の他に、研修業務の一部で対面的に行ってきた。これは、各地の地域住民に密着した消費生活センター等が行う消費者啓発を全国的な観点から補完・支援する立場からのものである。これらの中で、ラジオ放送原稿に基づいて編集出版した『くらしの豆知識』が最初に大量

普及の実績をあげたことも前述で触れた通りである。これは国民生活センターの提供する情報が、消費者に広く受け入れられることを実感させるものとして業務上の重要な体験であった。

『くらしの豆知識』の第２版（73年版）は73年３月に発行し、発行部数は一挙に10万余部へ急増した。その後、記載量も次第に200ページを越える大きさに膨らみ、印刷数の増加傾向は続き、77年版（同年９月発行）は総数20万4,751部で名義差替え分が16万1,735部（79％）、79年版は総数34万5,931部に対して名義差替え分が25万935部（73％）へ､版を重ねるに従って急伸し、以後は80年代後半に至るまでの各年版とも、ほぼ30万部台の頒布実績を維持していた。

印刷媒体による消費者情報の大量需要に応える間接的手段は､新聞･通信社等報道機関への情報提供である。国民生活センターは設立以来報道機関の任意取材に協力してきたが、73年頃から独自情報を一層積極的に公開するための「記者発表」を次第に慣例化するようになった。報道機関への積極的情報提供は既に71年から経済企画庁記者クラブ（経済企画庁経済研究会）の席を借りて実績を重ねていたが、なお散発的な域を出ないものであったが、国民生活センター事務所の完成を機会として、報道機関関係者との連携を強める機運が次第に高まり、75年12月25日以降は当センター内に独自の発表機会を設ける運びとなった。

記者発表は、その後商品テスト業務が軌道に乗るに従って「商品テスト報告」の比重が圧倒的になった。75年に行った６回の記者発表で提供した情報は合計10件であったが、商品テスト報告はこの年初めて登場し、８件を数えた。さらに、77年には提供情報13件の全部が、79年には17件中14件を商品テスト報告が占めた。これは、商品テスト情報が一般消費者向けの大量需要に応えて質量ともに急速な成長を遂げ、国民生活センターの発展期を代表するものの一つとなったことを物語っているといえる。

５．危害情報の収集

国民生活センターは、75年度から「危害情報システム」の開発に着手した。まず全国の消費生活相談の中で、商品による人身事故およびその恐れがあるような重大な事故をともなう事例を収集し、これを危害・危険情報と名付ける。危害・危険情報は、必要に応じて追跡調査・分析および評価等を行って公表する。商品に構造上の欠陥が見出されれば言うまでもなく、欠陥のない事故でも事例を収集し、類似の被害が再発する可能性を未然に警告して、防止策の検討を関係者に促すという趣旨であった。

75年４月から、生活相談事例とは別に「危害情報シート」を採用して、情報回収の効率化を図るとともに、情報提供機関の飛躍的拡大を目指した。また、76年度には「危害情報オンライン･システム研究会」を部内に設け、情報収集の即時化と迅速な活用のための基礎設計に取り組んだ。前者の危害情報シートによる情報収集は、地域の消費生活センターを主要提供源とし、それに主婦連合会等の消費者団体からの通報、新聞報道を加えたものであった。収集した危害情報のフィードバックは、まず国民生活センター『危害発生速報』によって行われた。これは部内資料扱いで、各地の消費生活センター等に参考情報として配布したものである。その第１号は、76年９月７日付で出され、情報内容は「昆虫採集用注射針で眼に怪我」というものであった。同

時にこの号には、75年４月から76年８月末までに収集した危害情報合計412件、危険情報合計490件の商品別、危害･危険内容別分類集計表を収載した。

『危害発生速報』は、第２号（１号と同日付）に「幼児が首を吊り死亡した二段ベッド」、第３号（同じく１号に同日付）に「テレビの発煙・発火」を報じた後、ほぼ１カ月に２回、時には３回の頻度で88年３月まで、約11年７か月に渡って配布され、各地の消費生活センター等の相談業務や消費者団体の相談活動に寄与した。

これとは別に、収集した危害情報の中から重要な事例を選んで公表する手段として、『読売新聞』に「暮しの安全ノート」欄の連載寄稿を開始した。

さらに、77年６月から月刊リーフレット『くらしの危険』を発行した。これは、毎号１品目の危害発生例を紹介し、危害・事故の具体的経過や類似事例、危険個所・部分、使用上の注意点、製造者・業界の見解、改善・改良方向等を摘記したものである。２万ないし３万部を印刷し、各地の消費生活センター等や消費者団体での窓口を通じて一般消費者の手にわたるよう、現在まで無償頒布を続けている。

病院からの危害情報収集は、78年10月から本格的に開始し、９つの病院から協力を得た。情報収集は、予備調査の経過を踏まえて、まず病院を訪れる新規患者の中から商品関連事故に該当すると思われる事例について「危害発生連絡票」に転記してもらい、それを地元の府県または市の消費生活センター経由で国民生活センターへ郵送する方法が採られた。最初の６カ月間分をまとめた国民生活センター危害情報室『第一回危害情報報告書（病院情報編）――病院の協力による消費者被害の実情――』（79年８月）は、平均危害情報該当件数が新患中の1.6％に当たること、一病院一日当たり1.6件あり、商品別ベストスリーは階段・自転車・スキーの順であること等を記録している。

このように、危害情報源が消費者相談窓口と病院との両系統で確保されると、オンライン化が一層待望されることになった。しかし、オンライン化にはソフト・ハード両面での技術開発を初め、データを整えるための主体的、客観的な環境条件の整備にも多くの時間と努力を必要とした。危害情報の最初のオンライン収集は、80年３月に実現し、その後の展開のための貴重な礎石の役割を担った。

６．各地消費生活センター等との連携強化

国民生活センターは設立の当初から、各地の消費生活センター等やその他の自治体消費者行政部門との多面的な連携を重視した。業務の展開が進むに従って、その必要性は一層具体的に認識されるようになった。自治体消費者行政部門との連携は、個別業務ごとに行われるとともに、総括的な連絡協議の場を定期化することとの両面から推進された。

71年２月に最初の会合を持った「全国連絡会議」は、翌年２月の第２回会議までは、実質的に専ら国民生活センターの業務内容の理解を広く求める趣旨のものだった。73年２月22～23日の第３回会議から、新設した国民生活センター事務所で開催することができるようになった。

この会議は、79年度から名称を改め「全国消費生活センター所長会議」となった。単に呼び方を変えただけではなく、会議の運営形式と内容にも変化が見られる。相互の連携を強める趣旨において変わりはないが、研修にやや力点を置いた集会から、より実務的な連絡

会議へ変化した。これは、国民生活センターと各地消費生活センター等との協力関係が、過渡期を脱して実務的段階に入ったことの証左であった。

7．商品テスト・研修施設の建設

国民生活センターに新しい大規模な「商品テスト・研修施設」を建設する構想が生れ、それが比較的短い期間に実現したことは、発展期の象徴的出来事であった。

用地の問題では初期構想の早い段階では朝霞、千葉、平塚が候補地に上り、既に75年５月以降から関係者の現地視察が行われていた。しかし初期構想が76年８月25日に経済企画庁から大蔵省へ説明され、理財局に６万6,000㎡の用地の必要性を伝えて以後、同年12月頃から相模原市の米軍キャンプ淵野辺跡地が有力候補となった。理財局と神奈川県との跡地利用計画の話合いが進む中で、77年９月２日に神奈川県側から国民生活センター新施設に対して前向きな意向が示された。

12月２日に国有財産関東地方審議会で、国民生活センターの跡地利用が了承され、12月27日に関東財務局による敷地の特定が行われた。78年１月19日に横浜財務部の協力を得て測量を実施し、４万4,757.70㎡と確認した。

このように用地の最終的決定をみて取得手続きに移った。他方、この間、新施設建設についての地元の了解を取り付ける交渉が進められた。79年２月15日に建設実行計画がまとまり、建設が開始され、80年２月に第１期工事が終了し、４月に竣工披露式を行った。

〈安定期（1980.3 ～ 83.3）〉

1．商品比較テスト情報の一般化

「商品テスト･研修施設」の新発足によって、商品テスト業務と研修業務は飛躍的に拡大した。また、両業務部門が全面移転して、従来の事務所に相応の余裕が生まれ、残った業務部門にもそれぞれに有形無形の影響を及ぼした。事業費の急伸と職員の増員があり、業務の規模が一回り大きくなったことで、職員の意欲に積極的効果をもたらした事実も指摘できよう。

なかでも、商品テスト機能の充実にともなう商品テスト誌の発行が重点課題であった。特に商品比較テストの計画的実施ができるようになって、その結果を一般消費者に普及する独自の手段を持つことが喫緊の必要となったからである。商品テスト誌の発行準備は、既に商品テスト棟の建築を始める頃から新年度予算要求の作業のなかで建設準備室が着手していた。

その後、80年４月１日付で商品テスト誌出版室（職員４人、年内に２人増員）を発足させ、本格的出版準備に入った。

発行頻度については、読者との密着性、商品テスト情報の迅速な提供、第三種郵便による郵送料負担の軽減等の利点から、できれば初めから月刊誌で出す方が望ましいと考えられていた。しかし、この発行企画では当面は隔月刊誌で出発することを決めていた。

こうして、６月中には宣伝･販売促進用に、自治体、消費生活センター等へ展示用に配る目的で「創刊準備号」を編集することを決め、７月下旬に『たしかな目』の商標登録を申請し、商品テスト記事、その他の商品関連情報記事の検討を重ねた。

創刊準備号は2,000部を印刷して、80年12月１日付で発行した。それを受けて、販売促進用のチラシ５万枚、同リーフレット20万枚、同挨拶状15万枚を印刷し、各地の消費生活センター・団体・企業および収集した名簿に基づく個人宛て14万2,000通を81年１月24日ま

でに発送した。

なお、創刊準備号は予想以上の好評を受け、81年１月末にはさらに2,000部の増刷を必要とするに至った。それは、消費生活センター等からの追加注文と市町村の消費者行政担当課等からの新注文が、それぞれ３百数十部あった他に、民間試験研究機関や企業からの需要が数百部に達したためである。同時期にリーフレットの増刷も１万部を行い、３月には各地の消費生活展の会場に掲示するポスターを3,000枚作るなど、初期の販売促進活動はそれなりに充実した手応えが得られたと言えた。

これらの方針にしたがって編集準備が進んでいた創刊号は、81年２月20日付で２万部を発行した。直ちに約１万4,500名の年間予約購読者と約5,000名の１号予約者に発送するとともに、数百部を関係機関へ販促用として無償配布した。販売促進活動を一層強化する目的で、創刊号は間もなく5,000部を増刷し、３月下旬に３大全国紙へ、総額約860万円を投じて新聞広告を載せることにした。以後、新聞広告は毎号慣例化した。

これらの販売促進活動によって、第２号は7,000部、第３号は3,000部、第４号は5,000部、第７号は4,000部をそれぞれ増刷し、商品比較テスト情報大衆化の目論見はとりあえず順調な滑り出しを見た。情報媒体を、直接に消費者市場へ向けて編集し販売する試みは、国民生活センターにとって初めての体験であった。

２．即応的消費者情報提供の活発化と危害情報の充実

70年代の後半から80年代にかけて、この時期の特徴的な問題の一つとして特殊販売に係る消費者被害の多発があった。訪問販売・通信販売・連鎖販売取引の規制と適正化のために、「訪問販売等に関する法律」が76年12月に施行されたが、無限連鎖講（いわゆる「ネズミ講」）については、規制が遅れていた（「無限連鎖講の防止に関する法律」の制定は78年11月、施行は79年５月である）。

国民生活センターは、普及啓発業務の中で、77年５月末に最初の大量領布用リーフレット『うまい話にご用心――ネズミ講の正体と落とし穴』を約６万7,000部作り、全国の消費生活センターおよび消費者団体等に提供した。

第２回目のリーフレットは、78年12月に防止法の制定を見た後、改めて施行までの期間に発生しうる被害の予防を意図して、『ネズミ講は禁止。――巧妙な勧誘に注意しましょう』を10万部発行した。上記２つのリーフレットは各方面から大きな反響を得た。

そして、83年８月に第４回目の『〝サラ金被害〟を防ぐために』を51万1,000部発行した。

その後、啓発リーフレットは年間に２回ないし３回の頻度で発行されるようになり、発行部数も少ない場合で20万部程度、多いものでは120万部を超すものもあった。

81年４月から、消費者危害情報を迅速に提供・公表する独自の媒体として、『危害危険原因速報』が発行を開始した。

その後『危害危険原因速報』は、82年度から86年度までに各６号、87年度に10号、88年度に８号までを出して終刊し、その後『国民生活』誌の「これが危害・危険の原因です」欄に引継がれた。この間全56号にわたって公表した危害危険情報の総計は272件に達し、当時年度平均では34件であった。

他方、病院からの危害情報の最初の年度間報告は『1979年度危害情報報告書・病院編』（80年９月）にまとめて公表した。そこでは、協力病院９施設から79年度中に寄せられた危害情報の総数が4,252件で、同新来院患者総数

20万182人の2.1％、１病院１日1.6件に当たるとした。

また、病院情報とは別に、各地の消費生活センター等の消費者苦情相談を基に収集した危害情報の蓄積結果の集計分析も継続的に実施した。危害情報を収集する消費生活センターの数も次第に増加した。当初75年度の50カ所から80年度には141カ所、82年度には173カ所となった。

危害情報を含む消費者情報の電子計算機への蓄積が進むにしたがって、オンライン・ネットワーク・システムの必要性が、ますます痛感されるようになった。

３．企業、行政への要望の活発化

消費者相談情報や消費者危害・危険情報等の蓄積とフィードバックの諸業務が軌道に乗り、あるいは一層改善される方向性が明らかになるにしたがって、これらの蓄積情報に基づく調査・分析・評価を経て、関係諸機関への具体的な改善要望を行う活動も積極性を増した。

これまでにも、関係諸機関への「依頼・要望」等は、各地の消費者相談や国民生活センターが扱った事例などを根拠に行っていた。例えば､相談業務の中で明らかになった商品･販売方法に係る問題点や、企業または業界の苦情処理体制、行政機関の指導方針等に関して、問合わせ、調査依頼、改善要望等を出してきた例がそれである｡国民生活センターが、創立してから80年度末までの約10年間に発信したこれらの依頼・要望類は、200件を超えており、関係諸機関との情報交換の機能を果たすものとしても通常手段化していたと言える。しかし、消費者危害・危険情報の収集を契機として、要望活動は具体性と緊急性をさらに強めるものとなった。

81年４月２日付で行政庁と業界に宛てた「幼児が自転車の荷台に乗せられていて車輪に足を巻き込まれて負傷する事故について」は、この種の要望の最初の事例である。具体的には、通商産業省消費生活課に消費生活用製品安全法に基づく特定製品への指定を、警察庁交通企画課に道路交通取締法による取締まりをそれぞれ要望した。

これに対し、通商産業省は認定商品（SGマーク）として検討すると回答を寄せ、85年１月30日に社団法人製品安全協会は「自転車用幼児座席」のSG基準を認定した。また警察庁は、道交法改正時に検討することを約した。業界では、自転車工業会が製造業者に対して「取扱説明書」中に注意事項を記載するよう連絡し、自転車商協同組合が販売店向けニュースに国民生活センターの要望内容を掲載した。

その後も続けて

- 「幼児の自宅風呂における溺死・溺水事故の防止について」（86年２月３日）
- 「〝ノックダウンゲーム機〟による骨折事故の防止について」（82年７月９日）
- 「家庭内階段による転落等の事故防止」（82年７月21日）
- 「乳幼児歩行器による事故の防止について」（82年10月16日）
- 「台湾製化粧クリームから水銀が検出された件について」（84年12月４日に）
- 「ベビーフェンスによる幼児の手指切断事故の防止について」（85年２月18日）
- 「〝日焼け灯〟による皮膚障害の防止について」（87年３月12日）
- 「単相３線式漏電遮断機の中性線欠損事故の防止について」（88年６月９日）

等において要望を行った。

これらの要望は、いずれも現実に起きた消

費者被害について国民生活センターが独自の調査を行って、具体的な改善策を提案しているところに特色があった。それはまた、消費者から得た情報を基に、消費者利益を配慮して問題点を解明する立場から行われたものである。速やかに改善策の実施に結びついた要望は言うまでもなく、要望の趣旨に添った十分な対応が得られなかったり、あるいは改善過程に時間と曲折を要するものを含めて、これらの活動が単に情報提供の域に止まらず、行政と事業者（団体）に対する、消費者意見の反映を助ける役割をも果たして来た。

〈転換期（1983.4 ～ 90.9)〉

１．行政改革のもとでの業務の転換

81年３月16日に発足した臨時行政調査会（第二次）は、「社会経済情勢の変化に対応した適正かつ合理的な行政」(臨時行政調査会設置法第一条）を目指して、「商度成長期に膨張した行政の洗い直し」（臨時行政調査会0B会『臨調と行革―２年間の記録』83年12月）を開始した。80年度末までに約70兆円に達する国債残高を抱えた政府財政の再建に寄与することも、臨調の検討過程に期待された重要課題の一つであった。

臨調は、同年７月10日に「第１次（緊急）答申」を行い、「増税なき財政再建」の方針のもとに「行政の見直しによる支出の削減合理化」を求めた。それを受けて政府は８月25日の閣議で「支出削減等による財政の再建」と「行政の合理化･効率化」を二本柱とする「行財政改革に関する当面の基本方針」を決め、83年度予算編成に当たってのいわゆる「ゼロシーリング」が実施された。臨調はさらに82年７月30日に「行政改革に関する第３次答申―基本答申―」を出して、政府はこの具体化のための「行政改革大綱」を９月24日に閣議決定した。これによって83年度予算編成は一部の例外扱いを除いて「マイナス５％シーリング」となり、以後マイナスシーリングが続くことになった。

国民生活センターの運営費は、その大部分を政府の交付金に依存するため、この政府の予算編成方針の影響を直接に被る結果となった。すなわち、82年度予算での交付金収入は約21億円で、管理費の増加分だけを認める対前年度比2.7％の低率増に押えられ、事業費は一律に創立以来初めて前年度同額の約９億7,500万円（伸び率ゼロ）の査定を受けることになった。続いて83年度の交付金収入は、約19億9,800万円（前年比4.6％減)、事業費総額は約9億2,000万円（同5.6％減）となり、以後交付金収入の対前年減額は連続7カ年にわたって続いた。

さらに加えて、臨調は83年３月14日に「行政改革に関する第五次答申―最終答申―」を出し、特殊法人等の整理合理化方針と具体的措置を明らかにした中で、法人名をあげて次の通り指摘した。「国民生活センターの業務については、地方公共団体等のネットワークの中核として必要な機能に純化すること…」(臨時行政調査会事務局『臨調最終提言』83年４月)。また、「最終答申」は、特殊法人の活性化方策として、自立化の原則を掲げ、経営活性化のために中期的事業計画を策定し、所管省庁の日常的行政指導を制限して業務執行に関する役員の責任を明確にし、業績評価基準の作成による経営監査の効率化を図り、役職員の定員を削減する等の提言を行った。

その後、同年５月24日に閣議決定した「臨時行政調査会の最終答申後における行政改革の具体化方策」（新行政改革大綱）で、国民生活センターが名指して合理化対象法人に上げられることはなかった。しかし、新行革大

綱は「特殊法人等の事業の縮小等」の方策を示した最後の項で、「その他の法人についても、答申の指摘に即してそれぞれの見直しを行う」と明記したため、業務再編成への取り組みは免れないものとなった。

２．テレビ・ラジオと印刷媒体の再編成

業務見直し作業の中で、最も大きい影響を受けたものは情報媒体である。これまでの情報送出は、いわば情報の生産過程に即して自然成長的に行われてきたとも言える状況にあった。すなわち、消費者問題の進展に伴って時々新たに生ずる消費者ニーズや、消費生活センター等における自治体消費者行政に対応するため、多くは３カ年程度の中期見通しのもとに、年度ごとの事業予算を組んで必要な情報提供業務を発展させてきた。

これらの情報媒体のうち、最大の予算を費やして来たものはテレビ・ラジオ番組の提供であった。両番組の通年提供経費が計上されるようになった1972年度の約２億1,700万円から、81年度の約３億4,800万円まで、両経費（ほぼ90％はテレビ費）の合計額は、平均年率5.4％の増加を維持してきた。また、事業費総額に占める割合も72年度の58％から81年度の36％まで、業務分野の拡大によって相対的に低下する傾向が見られるとは言え、他の業務費を際立って抜く大きさに変りはない。このような予算の裏付けのもとで、テレビ番組提供は、開始以来初回の特別番組60分を除けば79年まで全国33局ネット30分番組が続いた。ラジオ番組提供は、87年３月まで１週５回を続けていた。

しかし、なかでもテレビ番組の提供は、予算減額の始まる２年前から縮小を余儀なくされた。番組提供料金の値上がりに加えて、事業費が次等に逼迫する状況のなかで、各種の情報提供業務を含めた予算面からの応急的調整が必要になったからである。これらの事情によってテレビ提供番組の放送時間は、80年から15分に短縮された。さらに、83年度から始まったいわゆるマイナス５％シーリングは、同年度予算のテレビ提供費を２億9,400万円に減じ、以後引続いて行われた減額によって87年度までの４カ年間に１億5,900万円と、ほぼ半額に減少した。この過程でテレビ提供費の予算運用は一層窮屈になり、86年４月から提供時間を５分に縮小せざるを得なくなった。

しかし、短くなった放送時間の中で、情報提供の重点を消費者被害の未然防止に絞るなど、独自情報による内容の充実は、むしろこれまでよりも進んだと言える。

印刷媒体の再編成は、これまでに40種類以上に達していた出版物の統廃合と整理･充実、新たな創刊等によって行われた。

その第一は、月刊『国民生活』誌が89年４月号からページ数を倍加し、廃止する媒体から必要なものを吸収して、総合的機関誌化を図ったことである。

第二には、年次報告類の統合のために新たな『消費生活年報』を創刊したことであった。

印刷媒体の再編成に伴う第三の課題は、予算縮減のなかで情報業務をいかに拡充するかである。そのための情報提供の受益者負担の適正化を実施するにあたって、上述の月刊総合誌と総合年誌の二つが試金石となった。無償配布は情報の交換や業務の協力関係等から生ずる必要最小限にとどめ、有償頒布の割合を飛躍的に高めることが期待された。『くらしの豆知識』『たしかな目』に続いて、これらの再編成媒体に対する一般読者層の潜在需要を掘り起こして消費者情報の一層の普及を期するとともに、予算削減の続く中で自前の収入増を図ることが国民生活センターに課せられ

た。

３．PIO-NETと情報資料の活用

消費者情報ネットワーク化の必要性については、既に早い時期から国民生活審議会等の提言が重ねられていた。まず「消費生活に関する情報の提供および知識の普及に関する答申」（1970年11月）が「合理的情報処理システムの確立」を求め、「消費者保護部会答申」（76年10月）が、国民生活センターと消費生活センターの機能分担を明確にして相互ネットワークの強化を促した。これを受けて第16回消費者保護会議（83年11月８日）は「苦情の迅速な処理と消費者被害の未然防止に資するため国民生活センターを中核として、地方消費生活センターを結ぶ消費生活情報ネットワークシステムの整備を行う」決定を行った。

これらの政策に導かれて、危害情報のオンライン・システム化とともに、消費生活情報の包括的な情報システムの構築が国民生活センターの重要課題になった。84年５月から都道府県・政令指定都市の消費生活センターの内８カ所とを結ぶ「消費生活情報ネットワーク・システム」を発足させ、さらに翌85年12月までに18消費生活センターがこれに加わり、87年12月までに全国ネットを完成させた。これは、国民生活センターの電算機をホストにして自治体のメインセンターの端末機とオンラインで結び、消費生活相談情報の収集・分析・提供とともに、消費者判例情報その他の各種関連情報の要約・蓄積・提供を行うものであった。

消費生活相談情報の多様化・複雑化に対応する「消費者のための情報システム」を目指して、単に個別の情報を取出すだけでなく、より多くの総合的機能を持たせようとしたところにこのシステムの特色があった。すなわち、オンラインでの漢字相談データの入力→オンラインでのデータ伝送→オンライン情報検索・統計処理等である。86年７月に、このシステムの英語訳名をPractical living Information Online Network Systemと決め、そのイニシャル文字を採って「PIO-NET」（パイオネット）の略称を用いることにした。87年９月頃までに、消費生活相談情報、危害情報に加えて消費者判例情報、商品テスト情報、生活問題文献情報の各データ・ベースの整備を行った。

消費者判例情報のデータベース化については、85年10月から翌86年２月にかけて法律専門家の意見を聴収したうえで、さしあたり法律専門誌等を情報源とし、84年４月公表以後の判決事例を中心にデータ収集を行うこととした。これを2,000字以内に要約して電算機へ入力する作業に86年度から着手し、87年６月から検索サービスを開始した。収集する消費者判例の範囲は、ほぼ全国の消費生活センターが消費者相談で取扱う分野に対応するが、他にも例えば事業者間の紛争であってもその判旨が消費者取引に援用できる事例は含めている。判例の要約は解説を含めて複数の専門家に委嘱し、取捨はそのために設けた「消費者判例情報評価委員会」の判断に委ねることにした。

このように、オンライン・システムの「情報センター的機能」の整備が進んだことによって、次に「消費者被害予防機能」の開発が現実的課題となった。消費者苦情と消費者被害を、いわば発生を待って事後的に処理するのに効果的であるだけでは十分とは言えない。消費者被害の大量発生を未然に防止するための監視と予知に「PIO-NET」を活用し、一般消費者へ警報を直接に伝えられるような、分かり易い警戒情報に加工して発信する方法を

考案することが必要になったのである。

最終的には「消費者被害早期警戒情報」と名付けられたこのシステムは、86年11月頃から内部で開発研究を開始し、87年12月８日から24日にかけて数回に渡り外部の専門家を交えた検討会議を重ねた。その成果をもとに、88年２月頃には「消費者被害早期警戒指標＝WI（Warning Index）」の採用を決め、電算機プログラムの編成を行った。

上記のように、電算機を使った情報提供が軌道に乗るとともに、従来から類のない消費者問題専門図書館の役割を担って、広く一般公開してきた情報資料室の「情報資料提供業務」も一層多様な機能展開を求められるようになった。その一つは、書籍・雑誌の索引やキーワードのカードを電算機でデータベース化し、オンラインで広く提供できるようにすることである。二つには、各種の原資料を電算機の画象処理ファイルに入力し、常時検索に応じられるようにすることである。これらによって消費者情報発信基地としてのOA化を進め、蓄積した情報効率的提供を実現した。

４．消費生活相談の変化と特設相談、相談・危害情報の中核化

消費生活相談は80年代に大きな様変りを見た。80年前半頃から83年前半頃までの不況は第二次世界大戦後では最長期間を記録した。その後、85年の市場開放政策へ続く経済環境の変化のなかで、消費者問題の発生態様も一層複雑化さと多様性を加速した。

全国の消費生活センター等および消費者団体が扱った消費生活相談の統計によれば、相談の総数は80年度に18万3,000件83年度に26万4,000件、86年度に37万9,000件と、かなり大幅に増え続けたあと、87、88両年度にそれぞれ37万4,000件、35万3,000件と若干の減少に転じ、89年度に35万7,000件となって再び増加するという推移をたどった。

商品関連の消費生活相談が、90年頃でもなお過半数を占めていることに変りはなかったが、比率は次第に低下し、それと対称的に役務の制合が顕著に高まっていった。85年に「豊田商事事件」が起こったが、この前後の時期が消費者相談の動向に大きな転機となった。

また、商品関連の相談の中でも、この頃には相談内容に目立つ変化が生じている。例えば80年度には、それまで一貫して最も多かった「品質・機能」に関する相談を、「販売方法・契約・サービス」に関する相談がしのぐようになった。後者はその後も増加を続け、87年度には「販売方法」と「契約解約」を併せて78％に達し、この傾向はその後も続いた。要するに、経済活動における各種サービス分野の比重増加・ソフト化の進捗に応じて、相談内容も商品に関わるものからサービスに関わるものへ、また商品についても、品質・機能に関わるものから取引方法に関わるものへと大きな様変わりを現出したのであった。

この間の、国民生活センターの消費生活相談受付状況も同じく85年前後の時期を節目として、サービス関連相談が増大した。

相談内容で特に顕著な動きを見せたのは、「契約解約」である。82年度の1,013件（24％）から85年度の2,776件（44％）、86年度の3,254件（51％）へさらに持続した。

こうした状況の中で、国民生活センターは特設相談110番を開設することにし、「豊田商事関連110番」が最初となった。特設相談は、あらかじめマスコミ等を通じ一般消費者への周知を図り、電話回線を臨時増設し相談担当者を増員して開設する。消費者被害の急増が全国的な規模で予想される時に、実情を積極的に把握し的確な情報提供を行う上で効果的

であると考えられた。

「豊田商事110番」は、85年６月28日から８月31日まで、電話と来訪による受付を実施した。豊田商事（または大阪豊田商事）によるいわゆる「現物まがい取引」に係る消費生活相談は、既に81年後半から国民生活センターに寄せられていた。85年度に入るとマスコミ報道の頻繁化、国会での集中審議等を経て、豊田商事の欺瞞性、詐欺的商法と、高齢者、障害者、主婦を狙う悪質強引な勧誘行為が広く知られるようになった。国民生活センターへの相談件数も激増し、４、５月の２カ月だけで34件に達した。さらに６月19日に大阪で永野一男豊田商事会長刺殺事件が起こり、同社は事実上営業活動不能状態となるに及んで被害者の不安は極度に高まった。６月に国民生活センターが受け付けた豊田商事関連相談は125件に上った。

この活動を契機に、86年度から消費者被害が全国的規模に及ぶような場合に対応すべき「悪徳商法等緊急対策費」を予算計上し、以後特設相談110番は、抵当証券･先物取引、クレジット・トラブル、通信販売、悪質電話勧誘等について実施した。

相談・危害情報業務の中核化の課題は、消費者被害の拡大防止策や被害救済の強化、全国の消費生活センターにおける相談・危害情報業務の援助等を中心に検討を行った。得られた具体策は以下の通りである。

①消費者被害の拡大防止策―「消費者被害早期警戒システム」の他にマル急情報、『くらしの危検』等を充実し、情報提供手段として強化する。相談事例のそれぞれについて公表の対象と手続きを検討し基準を作成する。広域、拡散状況にある消費者被害について関係省庁、業界団体等へ情報提供または要望を行なう。

②消費者被害救済に係る関係機関との連携強化―相談業務では、弁護士会、警察等の行政機関､消費者団体等との情報交換能力を高め、処理の分担を図って情報提供を効率化する。危害情報業務では、保健所、消防署等からの情報収集・分析・提供の実効を上げる。病院からの危害情報の内容、収集病院数、配置等、病院情報のあり方を検討した。

③苦情・相談に対する評価・分析機能を組織化する。

④相談・危害情報の収集・処理の迅速化―業務のOA化を検討する。全国の消費生活センターの参考となる相談業務のマニュアルを作成する。マニュアルと組合わせて使える事例集を発行する。

これらのうち、既に「相談事例に係る事業者名等の情報提供基準」を89年４月に作成したほか、全国の消費生活相談員の参考に供すべき『自動車関係相談マニュアル』（85年３月）、『消費者契約取引相談処理マニュアル』（89年３月）、『商品先物取引相談処理マニュアル』（89年３月）､『消費生活相談入門マニュアル』（90年３月）等の作成を終えた。また危害情報では、病院と消費生活センターの情報をもとに『暮しの中の皮膚障害』（89年３月）を出版した。

５．商品テスト機能の向上・効率化と全国的協力体制の整備

消費者行政予算の増額が望めない状況下でも、商品テスト需要の変化は大きく進んだ。消費市場と消費者行動の著しい様変りに商品テストの内容も必然的に大きな転換を求められた。すなわち、新しい商品テスト視点の確立による質の向上、商品ライフサイクルの短縮化に対するテスト方法の開発・効率化等である。

まず商品テスト内容の質の向上については、これまでの同一タイプ・同一範疇商品の銘柄間比較に加えて、商品タイプ間の比較テストを取入れた。

これらの新しい商品テスト方法は、消費者の消費財購入時の関心が銘柄間の比較以前に、家族構成・住居形式・生活価値観によって商品の価格・大きさ・機能等を選択する傾向が著しくなったことへの対応である。また、社会的動向に合わせたテーマ性商品の比較テストにも力を注ぐことにした。

商品のライフサイクルの短縮化は商品テスト業務に大きな課題を与えた。時間を掛け慎重に商品テストを実施して公表したときに、既に当該商品は消費市場から殆んど姿を消していたというのでは、その情報価値は無に等しいことになる。この対策として「ポイント・テスト」が工夫された。商品の特徴にしたがってテスト項目を少数のポイントに絞り込み、効率的に結果を得ようとするものであった。「新ハイオクガソリン」(88年１月公表)の比較テストはポイントテストの一例であった。広告の内容と品質（加速性と燃費）を比較し、言う程のものでないことを指摘した。また、新商品の使用上の特徴を短期間でまとめ、一部に簡単なテスト結果を加えてデータバンクに収める類の情報提供も始めた。

商品テスト機能の効率化のもう一つの課題は、各地の消費生活センターとの機能分担をどのように具体化するかにあった。商品テスト業務の相互協力や情報交換等については、テスト職員研修を始め、『消費生活センター商品テスト年報』および『商品テスト事例集』の編集、共同比較テストの実施等、既に多くの実績を重ねているとは言え、消費者行政予算の増額が望めない状況のもとで、一層効果的対応を探る必要に迫られた。

83年度までに、全国の消費生活センター等は262カ所に増えていた。そのうち商品テスト施設を持つ機関は約100カ所、担当技術職員は約190人を数えた。消費生活センター等が行う商品テストにはおおむね次の２種がある。苦情相談を解決するためのものと、商品の選択もしくは商品知識の普及に役立てるものである。この目的に従った商品テストは、82年度の実績で前者が約5,000件、後者が約500件に達している。１機関に平均２人弱の担当職員は、１人当たり年間30件近い商品テスト業務を扱い、その多くは同時に消費者啓発活動にも参加し重要な役割を果たしていた。

地方で、対象とすべき商品の状況は消費市場の細分化・個別化が進むにしたがって、ますます個性化・差別化傾向を強める。商品テストの戦略的目標も必然的に大きな転換が求められた。安全性や品質格差・欠陥等の問題性は相対的に後退し、代わって登場したのは、様々に差別化された商品の個別消費生活への適応性や、商品選択情報としての的確性等への要求である。商品テスト需要のこのような変貌のもとで、新しい視点の確立、テスト項目の増加、評価方法の再検討、施設設備の再整備等が必要となった。しかし、さしあたり可能な対応として商品テスト業務の効率化に重点を置き国民生活センターが用意した方策は次の二つであった。

第一に、全国の商品テスト情報の疎通を図ること、第二に、商品テスト業務の協力と調整を一層推進させることであった。

84年度からこのような意図を実現すべく、消費生活センター等の地方ブロック会議に商品テスト業務担当者または技術担当者の会議を設け、これに国民生活センターが加わって、具体的方向性を協議することになった。協議内容には、各センターのテスト業務計画、テ

スト協力のあり方、国民生活センターの商品テスト業務との関係等が含まれた。85年３月19・20日の両日、国民生活センター商品テスト・研修施設で最初の「全国商品テスト企画会議」を開催した。

６．教育研修の体系化と施設の有効利用

研修業務の見直しには二つの課題があった。第一は研修環境の整備と充実を図り、研修施設を各地の消費者行政関係者をはじめとする各種の研修対象層のための実質的研修拠点にすることであった。第二は、研修内容を一層体系化し業務の効率化を図ることであった。そのためには受講者の影響力等を勘案して優先順位を明確にし、経費と人力をより傾斜的に配分する必要がある。研修経費の一部受講者負担の実施も避けられない。この両課題は以下の通り実施に移された。

①優先順位が最も高い部類に属する消費者行政職員研修カリキュラムの見直しを行った。研修期間を従来の１週間から２週間へ長期化し、消費者問題の内容変化について理解を強め、消費者行政の具体的対応能力を高める観点から抜本的改善を意図したものであった。

②研修内容を自ら蓄積すると同時に、研修に参加していない各地の自治体消費者行政職員その他にも広く普及してそれに準ずる効果を期する目的で「講義録」を編纂することにした。

③消費生活相談員養成講座の研修内容を受講者がより深く理解することを助けるとともに、その他の消費者問題に関心を持つ各層に知識を普及する目的で副読本を作成した。「消費者保護講座シリーズ」と銘打った最初の刊本は『消費者問題と消費者保護』（90年３月発行）で、生活の中の消費者問題、消費者保護の実現および消費生活相談員の役割等を扱った。

④各地の消費生活センター等から要望の強い研修講師情報を新たに整備して『くらしの専門家名簿』を編集する。これは国民生活センターとして既に数度の編集経験を持っている。しかし講師情報は、消費者啓発活動の活発化とともに研修分野の変化と拡大や、新たな人材の発見等によって常に見直しが必要となった。さらに地域在住の専門家情報を充実させる等の改善を加えて活用範囲の広い講師情報の作成を期していた。

⑤消費生活相談員の相談受付・処理能力の必要な水準を確保し、一層の資質向上に寄与するための資格認定制度を検討する。国民生活センターは消費生活相談員養成講座を開講して以来既に800人を越す修了者を出し、さらに修了者を含む全国の消費生活相談員を対象とする研修講座や専門研修・事例研修を重ねて実施してきた。資格認定制度は一方でこれらの研修業務を補完し、また他方ではこれらの消費生活相談員研修の経験蓄積を踏まえて、より合理的な研修効果の向上を目指そうとするものであった。

７．国際化・高齢化社会のもとでの消費者問題の調査研究

国民生活センターは86年１月にリーフレット『市場開放と私たちのくらし』を15万部印刷して各地の消費生活センター等と消費者団体に配布し、消費者啓発に資するよう配慮した。このリーフレットは、消費市場国際化の必然的背景を説明するとともに、消費者にとって当面最も影響が大きいと考えられる製品の基準･認証制度の変更と、輸入関税の撤廃･引下げの二つの政策内容を簡単に解説し、消費者がこの問題に主体的関心を持つよう呼びかけたものであった。

翌89年度の第20回国民生活動向調査では、

輸入商品の購買行動を特定テーマに採りあげた。この調査は毎年継続実施する「生活満足度」と「商品・サービスに対する不満・被害」についての一般消費者を対象にした意識調査だが、同時に毎回特定テーマを挿入して時事性のある消費者意識情報をも提供してきた。

高齢化社会における生活問題については、70年代に５年間隔で２度の高齢者世帯調査を行った。これに続く３回目の調査を83年度にも行い前２回との比較分析を試み『大都市老齢者世帯の生活』（84年３月）をまとめた。

88年度には､改めて｢高齢者の自立をめぐる生活問題」調査を実施し、新しく高齢者の消費者問題についての調査項目を加えていた。

この時期に実施した調査研究課題は、勿論上記の範囲に限られたものではない。例えば、長期にわたって継続的に行って来たものに消費者教育の各地における実施状況調査がある。87年度に全国の消費者生活センター等を対象に、消費者講座の企画・道営事情の変化の方向を捉え、講座内容の複雑化と講座対象の若年者・高齢者への両極化を明らかにした。88年度には子供の消費行動調査により、購買商品の高額化・無駄使い・欲求形成の情報化等の特徴付けをし、家庭における消費者教育に学校、地域との新しい連携方式を考えだす必要があると指摘していた。

自治体の消費者保護条例等の運用事例を実証的に考察する調査や食品の消費者流通に関する調査にも取り組んだ。

８．各地消費生活センターとの連携による中核的機能の強化

消費生活センター等との連携については｢全国消費者生活センター所長会議」の運営がそれを端的に表わしている。全国所長会議は、国民生活センター創立以来の連絡会議が定着したものであり、20年の歴史の上に独自の形式と内容を整えてきた。形式においては地域ブロック毎の意見集約、あるいは要望事項を基礎に代表報告が行われ、当年度の消費者政策が説明され、時々の重要課題について有識者の基調講演を用意し、これらをもとに情報交換と討論が定型化していた。

各地の消費生活センターとの交流は、主として人的側面や情報を通じて多様化していた。消費者行政職員研修、共同比較テスト、苦情処理テスト、消費者啓発用の各種印刷物の配布、PIO-NETや消費者相談等における問い合わせへの対応など、業務全体にわたって強められた。国民生活センターは、消費者情報についての唯一の政府関係機関という立場から、府省庁と各地消費生活センターの「パイプ役」として、時代の方向に即した適時適切な情報処理に当たってきた。

以上のような消費生活センターを中心とする自治体消費者行政との関わりの緊密化とともに、近年の経済的国際化の急速な展開に伴う業務の対応が急務となった。海外旅行や取引関係にまつわる消費者相談、問合わせの増加を始め、世界各国から来訪者の急増などが業務の国際化を促していた。また消費生活センターや消費者団体等からは、国民生活センターによる海外の生活・消費者情報、行政情報の収集・発信能力に対する新しい期待が生まれ、国民生活センターの中核的機能は、国際的業務展開の中でもその役割を果すことになった。

韓国消費者保護院は87年７月に設立され、喜多村理事長（当時）の訪問により技術交流その他の協力関係が生まれた｡翌7月には韓国消費者保護院のスタッフが来訪した。これによって88年９月１日から11月24日まで、韓国消費者保護院の職員4名の研修生を受け入れ

た。これは短期間ながら国民生活センターが行った初めての国際的人事交流であった。

89年４月に国際情報交流業務は専任者を置いて発足した。邦文の「今月の国際情報」（89年８月創刊、89年３月発行分までは『今月の海外情報』）を発行するとともに、英文の『JCIC News』（季刊、A4判4ページ立て）を90年１月から創刊した。後者は150部を印刷してIOCU（現：CI）加盟団体の関係機関へ発送した（2015年度に終了）。

（出典「国民生活センター二十年史」抜粋及び一部修正）

1990年代

１．国民生活センターの業務の大枠

90年代の国民生活センターの業務を特徴づける活動を中心に各業務の動向を概説する。

68年に消費者保護基本法が制定され、約30年の間に消費者行政は、消費者の支援、事業者規制の両面で大きく進展した。

99年度に消費生活センターは全国に約400カ所となり、国民生活センターは各地センターと連携して、消費生活に関するさまざまな情報収集・分析・調査を行い、その結果を広く情報提供するまでになった。

90年代は後述するように、規制緩和が進み、高齢化、情報化、国際化、金融ビッグバンなどの新たな状況に対応した消費者行政野のあり方が求められた。個別の業法規制から消費者契約法の制定による包括的な消費者契約のルール作りが求められた。加えて、消費者被害を防止するため、情報提供と消費者教育を一層充実させることも必要とされた。

こうした中にあって、国民生活センターは、消費者の自立を支援するため、積極的な情報提供や消費者被害の迅速な処理・解決体制の整備、消費者教育と調査研究機能の充実、ネットワークの拡充に重点を置いて業務を運営した。

〇消費者情報部門

84年度に運用を始めたPIO-NETは順調に発展を遂げ、蓄積された相談情報は、90年代の10年間に、当初の90万件から360万件に４倍に増加して、相談の処理や消費者被害の未然防止等に資する「公共の財産（情報）」として定着してきた。このネットワークを市町村まで広げ、広域的システムとすべく、各地で都道府県単位の地域ネットワークシステムの構築を進めた。また、PIO-NETシステムに蓄積

された情報を編集加工して、消費者被害注意情報、消費者被害速報等をシリーズ化して情報提供を行った。

○相談部門

95年７月のPL法施行以降、特別専門相談として法律相談、住宅相談に加え自動車相談、家電相談を設け、それぞれ専門家を配置した。また同年、消費者被害等に係るもののうち構造的問題を掘り下げて分析する「特別調査」を開始した。

危害情報部門は、機構改革に伴い一部を除いて消費者情報部に移管された。89年4月、消費者被害の拡大・未然防止のため事業者名を含め公表する「相談事例に係る事業者名等の情報提供基準」を定め、91年以降10件の事業者名を公表した。

○普及交流部門

情報化の進展に対応して情報収集、提供体制の強化を図るため、またPL関連情報の提供等を主目的として、95年、会員制パソコン通信ネットワーク「生活ニューネット」を設置した。98年には国民生活センターのホームページ（HP）と連動したインターネット版「生活ニューネット」としてHPによる情報提供に移行した。一方、91年12月には、「たしかな目」の月刊化、00年４月には「国民生活」のリニューアルを行った。

47都道府県に生活情報ネットワーカーを配置し、生活問題に関わる地域の草の根ネットワーク運動の情報を収集した。また、国民生活センターが作成した消費者情報を生活情報ネットワーカーを通じて、全国的にきめ細かく提供し国民への普及・啓発を行った。

○商品テスト部門

PL法の制定に伴い、国民生活センターが「製品関連事故の原因究明機関」として位置づけされたことにより、商品テスト業務は従来の比較テストの規模を相対的に縮小し、苦情処理テスト、原因究明テストに重点が置かれた。このため商品テスト３号棟、テストロード、家庭内事故解析棟を建設して時代の要請に応えるとともに、商品テスト情報を各地消費生活センターと共同で利用する情報システムの構築を図り、各地センターの中核としての機能整備が進められている。

○研修生活研究部門

93年度、地方開催講座を「生活大学移動セミナー」と変更するとともに、94年度からは、「消費者フォーラム」を「全国消費者フォーラム」として規模・内容の充実を図った。97年度には、高度な研修の実現をめざして生活研究部門を設置した。

91年度から実施している「消費生活専門相談員資格認定制度」の事務局は企画広報課に移管された。

○総務企画部門

特殊法人の改革に関する閣議決定（95年２月）を受けて96、97年度に組織の抜本的改革を行い、７部５課２室体制となった。

２．変貌する社会と消費者問題

90年代に入りIT（情報技術）の革新が進行する中で、デジタルエコノミーが飛躍的に成長し、特に電子商取引をはじめとするインターネットの利用が爆発的に拡大した。さらに経済のサービス化・グローバル化、急速な少子高齢化が進んだ。加えて、大幅な規制緩和、地球規模も含め環境問題への取り組みがなされており、国民生活も大きく変化した。

90年代は、マクロでみると経済が停滞し、財政も悪化してきたが、一方で、21世紀に向けて各種の社会制度の改革は進んだといえる。

90年代の日本経済は、IT関連の携帯電話やパソコン、電子商取引など活発な市場も一部

みられるものの、バブル崩壊のキズを引きずり、総じて不況が続いた。

ただ、中ほどの95、96年度にはいく分か拡大基調もみられたが、97年度には23年ぶりのマイナス成長となり、98年度もさらに前年度を上回るマイナスとなった。これは、財政構造改革を進めようとして、消費税の増税、国民年金保険料の引き上げ、医療費の本人負担の増加などに加え、金融機関の相次ぐ破綻、大型倒産と雇用不安の増大が追いうちをかけ、個人消費が大きく落ちこんだことによる。

また90年代は、これまで護送船団方式によって「つぶさない、つぶれない」といわれてきた大銀行が、不良債権処理の遅れなどから破綻し、証券会社や生命保険会社も倒産するなど、金融システムが揺らいだ時代であった。

一方、消費者問題に目を転ずると、経済のサービス化に伴い、商品よりサービスに関する消費者トラブルの割合が高くなり、また契約・販売方法に係る相談が、８割を超えるまでになっている。さらに、訪問販売など特殊販売に関するものが増加を続けており、消費生活相談全体の半数以上を占めていた。

特に電話勧誘による「資格商法」に係る被害は92、93年当時に急増し、また、マルチ・マルチまがい商法も第３次ブームと言われ苦情が相次いだ。

国民生活センターでは、「資格商法」について、92年10月19日に「苦情多発！資格講座商法」を発表し消費者に注意を呼び掛けた。同年11月６日には、全国消費生活センター所長会議及び国民生活センターの連名で通産省（当時）に対し「電話勧誘資格商法」の規制を強化するよう要望書を提出した。また、翌年93年11月１日には、苦情が多発している業者の実名を公表した。各地の消費生活センターは、なんとか解決の糸口を見つけながら相談対応をしてきたが、法規制がないためその処理に非常な困難が伴っていた。そのため、95年９月に当センターは通産省に対して「電話による勧誘及び電話による契約」の法規制を要望した。その後、96年に訪問販売法が改正され、電話勧誘販売が新たに規制の対象となり、また、マルチ商法の規制が強化（クーリング・オフ期間が14日から20日へ）された。

97年頃は、長引く不況や超低金利が続く中で、高利をうたったオレンジ共済や経済革命クラブ（KKC）、ココ山岡などのいわゆる利殖商法による被害も目立った。クレジット・サラ金等による多重債務に係る相談・苦情も多く見られた。

上記の利殖商法は、銀行預金の金利も低くなったままの状況下、悪質な利殖商法や内職商法は便乗し、少しでも有利な資産運用を、という消費者の気持ちに付け込むものであった。

KKCについては、「（売って儲けるのではなく）買って儲ける“未常識の経済”」という奇妙な理論で加入者を増やし95年頃から相談が寄せられるようになっていた。当時、国民生活センターは、同社から２回にわたり、商法の説明を受けたが、人を煙に巻くようなもので理解できるものでは全くなかった。

また、牛の預託商法も97年頃多数の業者が現れ、消費者から相談が相次ぎ寄せられるようになった。農水省が97年３月「出資取締法に違反する疑い」との通達を出し、その後警察が関係業者を次々に摘発して社会問題となった。そして、同年８月に預託法の施行令が改正され、和牛などが指定商品に加わり、契約をクーリング・オフ（14日間）できるようになった。

この他、インターネットに係るトラブルや、安全性などをめぐり遺伝子組換え食品や環境

ホルモンの問題など、国際的な問題も出てきた。

さらに95年１月17日の早朝に発生した阪神・淡路大震災は忘れることができない。震災で街中が混乱している中、兵庫県立神戸生活科学センター（現：兵庫県立消費生活総合センター）では、１月25日から震災関連の消費生活相談業務を開始し、受付分野を被災者が直面している問題である生命保険、損害保険、家電製品、物価問題とし、各分野に専門家を配置し、被災者の相談に応じた。また、同時に市内に散在する避難所に毎日生活情報をファクスで送り続けた。被災地での多忙な活動に少しでも協力できればと、国民生活センターも職員を派遣した。この震災では、ボランティアの活躍が目立ち、それ以降、福祉、環境、国際協力などの分野でNPOの社会貢献が活発化した。

先に述べたように、90年代の経済は停滞していたが、生活関連の各種の法律の制定をはじめ、社会的制度改革は進んだ。

特に規制緩和が大幅に進展し、行政は従来の事前規制型から事後チェック型へ大きな転換がなされた。その流れの中で、包括的民事ルールとして、製品安全ではPL（製造物責任）法が94年に、消費者取引では消費者契約法が、00年に制定されたことは特筆すべきことだ。また、少子高齢化が一段と進んだことに対応して、97年介護保険法が成立、成年後見制度も00年から始まることになった。環境問題への対応も進み、循環型社会実現に向けて環境基本法をはじめとして、製品ごとのリサイクル法も整備された。ただ、実際には計画通り進行していない面もみられた。実施は01年からだが、中央省庁の再編が決められたことも記録にとどめたい。

(1) 規制緩和の大幅な進展

規制緩和のなされたものの中で、身近なものを数例挙げると、①医薬品は、薬事法上の販売許可を得た薬局、薬店においてのみ販売が可能であったが、99年３月末より、ビタミン含有保健剤、健胃清涼剤、外皮消毒剤等医薬品のうち、人体に対する作用が比較的緩やかな15製品群については、コンビニなどの一般小売店でも販売できるようになった。②携帯電話やPHSの普及がめざましいが、これは92年から95年にかけて、NTTからの移動体通信業務の分離及び地域分割等により、１地域６社から７社の公正な競争環境が実現したことと、端末売り切り制の導入が大きい。③金融ビックバンが進められた。具体的には、投資信託や保険商品の銀行窓口販売の解禁・子会社による相互参入、株券委託手数料・損害保険料率の自由化、海外預金・証券投資の自由化、外国為替銀行及び両替商の認可制度の廃止などがある。

このうち、②の携帯電話やPHSについては、「平成９年版通信白書」によると、携帯・自動車電話の契約数は、97年３月末で契約者数は2,088万件、PHSサービスは603万件となった。当時、電話端末機や通信料金等の値下げ、カバーエリアの拡大、高速データ通信の実用化、契約者の低年齢化による新たな利用者層の獲得といった理由を背景に契約者数は増加の一途をたどった。

一方で、国民生活センターや各地消費生活センターには、違約金のトラブルやカバーエリア内で使えないといった説明不足によるトラブルなどが寄せられるようになった。

③の金融分野に関しては、国民生活センターは98年11月に、消費者に基礎的な情報を知ってもらい、消費者が抱いている金融関係の不安を解消できるよう書籍「金融ビッグバン

と消費者」を発行した。発行に当たっては、各分野の実務家、研究者など、金融と消費者の分野を研究している専門家の参加を得て、研究会を開催し、研究会での報告をもとに一冊にまとめた。また、金融規制緩和の中で異業種からの参入が相次ぎ、金融商品は多様化し、証券などの金融商品に関するトラブルが増えてきていた。各地センターにも金融商品の苦情が多数寄せられていることに鑑み、特別調査「金融商品に係る消費者トラブル問題」を報告書にまとめ00年３月に公表し、５項目の改善を大蔵省、金融監督庁に、相談窓口の整備等を業界団体に要望した。

(2) PL法、消費者契約法の制定

①製造物責任制度の導入

わが国では75年ごろから国民生活審議会で製造物責任に係る議論がされるようになったが、本格的検討がなされたのは、90年代に入ってからである。

90年代に入ると、規制緩和に加えEC指令を緒とするPL法制定の世界的な潮流の中で、その制定を促す議論が高まってきた。

安全性に係る基準や規制が緩和される中で、企業の自己責任に基づく製品の安全確保が求められたが、製品関連事故を起こした場合に備えて、被害者側にも責任を追及する方途を確立する必要があるとされた。

このような動向の中で、弁護士会、学界、政党などから試案が出され、91年から国民生活審議会においても同制度の検討が始まった。

この制度の導入に向けては、消費者団体は弁護士会などと「消費者のための製造物責任法の制定を求める連絡会」を設けて互いに協力し、各地でシンポジウムや集会、署名活動を行い、国民的ともいえる運動が展開された。

国民生活審議会では紆余曲折があったが、このような活動もあり、PL法が95年7月から施行された。同法の制定で、被害者側は、製造業者の過失を証明する必要がなくなり、「製造物が通常有すべき安全性を欠いている」という製品の欠陥を証明すればよく、製品関連事故の被害救済が比較的容易になった。

また、PL法は裁判規範であるが、同法をより実効あるものとすべく、広く製造物責任制度として整備を図るため、裁判外紛争処理体制の充実、国や地方公共団体並びに国民生活センターや消費生活センター等の検査機関の体制整備などによる原因究明機能の強化が必要とされた。

これに対応するため、国民生活センターは、消費者苦情処理専門委員会を設置し、また、自動車テストのための商品テスト３号棟を建設した。さらにインターネットによってPL関連情報を提供する「生活ニューネット」を始動させた。民間でも10を超えるPLセンターが設立された。また、成立から施行に至るまで、経済企画庁はじめ関連省庁は、同法の趣旨、内容の周知徹底を図るため、説明会や講習会を全国365カ所で開催、また消費者や中小企業向けにパンフレットを作成。あわせてビデオやカセットテープなども作成し、その他にもテレビ、ラジオ、新聞、雑誌等を合わせて広範な広報活動を実施した。国民生活センターでも全国の消費生活センターなどの職員等を対象に、同法の趣旨理解のための講座を全国６カ所で実施したほか、テレビ番組や「国民生活」「たしかな目」などの月刊誌でその趣旨・内容を紹介した。また、内容を分かりやすくイラスト化したパンフレットを作成し、地方公共団体の必要に応じ150万枚を増刷りした。

さらに、PL法の活用状況を把握するため、PIO-NETに収集した製品関連事故に係る消費生活相談の状況を調査し取りまとめるとと

もに、把握できたPL法関連の訴訟に関する情報も収集し、毎年公表を行うこととした。

PL法制定の効果はどうだろうか。PL法が施行された後の全国の消費生活センター等の製品関連事故に係る苦情相談件数は、施行後1年目はほぼ倍増したが、その後は減少し、全相談に占める割合は施行前より少なくなった。

このようにPL法は、事故の被害救済の面だけでなく、製造者等の安全対策を促し、事故の予防という点で効果があったといえる。

②消費者契約法の審議・制定

消費者契約法の公布は、00年5月であるが、実質審議されたのは、90年代の中頃からである。

国民生活審議会で、消費者取引上の問題点等の検討を開始したのは、94年４月からで、約６年で法案化されたことになる。これは、PL法が概ね20年を費やしたことと比較すると、比較的短期間でまとまったといえる。

立法の背景には近年、高齢化、国際化等の急速な進展に伴い、契約・販売方法に係る消費者トラブルが増大していることがまず挙げられる。さらに、経済社会の活力の維持・向上を図るという点から進められている規制緩和の中で、明確なルールを定め、そのルールを守ることにより公正で自由な競争を実現するという市場メカニズムの活用のための環境整備を行うこと。また、消費者の自己責任が求められる中で、事業者に比べてもともと情報量や交渉力で弱い立場にある消費者を守るためのルール作り、すなわち、規制緩和時代にふさわしい消費者のための新しいシステム作りが必要とされたことなどが挙げられる。

国民生活センターでは、00年度の取り組みになるが、消費者契約法施行に向けて、教育研修事業において、ほとんどの講座で内閣府の担当官や研究者及び弁護士を講師とした開設をカリキュラムに組み入れ、その周知に努めた。また、00年７月に啓発用リーフレット「消費者の利益を守る消費者契約法ができました」を作成したほか、消費者契約法に関連した消費生活相談情報の収集・分析機能を充実させるため、「消費者契約法相談分析･支援室」を設置し、各地消費生活センターの相談処理を支援する体制を整えた。

(3) 電子商取引などインターネット利用の爆発的拡大

90年代の大きな特徴の１つに、インターネットの利用が爆発的に拡大したことが挙げられる。インターネットの利用は、わが国では93年ごろから始まったが、98年には商用開始後わずか５年間でインターネット普及率は10％を突破した。１年後の99年には、インターネット利用者人口は前年より６割増え、2,700万人に達した。携帯ネットサービスの普及が拡大を後押しし、普及率では、５人に１人が利用するまでになってた。

インターネットを利用して最終消費財やサービスの取引を行う電子商取引の市場規模は、99年で3,500億円と前年の2倍強に拡大しており、05年には、７兆円を超えると予想された。

電子商取引では、ショッピングモールで、消費者は商品を購入したりオークションに出品することができる。また、航空券や列車、宿、各種イベント等の予約、情報の検索ができる。そのほか、個人でホームページを作ったり、電子メールでやりとりするなど、インターネットの利用は、生活の場にも序々に広がってきた。

ただ、このような利用の拡大に伴って、消費者苦情も急増した。PIO-NETによると、インターネットに関する苦情相談は、95年度で64件に過ぎなかったものが、99年度では7,009

件と実に110倍に激増している。苦情内容はインターネット通販で商品が届かない、偽物、電子メールによるネズミ講の勧誘、プロバイダーとの料金をめぐるトラブルなどさまざまである。

他方、海外の動きとしては、インターネットでは国を越えて取引がなされるケースも多く、一国だけの対応には限界があるため、OECDでは電子商取引の適正化に向けたルール作りが検討された。電子商取引では、消費者保護、プライバシー保護、認証、課税の問題があるが、まず、消費者保護ガイドラインが99年末に策定された。

また、この頃のインターネットの接続は電話回線を使ったダイヤル接続であり、プロバイダのアクセスポイントまでは電話料金がかかった。通常は、なるべく電話料金がかからないよう同一地域内のアクセスポイントを選ぶのが一般的であったが、この仕組みを悪用し消費者が意図しないうちに海外のアクセスポイントに接続されてしまい、その結果、国際電話料金を請求されるというトラブルが98年頃から相次いだ。消費者がネットサーフィン中、特定ホームページ上で、次のページを見ようとして「OK」ボタンをクリックすると、消費者のパソコン内のダイヤル接続の情報を書き換えるソフトウエアがダウンロードされ、気づかずに使い続けると、国際電話料金がかかってしまう。国際電話料金の請求を受けて初めて事態に気づく人が多かった。

(4) 介護保険制度の導入

97年介護保険法が成立し、介護は、これまで行政が福祉の措置として実施していたものを、消費者が事業者のサービスを選び･買うという契約へと大きく転換するものであった。99年10月から市区町村で認定申請の受け付けと判定作業が始まり、00年４月から実施された。

また、認知症や知的障害などで判断能力の不十分な人達の財産管理や身上監護を支援する成年後見制度の検討が94年に始まり、00年４月からスタートした。

国民生活センターにおいては、介護保険法施行後を見据えて、心身機能の衰えた消費者の権利擁護のための手がかりを探るため、97年に在宅介護サービスの中から主にホームヘルプサービスを取り上げ、利用実態とそこから生じる消費者問題を調査した(「在宅介護サービスと消費者問題」(97年３月)。また、98年には、ホームヘルプサービスの量・質の問題点を消費者の立場から調査し報告書にまとめた(「ホームヘルプサービスと消費者問題」(98年３月)。それらをもとに98年末には「消費者からみた介護保険Q&A」を発行した。その後、99年には、法律家や介護サービス事業関係者による「介護サービスと消費者契約検討委員会」を設置し、日独の介護サービス契約の現状と課題を検討し、報告書をまとめた(「介護サービスと消費者契約」(99年３月)。

00年代においても、「介護契約にかかわる相談の実態」(00年12月)、「介護サービスと介護商品にかかわる消費者相談」(01年９月)など、介護に関する報告書を公表した。

(出典「90年代の国民生活センターの歩み」抜粋及び一部加筆)

2000年代

ここでは、独法化以降の国民生活センターの基本的性格と業務の大枠の下で、国民生活センターが「国民生活の安定及び向上」に向けてどう取り組んできたか、この10年間を特徴づける活動を中心に各業務の動向を概説する。

１．国民生活センターの基本的性格と業務の大枠

(1) 消費者基本法（04年5月改正）

第25条（国民生活センターの役割）

情報の収集･提供、苦情相談、商品テスト、啓発・教育、ADR等における中核的な機関

(2) 独立行政法人整理合理化計画

（07年12月24日閣議決定）

消費者問題全体に取り組む中心的な存在となるよう、今後の在り方について検討する。

(3) 中期目標及び中期計画

①第１期：03年度下期～ 07年度

②第２期：08年度～ 12年度

(4) 消費者行政推進基本計画

（08年6月27日閣議決定）

国の中核的実施機関として、

①消費者相談、相談員等への研修、商品テスト等を拡充

②PIO-NETの刷新

③事故情報データバンクの創設

④広域的な消費者紛争の解決（ＡＤＲ）のための体制整備

とされている。

〇相談部門

直接相談については、特殊法人改革の流れによって段階的な縮小が迫られたものの、その後、改正消費者基本法等に国民生活センターによる相談処理業務が明記されたことで、00年代では消費生活トラブルを把握する重要なセンサー機能とされた。また、経由相談については､01年3月より経由相談ホットラインを開設し、各地消費生活センターへの積極的な支援を行うこととなった。

一方、消費者トラブルメール箱による情報収集の開始、個人情報保護法の施行に伴う個人情報相談窓口の開設、「消費者ホットライン」の開始に伴う各地消費生活センターの相談受付の補完のため「土日祝日相談」を実施するなど、多様化・複雑化する相談や社会からの要請に応えるべく､次々と対応してきた。

〇情報・分析部門

年度別のPIO-NETへの登録件数は、架空請求が社会問題化した03年度から04年度にかけて大幅に増加し、04年度には過去最高の192万件（うち、架空請求68万件）となった。また、この10年間端末の設置も進み、00年度の450カ所が09年度には874カ所まで拡大した。さらに、07年度より中央省庁等などにも端末が配備され09年度時点で12カ所に設置された。

一方、PIO-NET情報の有効活用の観点から悪質な事業者や問題商法を早期に発見し、消費者被害の未然防止･拡大防止を図るべく「早期警戒指標」を開発し、09年６月より中央省庁や地方公共団体に提供を開始するなど新たな取り組みも開始した。

〇広報部門

商品テスト誌「たしかな目」と消費者問題の専門誌「国民生活」が統合されて、08年４月から「月刊国民生活」として生まれ変わった。また､商品関連情報や悪質商法に関する情報、その他消費生活情報を提供してきたテレビ番組は09年３月末に終了する一方、国民生活センターのホームページは、アクセシビリティの向上や携帯端末向けのページを公開、メー

ルマガジンの配信を開始するなど、インターネットを利用した情報発信にシフトした。

○商品テスト部門

特殊法人整理合理化計画に基づき、人の生命・身体等に重大な影響を及ぼす商品テストに特化すべく「商品比較テスト」は02年3月で廃止され、02年４月からは、PIO-NETなどに寄せられた苦情相談や事故情報等を分析し、消費者被害の原因となっている問題点を明らかにする「問題提起型テスト」に移行した。

07年の独立行政法人整理合理化計画にて、テストを実施している関係機関との連携強化がうたわれたことから、製品技術基盤機構、農林水産消費安全技術センター、国立健康・栄養研究所の各法人との間で事故情報の共有や各法人が保有する技術や知見の活用を図るために連携合意文書を締結した。また、専門性の高いテストを実施するため、大学や研究機関に対して積極的な協力要請に努めた。

○研修部門

消費者を取り巻く社会環境の変化に合わせて、消費生活相談員研修は、迅速に対応してきたところであり、特に「専門・事例講座」はニーズに対応したテーマ設定や研修技法により好評を博し、近年では予定人員を大幅に上回る状況となった。

一方、地方消費者行政活性化に伴う地方支援事業として、09年度より消費生活相談員養成講座が全国6会場（札幌、東京、名古屋、大阪、神戸、北九州）で実施した。また、企業研修は08年より「地方コース」を開始し、08年度は札幌、仙台、大阪、福岡の４コース、09年度は、さらに東京、名古屋、京都を加えた７コースの実施を開始した。

この10年でコース数は2.5倍、受講者数も２倍以上に増加するなど研修は大幅に増加した。

○ADR部門

消費者基本法（第19条第３項）において、国等は商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知識に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を行うよう努めなければならないと明記された。

これを踏まえ、「国民生活センターの在り方等に関する検討会」や国民生活審議会消費者政策部会おける検討を経て、国民生活センターにADRの仕組みを整備するための国民生活センター法が改正され、紛争解決委員会が設置されることとなった。

○総務・企画部門

消費者問題に関する中核的機関として積極的な役割を果たすべく、時勢に合わせた組織・機構の改変作業を実施してきた。

また、独立行政法人への移行及び相模原への本部機能の移転作業、国民生活センター法の改正作業、消費者行政一元化に伴う各種調整、行政刷新会議による事業仕分け等の対応を行った。

２．2000年代の消費者問題

00年代の消費者を取り巻く環境は、それ以前の10年とは大きく異なり、変化のスピードは目を見張るばかりである。

04年６月に36年ぶりに改正された「消費者基本法」は、名称から「保護」が外れたことに端的に表れているように消費者は、「保護される対象」から「主体的に自立する存在」へと変質し、行政の役割はその自立の支援とそれを支える施策へと大きく転換した。近年、規制緩和が進展し、市場メカニズムの活用が時代の要請となり、事業者間の自由な競争により市場が活発化し、消費者も健全な市場に参画して積極的に利益を享受できる環境が整

備されつつある。消費者が主体的に自立できるよう様々な支援体制が次々と整ってきたのが、この10年間の主要な動きであるといえよう。

00年代の消費者関連の動きを端的に表すと、(1) 消費者関連法規の成立・改正が相当なスピード感をもって頻繁に行われたこと、(2) BSE、中国製ギョーザ中毒事件、一連の食品偽装問題、汚染米販売事件と「食の安全」が何度も危機に晒され続けたこと、(3) 豚インフルエンザ、鳥インフルエンザ、口蹄疫とウイルスの危険性が増大したこと。また、00年代の消費者関連の分水嶺となった年月日を挙げると、(1)「消費者契約法」が施行された01年４月１日[この日は、消費者関連法規（「金融商品販売法」、「家電リサイクル法」、「食品リサイクル法」、「資源有効利用促進法」、「グリーン購入法」、「情報公開法」が施行され、また、アレルギー物質を含む食品の表示制度、化粧品の全成分表示制度、改正「JAS法」により有機農産物の認証制度が開始され消費者関連の画期的な日]、(2)「消費者基本法」が公布・施行された04年６月２日は、消費者の権利（安全が確保されること、適切な選択が行えること、必要な情報を知ることができること、消費者教育を受けられること、意見が反映されること、被害の救済が受けられること）が法律で明文化された記念碑的な日、(3) 消費者庁が創設された09年９月１日は消費者行政の司令塔が我が国に始めて誕生した。

この他にもメルクマールとなる出来事、重要な日は沢山あり、00年代は今を生きる消費者にとって濃密かつ貴重な時期だったといえよう。

(1) 食の安全が根底から揺らいだ10年

00年代の幕開けとなった食品事件は、衛生管理があまりに杜撰な乳業メーカーによる加工乳中毒事件だった。この事件をきっかけに、食品の異物混入報道やメーカーによる商品回収の社告が相次いだ。

国民生活センターが把握した食品に関する社告は、00年度には延べ65件、99年度の７件に比べて激増した。こうした社告等を含めたマスコミ報道の影響及び消費者の食品の安全性に対する意識が高まったためか、PIO-NETにも「テレビで報じられている牛乳を飲み下痢をした」「ケーキに虫が入っていた」など食品の異物混入に関する多くの苦情相談が寄せられた。

01年９月11日、国内初のBSEの疑いのある牛が千葉県で確認された。この事件をきっかけとして、03年７月１日、「食品安全基本法」が施行され、食品安全委員会が内閣総理大臣の直属の機関として設置された。04年12月１日、「牛トレイサビリティー法」が施行され、生産履歴の開示が義務化され、牛肉の安全確保が進んだ。

また、BSE問題関連で、国が実施した国産牛肉買取制度を悪用し、輸入牛肉を国産牛肉と偽って買い取らせ国から買い取り費用を不正に騙取していた事件が発覚した。この事件は、内部告発があって初めて真実が明らかになったもので、こうした「良心の声」を挙げた人を保護する「公益通報者保護法」が、06年４月１日から施行された。

00年の加工乳の大型食中毒事件以降、BSEの発生、輸入野菜から基準値を超える残留農薬の検出、異物混入など食の安全を脅かす問題が相次いだことから全国の消費生活センターには食品にかかわる相談が毎年1万件前後寄せられた。相談内容をみると、品質や安全・衛生面、表示・広告に関する相談が上位を占めるが、事業者の消費者対応のまずさや食品

の安全性に対する事業者の対応への疑問などが寄せられた。そこで、国民生活センターは05年に調査研究として、全国の食品関連事業者の消費者対応部署を中心に、相談の受付・原因究明体制等を調査し、「食品関連事業者の消費者対応」として報告書をまとめ公表した。

07年12月に発生した「中国産冷凍ギョーザ問題」では、冷凍ギョーザに高濃度の農薬が検出され、輸入食材を中心として、国民の食の安全に対する不安が急激に高まった。08年２月２日から、国民生活センターや各地消費生活センター、保健所等で「中国冷凍ギョーザ特別相談」を開設し、土日休日も含めた特別相談体制を展開した。

さらに、同年９月には、農薬等に汚染された事故米が食用に転用されていたことが発覚するなど、08年は消費者の安全に対する不安が増大する年であった。

(2) 製品事故情報収集体制の整備

00年代は、製品事故情報を体系的に集約し、再発防止に役立っていこうという議論が盛んになり、法律の整備がされた10年といえる。

07年５月14日、「改正消費生活用製品安全法」が施行され、生活用品メーカー、輸入業者に対し、事故発生後10日以内に国への報告が義務付けられた。改正のきっかけとなったのは、製品事故情報が国に報告されておらず、メーカーも適切な対応を取っていなかったため深刻な事故が繰り返し発生していたことが明らかになったことによる。06年７月14日、「パロマ」は、瞬間湯沸かし器で制御装置が不正改造され、一酸化中毒で21年間に15人が死亡していたことを明らかにした。５日後、同種事故が過去に27件発生し、20人が死亡していたと追加公表。事故情報が体系的に集約される体制が整っていなかったため、過去の事故が再発防止に生かされなかった。８月22日、経済産業省は、「パロマ」に対し、「消費生活用製品安全法」に基づく緊急回収命令を出した。07年２月10日、「リンナイ」は、瞬間湯沸かし器による一酸化中毒で名古屋市内で死亡事故が発生したと発表。同社は、同種事故を04年までに３人の死亡と５件の事故を把握していたが、役員会で回収措置は取らないということを決定し、事故を公表していなかった。同日までに、ガス事業者各社が「ガス事業法」に基づき経済産業省に報告していた開放式小型瞬間湯沸かし器による一酸化中毒事故を集計したところ、81～04年の24年間で133人が死亡していたことが分った。経済産業省が翌月13日に発表した統計では、更に増えて86～06年の21年間で事故が239件発生、355人が死亡していた。

09年９月１日、消費者庁が発足し、同日に「消費者安全法」が施行され、すべての製品事故情報が一元的に消費者庁に報告されるネットワークができた。

00年代には、製品事故の中でも子どもが被害に遭った深刻な事故の再発防止対策が急務となった。

02年11月に５歳の女児が「ジェット噴流機能付き24時間風呂」に入浴中に溺れ、その後死亡する事故が発生し、国民生活センターに相談が寄せられた。同事故では、事故品の吸込口の構造を調査するとともに、髪の毛の吸い込みテストを実施した。いずれの場合も髪の毛を吸い込み、「20N以下の力で引き抜けることと」というJIS基準を満たしていなかった。国民生センターは、事業者及び業界団体（24時間風呂協議会）に対し、事故の未然防止に必要な対応を直ちに行うことやユーザーに対する積極的な注意喚起を行うよう要望した。また、経済産業省に対して、製造・販売事業者の責任において必要な対応が徹底され

るよう指導を要望した。その後、経済産業省消費経済審議会が、浴槽用温水循環器を消費生活用製品安全法に基づく「特定製品」及び「特別特定製品」に指定すべきと答申し、施行令が改正された。

04年３月26日、東京・港区商業施設の入口に設置された自動回転ドアに６歳の男児が頭部を挟まれ死亡した。１年前にオープンした同ビルでは、自動回転ドアによる同種事故が33件発生していたが、いずれも大事には至らず、十分な安全対策が施されていなかった。国土交通省の発表によると、自動回転ドアによる事故は、過去270件起き、133人が怪我をしていたとのこと（４月19日）。事故発生から３カ月後、６月29日、国土交通省と経済産業省は、自動回転ドアの事故防止ガイドラインを策定し、多重な安全対策を施す必要があるとの指摘をした。

06年８月23日、経済産業省は３月と７月に幼児がシュレッダーで手指を切断する事故が発生、注意を呼び掛けた。３月の事故は、２歳の女児がシュレッダーに両手を入れ指9本を切断。７月の事故は、２歳の男児が左手を巻き込まれ指２本を切断したというもの。９月12日、経済産業省は、同種事故がこれまでに７件起きていたと発表。09年11月10日、米国･CPSC（消費者製品安全委員会）は、英国･「マクラーレン社」の折り畳み式ベビーカーで子どもが指を挟まれる事故が15件起き、うち12件が指を切断した事故を発表。わが国でも31件の事故が起きており、うち２件は治療期間が30日以上重大事故だった（同月21日）。

前述の06年に発生した家庭用シュレッダー事故については、国民生活センターで事故の原因、海外の文献・事例等について調査を進め、テストを行い、06年９月15日に公表を行った。テスト結果では、投入口に力が加わると変形し、指が引き込まれる危険性があった。また、裁断部が投入口の近くに設けられているものなど安全上問題と思われるものもあった。国民生活センターでは、経済産業省に対し、乳幼児の事故防止のため安全性に関するガイドラインや企画の策定を要望した。その結果、07年８月17日に電気用品安全法に基づく電気用品の技術上の基準を定める省令の一部が改正された。

09年４月１日、長期使用製品の安全点検制度がスタートし、経年劣化による事故の防止が図られるようになった。07年８月20日、製造後30年以上経た扇風機から出火し、高齢の夫婦が焼死した事件などがきっかけとなり、家電製品5品目に標準使用期間が表示されるようになった。なお、ガス瞬間湯沸かし器など９品目については、経年劣化による事故防止のため07年11月14日、消費生活用製品安全法が改正され、「特定保守製品」に指定、点検制度が整備されている。

(3) 高齢者に多い消費者トラブル

足裏占いで約870億円を集めた「法の華三法行」（00年）、約１万7,000人から約1,100億円を集めて破綻した抵当証券販売会社「大和都市管財」（01年）、約１万7,000任から約1,100億円を集めた健康食品販売会社「全国八葉物流」（02年）のほか、高配当をうたって約１万9000人から約487億円を集めて倒産した「平成電電」（05年）、約３万5000人から約849億円を集めていたエビ養殖事業会社「ワールドオーシャンファーム」（07年）、約５万人から約1260億円を集めていた健康食品会社「エルアンドジー」などの高配当をうたう悪質商法が目立った。

また、05年には、認知症の高齢姉妹に訪販リフォーム会社が次々と工事を繰り返し、代金を払えず自宅を競売にかけられていること

が発覚し社会問題となった。

悪質訪販リフォームについては、05年７月に関係省庁担当課長会議で総合的な対応策が検討され、特定商取引法の執行強化や悪質事犯の取り締まりの強化、広報活動の強化、認知症等の高齢者等の支援等が決定された。国民生活センターとしても各地の消費生活センターからの経由相談に対して専門家（一級建築士）のあっせんのための助言の充実、ホームページ、パンフレット、テレビ番組等を活用した消費者への啓発・情報提供の充実を行うとともに、最新の相談データ、事例、分析に基づいて被害防止策について情報提供し（「訪販リフォームに係る消費者トラブルについて－悪質業者による深刻なトラブルが続発―」（05年７月公表））、消費者に広く注意を呼び掛けた。

07年度のワールドオーシャンファームやエルアンドジーの相談が急増した年では出資関連の相談が増加した。この２社の事件のように、出資関連のトラブルは、業者の逮捕や倒産等の結果、一気に被害が表面化する傾向がある。業者の隠し財産等が見つかり幾分か返金されることもあり得るが、被害救済は非常に難しいケースがほとんどである。また、この２社を含む出資関連相談の大きな特徴として「人を紹介すれば出資による配当のほかに紹介料が受け取れる」というううたい文句で消費者を勧誘し、勧誘された人が同様の手口で他の人を勧誘することによって出資契約と同時に勧誘者を次々と増やしていくという手法が挙げられる。そこで08年８月に同様の被害が繰り返されることのないよう、マルチ商法型出資勧誘のトラブルに焦点を当て、情報提供を行った。

（出典「40周年記念誌」抜粋及び一部加筆）

2010年代

第２部「業務編」では、2010 ～ 2020年度途中にかけての国民生活センターの業務を事業部門ごとに概観することとし、ここでは、10年間の組織の変遷と主な取り組みを紹介する。

１．国民生活センターの組織形態及び業務の変遷

10年代は、10年４月に行われた「事業仕分け」からスタートした。国民生活センターのほぼすべての事業が仕分け対象となった。仕分け結果では、基本的に国民生活センターの意義・役割については理解されたが、その一方、効率的な業務遂行といった観点からは消費庁との役割分担や商品テスト事業の体制整備、研修施設のあり方について改善に向けた指摘を受けた。

10年12月、「国民生活センターの在り方の見直しに係るタスクフォース」にて「平成25年度に消費者庁へ移管することを目指す」とされ、11年10月からの「国民生活センターの在り方の見直しに関する検証会議」、12年1月「独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」において国に移管との方針が示された。上記の基本方針及び国民生活センターの在り方の見直しについての消費者担当政務三役の判断等を踏まえ、「国民生活センターの国への移行を踏まえた消費者行政の体制の在り方に関する検討会」が開かれ、「独立性を法的に担保した『特別の機関』として、消費者庁を移行先とすることが有力な考え方」として示された。

その後、12年末の政権交代を受け就任した森大臣（当時）の判断により、13年度（平成25年度）については国へ移行しないとの方針が示され、13年３月から「消費者行政の体制整

備のための意見交換会」で引き続き検討することとなった。同意見交換会の中間整理（13年７月23日）において、「消費者行政の充実･強化のためには、国民生活センターが果たしている役割の重要性に鑑み、同センターの各機能の充実・強化が必要。これまでの見直しにより、国民生活センターの機能が低下しており、早急な回復が必要」であり、当面の対応として「国民生活センターにおいて、新しい相談業務（お昼の消費生活相談）を今夏より試行的に実施」するとされた。これを受け、国民生活センターは、13年７月29日より「お昼の消費生活相談」を試行的に実施し、１年経過後に外部有識者による「お昼の消費生活相談等検証会議」を開催し、「お昼の消費生活相談」実施による国民生活センターの各機能（地方支援、消費者への注意喚起、行政機関や事業者団体等への改善要望）への効果が確認されたことから、通常業務として実施することとなった。

13年12月13日に森大臣より「組織形態としては独立行政法人の新たな類型の一つである『中期目標管理法人』とすることが相応しい」等との方針が示された。また、同年12月24日の閣議決定「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」において、

・中期目標管理型の法人とすること。

・相模原研修施設の再開については、施設の利用見込み、長期を含めたコスト等を総合的に勘案した上で、平成26年夏までに結論を得ること

・東京事務所においては、同事務所が合築されている建物に所在する品川税務署の移転計画が撤回されたことから、引き続き同事務所において業務を実施すること、とされた。

これにより10（平成22）年４月の事業仕分けから始まった4年間の議論に決着がついた。

２．消費者行政新未来創造オフィスへの参画

「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（14年12月27日閣議決定）に基づき、政府関係機関の地方への移転について、東京一極集中を是正する観点から検討が行われてきた。

徳島県から消費者庁、消費者委員会、国民生活センターの移転の提案があり、「政府関係機関移転基本方針」（16年３月22日まち・ひと・しごと創生本部決定）においては、国民生活センターについて、消費者庁の検証と並行して検証を行い、移転に向けて８月末までに結論を得ることを目指す、とされた。この検証の一環として、16年度に商品テスト業務と研修業務の一部を徳島県において試験的に実施し業務が円滑に遂行できるかという視点から検証を行った。この試験的実施の検証結果等を踏まえ、「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取り組みについて」（16年９月１日まち・ひと・しごと創生本部決定）により、17年度に徳島県に開設された「消費者行政新未来創造オフィス」に国民生活センターも参画し、商品テスト業務と研修業務を実施することとなった。また、同オフィスでの取り組みは３年後を目途に検証・見直しを行って、結論を得ることとされた。

徳島県における研修については、主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修及び徳島独自の研修を、商品テストについては、徳島県の協力のもと、県内のモニターに協力いただくなど実証フィールドとして活用し、先駆的な商品テスト実施した。

17年12月から、消費者委員会の「消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会」における検証が行われ、19年５月に報告書が取りまとめられた。この消費者委員会等の意見などを踏まえつつ検討が行われ、国民生活センターは、20年度以降、「研修事業について

は、これまでの徳島県での開催 により地元開催へのニーズが高いことが確かめられたことから、全国的に地方開催研修を拡充するとともに、内容やコース数を見直し、徳島県にふさわしい研修については、引き続き徳島県内で開催する。商品テストについては、これまでの実施状況を見直し、今後は、必要に応じて 徳島県内を実証フィールドとして活用する。」こととされた。

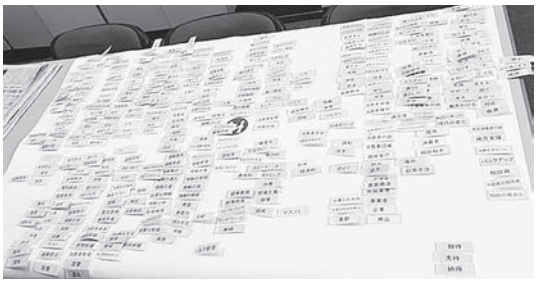
３．国民生活センターの使命・ミッション作成

13年12月24日の閣議決定により、国民生活センターは、独立行政法人として存続することが決まったことから、14年10月の創立記念日に向けて、国民生活センターの使命・ミッション作りに取り掛かった。

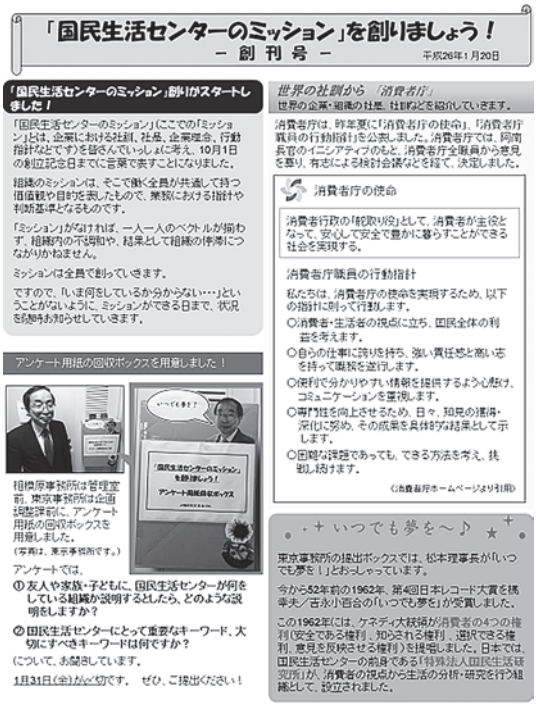
作成に当たっては、アンケートを通じてセンター職員らの意見･アイデアを募集し、昼休みを使って複数名の職員有志が中心となり、意見を出し合いながら完成させた。

さらに、15年９月の国連サミットで持続可能な開発目標（SDGs）が採択され、政府は16年５月にSDGs推進本部を立ち上げた。政府関係機関、地方公共団体、民間企業など様々な団体で、業務とを関連づけた取り組みがなされていることから、国民生活センターにおいても国民にセンターの役割をより深く理解してもらうため、また、センター職員がより広い視野で業務を実施する意識を醸成するため、18年７月から国民生活センター業務とSDGsの関係を示したリーフレットの作成に取り組んだ。

各部から選出された検討委員を中心に検討を重ね、SDGsの17の目標、169のゴールのうち、国民生活センターの業務と関連の深いものは何か、国民生活センターが貢献しているものは何かについて検討し、行政・事業者への情報提供、地方消費者行政の支援、消費者被害救済・防止のための情報発信という３つの機能ごとに整理した。作成したリーフレットは、48回目の創立記念日に公表した。



「マインドマップ」という手法でミッション作り



ミッション作りの過程を共有するための
チラシを作成（第６号まで発行）

４．国民生活センターの新たな業務

2010年度以降、当センターに加わった新たな業務や特徴的な取り組みは以下のとおり。

〇広報部門

ホームページのウェブアクセシビリティの向上を図ったほか、スマートフォン対応を含

むホームページのリニューアルを18年に行った。

また、SNSを活用した情報発信も積極的に行っており、16年にFacebookを、18年にTwitter、20年にLINEを活用した情報提供を開始した。

出版物では、「くらしの豆知識」を2017年版からカラーユニバーサルデザインを基本としたオールカラーで、ひと回り大きいＡ５判にリニューアルした。また、地方公共団体による名義差し替え印刷においては、表紙を独自デザインに替えられる仕組みも導入し、好評を得ている。さらに、新たな販路拡大とともに、購読者層を広げるため、電子書籍化を図り、６つのサイトで販売を開始した。

○情報・管理部門

10年度に新たなシステム「PIO-NET2010」をスタートさせた。PIO-NET2010では、相談情報の入力と検索を1台の端末でできるよう利便性を向上させ、また、オンラインでの相談カード修正を可能とし、相談窓口業務の負担軽減を図った。

その後、15年度には「PIO-NET2015」へと刷新し、検索･集計機能の強化などを行った。

18年度にはさらなる刷新に向けて「PIO-NET刷新検討会」を開催し検討を行い、19年度から次期システム「PIO-NET2020」への準備を進めている。

年度別のPIO-NETへの登録件数は、架空請求が社会問題化した04年度に192万件と過去最高となり、その後は、減少し、2010年代は、90万件前後で推移してきている。

PIO-NET端末は、消費者庁設置後、消費生活センター数が増加し、PIO-NETの接続先は、消費生活センター約1,250ヵ所（専用端末約3,300台）（20年３月末日時点）となった。

○教育研修部門

10年12月の閣議決定により、相模原研修施設での研修を廃止していたが、15年度から再開し、「グループワーク」など施設の特性を活かした実践的かつ参加・体験型の研修を行っている。また、新たな研修手法としてインターネットを通じて講義コンテンツを配信する遠隔研修を13年度から実施している。

12年に消費者教育推進法が施行され、新たに消費者教育に関する研修の実施が求められたため、相模原研修施設が再開した15年度以降は、「消費者教育に携わる講師養成講座」を対象別に実施するなど、施設の特徴を生かした実践的かつ参加・体験型の研修を実施している。受講対象者は大学生・大学院生や教員に加え、消費者教育コーディネーターや相談業務に就いていない消費生活関連の有資格者などに広げている。

さらに22年４月施行の改正民法による成年年齢引下げに向けて策定された「若年者への消費者教育推進に関するアクションプログラム」において、当センターにも若年者への消費者教育の担い手となる教員などへのさらなる研修の実施が求められたことから、19年度からは、「教員免許状更新講習」を実施する大学に講師を派遣し、免許状を更新するタイミングの教員に消費者教育を学ぶ機会を提供している。

相談員の資格試験事業に関しては、14年６月に消費者安全法が改正され、「消費生活相談員」の職が法律上明確に位置付けられ、その要件として「消費生活相談員資格試験」が規定された。当センターは、15年度に登録試験機関として内閣総理大臣の登録を受け、16年度より登録試験機関として実施している。

なお、この「消費生活相談員資格試験」は「消費生活専門相談員資格認定試験」を兼ねて

いる。

調査研究事業では「国民生活動向調査」を13年度まで実施し、14年度以降は特定テーマに関する調査研究を実施している。

○相談情報部門

11年３月31日の「直接相談」の廃止以降、各地センターへの支援として開始した「平日バックアップ相談」（11年６月20日）や「お昼の消費生活相談」（13年７月29日試行的開始）の開設のほか、国際化する消費者問題に対応するため、消費者庁の調査事業として始まった越境消費者センターの事業移管（15年６月１日）、訪日観光客消費者ホットラインの開設がある（18年12月３日）。

越境消費者センターは、消費者庁が11年11月１日より「越境取引に関する消費者相談の国際連携の在り方に関する実証調査」の一環として開設し、海外ショッピングでトラブルに遭った消費者からの相談受付を開始した。相談件数が年々増加する（11年度：約780件（５カ月間）、12年度：約2,500件、13年度：約4,500件）一方で、①多様化・複雑化する相談に対応可能な体制整備の必要性、②海外機関からの信頼を確保するための事業の恒常化、③消費者への啓発・注意喚起の必要性、が認識されてきたため、これらに対処するため、15年度に国民生活センターに移管して実施することとなった。移管後、海外連携機関の拡大に努め、20年８月末現在で、海外連携機関数は15機関となっている。

訪日観光客消費者ホットライン開設の背景には、2020年に東京五輪・パラリンピック開催が決まり、訪日外国人旅行者は更に増加する見込みであったことや、それに伴い日本国内の訪日外国人旅行者の消費者トラブルも増加が想定されたこと、観光立国推進基本計画（17年３月28日閣議決定）において「訪日外国人旅行者の国内における消費活動に係る相談体制を整備する」とされたことなどがある。訪日窓口では、三者間通訳サービスを利用して、英語、中国語、韓国語、タイ語、ベトナム語および日本語の計６カ国語での相談受付を開始し、20年４月には、フランス語を追加し７カ国語での対応を可能とした。

○商品テスト部門（危害情報業務含む）

10年代の商品テストは、13年度からスタートした第３期の中期計画に基づき２つの商品テストを実施することとなった。一つは、各地消費生活センター等から依頼のあった「相談解決のためのテスト」、もう一つは、公表を前提とした「注意喚起のための商品テスト」である。

また、後述の消費者庁との共同事業「医療機関ネットワーク事業」（10年11月開始）も10年代の新たな業務である。

さらに、14年８月に国民生活センターの単独事業としてホームページ上に医師からの事故情報受付窓口（愛称「ドクターメール箱」）を開設し、情報提供に役立てている。

○ＡＤＲ部門

09年４月から制度の運用を開始してから10年が経過した。申請件数はほぼ毎年度増加しており、19年度では年間200件を超える申請件数となった。

紛争解決委員会では、消費生活センター等の相談現場のあっせん等に資するための情報提供をはじめADR制度に関する研修会、他のADR機関との連携も積極的に行っている。

○適格消費者団体支援部門

国民生活センターの７つ目の業務として特定適格消費者団体支援業務が新たに加わった。17年５月26日に独立行政法人国民生活センター法等の一部を改正する法律案が成立し（６月２日公布）、特定適格消費者団体が、財

産の散逸・隠匿のおそれがある悪質事案において特定適格消費者団体が行う仮差押えに係る担保を立てる業務を国民生活センターができるようになった。

直近では、20年６月８日、特定適格消費者団体である埼玉消費者被害をなくす会が給与ファクタリングを行う業者に対し共通義務確認訴訟（被害回復訴訟）を提起し、同団体から立担保援助要請を受け、支払保証委託契約による立担保援助を実施した。

〇総務・企画部門

消費者問題の中核的実施機関として、定められた中期目標を達成するため、中期計画、年度計画の策定等を担当している。また、10年代では、国民生活センターの在り方に関する議論や政府関係機関の地方移転(徳島オフィスの開設)等についての対応を行った。

５．消費者庁と国民生活センター

消費者庁の創設とともに施行された「消費者安全法」において、国民生活センターについては、都道府県及び市町村に対し必要な援助を行うことや、消費者庁が行う消費者事故等の情報の集約・分析・公表に関して緊密な連携･協力を行う等の内容が規定されている。消費者問題がますます複雑･多様化する中で、消費者被害の未然防止・拡大防止のため、消費者庁との緊密な連携の下、情報の収集・提供等を行っている。

消費者庁と連携して実施している事業としては、「事故情報データバンク」の整備･運用があり、10年４月より運用を開始した。国民生活センターはシステムの構築・運用を担当している。

このほか、消費生活において生命または身体に被害が生じた事故を、事業に参画する医療機関から収集し同種・類似事故の再発・拡大防止を図ることを目的とした「医療機関ネットワーク事業」を共同事業として10年11月にスタートした。19年度は、24の医療機関が参画し、5,239件の基本情報及び230件の詳細情報を収集、４件については現地調査等の追跡調査を実施し、消費者庁へ情報提供した。

さらに、11年３月に発生した東京電力福島第一原子力発電事故の影響による消費者からの不安の声を踏まえ、地方公共団体に食品等の放射性物質検査機器の貸与事業を消費者庁と共同で実施している。

日常の情報共有としては、財産事案や生命身体事案に関して定期的に会議を開き、消費者に同種被害が多数発生している事例や深刻な被害事例について情報共有を図っているほか、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っている。

消費者庁が行う注意喚起情報への協力として、当センターのウェブサイトやメールマガジン等でも随時紹介しており､19年度は810件行った。

６．2010年代の主な消費者問題

(1) 多発する災害、新型コロナウイルス感染症への対応

この10年、地震や豪雨など災害が日本各地で発生し、それに便乗した悪質商法が多数発生している。国民生活センターでは、被害の状況に応じて、消費生活相談の実施が困難な地域への支援に取り組んできた。特に、11年３月11日の東日本大震災での経験は、その後の自然災害や緊急性の高い事案発生時に生かされている。

当時の取り組みとしては、阪神大震災をはじめとして過去の震災時に多発した消費者トラブルの事例と消費者へのアドバイスを迅速

にまとめ、３月14日にホームページに特設コーナーを新設して注意情報を掲載した。また、総務省から呼びかけられていたチェーンメールに関する注意情報や中央省庁の震災に関する情報のリンク集を公開した。15日～16日には、保険会社の連絡先を中心とした震災関連の社告を56件掲載し、16日に震災関連の社告がまとめて見られるようにシステムの改修を行った。17日には16日までに受け付けた相談情報をもとに、相談件数や事例を速報として掲載し、携帯版ホームページにも震災に関する注意情報のコーナーを新設し、23日には地方自治体のリンク集を作成した。その後も更新を続け、14日～31日の13日間で、震災に関する消費生活情報については11回更新し、社告は85件掲載した。

３月27日から「震災に関連する悪質商法110番」を実施し、また、被災地への支援として、消費者庁との共同事業として、弁護士、司法書士、建築士及び税理士等の専門家を被災地に派遣する事業等を５月から実施し、さらに食品等の放射能物質検査機器貸与事業も行った。

16年４月14日に発生した熊本地震では、110番の開設と被災地への専門家派遣事業を実施した。具体的には、熊本県弁護士会、熊本県司法書士会、全国消費生活相談員の専門家を熊本県消費生活センター、熊本市消費者センター、熊本市生活再建支援課へ派遣した。

地震のほかに台風・豪雨によっても深刻な被害が発生している。過去の災害時に寄せられた消費者トラブルを振り返ると、住宅修理に関するトラブルに注意が必要である。「保険金が使える」といって住宅修理を勧誘し、解約すると保険金の50％を請求されたり、代金を前払いしたのに着工されないなどのトラブルが全国の消費生活センター等に多く寄せられたことから、国民生活センターでは12年12月６日に注意喚起を行った。しかし、その後も大きな災害が発生する度に同様のトラブルが発生していることから、15年度、18年度にも注意喚起を行った。なお、20年８月５日、消費者庁が保険金申請代行業者や住宅修理を行う５事業者に対し行政指導を行った。

20年１月に中国で新型コロナウイルス感染症が確認されると、２月には日本でもマスク不足や高額での転売などの消費者トラブルが各地消費生活センターに寄せられるようになった。国民生活センターでは、２月28日にホームページ上で新型コロナウイルスに便乗した悪質商法の注意喚起を速報として掲載し、その後、随時情報提供を行っている。また、新型コロナウイルスに関する特別定額給付金を狙った消費者被害の未然防止・拡大防止の観点から、５月１日に「新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン」を開設した。

(2) なくならない危害

危害に関する相談件数は、取引関係に比べれば少ないものの、被害の程度によっては後遺症が残るなど深刻な被害が発生する。この10年間においては、11年４月に危害情報室が商品テスト部に移ったことにより、商品テスト部の強みを活かした、消費生活に関する幅広い知見を活かした調査、分析を踏まえた情報提供を行っている。

10年代において、商品に関する危害情報として、多数の被害を出した事案といえば、11年「旧茶のしずく石鹸」が挙げられる。当時、食品の小麦アレルギーはよく知られていたが、消費者にとっては石けん類により口から摂取する小麦に対するアレルギーが発症するとは思いもかけないことであった。相談者の中には、重篤なアレルギー症状を引き起こしたり、小麦製品を食べられなくなったりし

て生活に支障をきたしている人もいるなど深刻な被害であった。

国民生活センターでは、11年７月と９月に危害の発生状況について公表を行ったが、報道で回収情報を知った消費者が多数いることが明らかになり、国民生活センターから事業者に対し、回収について消費者へ周知することや消費者対応窓口の整備を図ることなどを要望した。被害発生後の事業者の消費者対応の不適切さが問題となった事案であった。事業者には事故の原因と今後の対策等について、迅速な消費者への情報提供等適切な対応が求められる。

子どもの事故も後を絶たない。14年には「ボタン電池の誤飲事故」「ペダルなし二輪遊具による坂道の事故」「首掛け式浮き輪の事故」について情報提供を行った。ボタン電池の誤飲事故については、経済協力開発機構（OECD）が16の国と国際機関とで連携して取り組む「ボタン電池の安全性に関する国際啓発期間」の一環として、消費者庁と連名で公表を行った。さらに公表後に国民生活センターは、業界・事業者に対し、安全な構造の商品開発を要望した。

15年３月には「洗濯洗剤カプセル／パケットに関する国際啓発キャンペーン」の一環として、消費者庁と連名でパック型液体洗剤の誤飲に関する注意喚起を行った。また、同年10月には、医療機関ネットワークから、インテリアやディスプレー等に使用する水で膨らむボール状の樹脂製品（高吸水性樹脂製品）の誤飲により十二指腸閉塞を起こした事例が寄せられたことから注意喚起を行った。

17年11月には、ここ数年で新たに販売されている電気的にヒーターで加熱などして吸う、新しいタイプのたばこによる乳幼児の誤飲事故、19年11月には、木製ベビーベッドの収納扉が不意に開き乳児が窒息する重大事故やベビーカーの転倒による乳幼児の事故、20年３月には、おむつ交換台からの子どもの転落事故に関しての注意喚起を行った。

(3) プリカ詐欺、仮想通貨、後払いサービス

ここ数年で新しい決済手段の仕組みを悪用した消費者トラブルも増えてきた。まず一つにプリペイドカードを不正に取得しようとする悪質業者とのトラブルが14年頃に全国の消費生活センター等に寄せられるようになった。サーバ型のプリペイドカードは匿名性が高いサービスであるため、誰がチャージ（購入）し、利用したのか分からないカードである。そのため、いったん、相手にカード番号を伝える等して渡したバリュー（価値）を取り戻すことは大変困難であることから、14年11月に注意喚起を行った。同年には、キャッシュレスでの買い物に関するトラブルの問題点、課題などを洗い出すため「キャッシュレスでの買い物110番」を実施した。15年３月には、同様のトラブルが複数寄せられ、トラブルの拡大が懸念されたため、「プリペイドカードの購入を指示する詐欺業者にご注意!!」を公表するとともに、15年３月26日から５月末日までを「プリカ詐欺撲滅強化期間」として設定し、一般社団法人日本資金決済業協会とも連携して、ホームページに特設コーナーを設置や、啓発チラシ（ポスター）の作成、啓発キャラバン隊の結成を通じた啓発を行った。

15年には、いわゆる仮想通貨（暗号資産）をめぐり、投資や利殖をうたってその購入や契約を勧める勧誘トラブルが高齢者を中心に増加してきた。仮想通貨は、資金移動や決済手段として利用されていたが、寄せられる消費者トラブルは、仮想通貨そのものを投資の対象として購入させるケースや仮想通貨が実際に引き渡されているかどうかが確認できて

いないケース、また、劇場型の悪質な勧誘によるトラブルもみられたことから16年２月に注意喚起を行った。17年３月には知人からの勧誘やセミナーでの勧誘によってトラブルに遭うケースも寄せられたことから再び仮想通貨に関しての注意喚起を行った。17年は「仮想通貨元年」と言う人もいるほど、仮想通貨の価格が高騰し、日本の仮想通貨取引所における取引量も増え、テレビCMも出すなどの盛り上がりをみせた年であった。法整備に関しては、17年４月より改正資金決済法によって仮想通貨（法律上、暗号資産と呼称）の暗号資産交換業の登録が必要となった。しかし、その後も相談は増え、18年４月に「仮想通貨に関する様々なトラブルにご注意」を公表した。本公表では、法改正で登録が必要となった仮想通貨交換業者に対する苦情についても寄せられていたことから、業界団体に対しての要望を行った。

これらのほか、近年では、オンラインショッピングの支払手段として、「コンビニ・銀行・郵便局支払」などの後払いサービスが消費者にとって身近なものになっている。「お試し」定期購入の決済手段として利用されていることが多く、消費生活相談の現場において同サービスの問題点が浮き彫りになってきた。消費者の支払い能力を超えた請求がされているケースや消費者トラブルへの対応が不十分などの問題点が見られたことから、20年１月に同決済サービスに関する資料「（特別調査）消費者トラブルからみる立替払い型の後払い決済サービスをめぐる課題」を公表した。本件に関しては、後払い決済サービス事業者に対し、消費者が支払うこととなる総額を分かりやすく表示することなどの要望を行った。

(4) 預託商法、定期購入トラブル

85年に社会問題となった豊田商事事件に代表されるいわゆる「販売預託商法」については、その後も繰り返しトラブルが発生してきた。10年代を振り返ると、国民生活センターが情報提供を行った事案では、和牛オーナー制度を運営する安愚楽牧場がある。11年８月９日に安愚楽牧場が東京地方裁判所に対し民事再生手続開始の申立てを行ったところ、同社に関する相談が全国の消費生活センター等に多数寄せられた、契約している消費者から「業績不振を伝える通知が届き解約したい」などの相談が寄せられた。11年８月18日の時点ですぐにトラブル速報（第１弾）として安愚楽牧場代理人弁護士から入手した債権者説明会などの情報を取りまとめ、情報提供を行った。その後、同社と契約していた消費者に対して、被害を回復するとかたって別の金融商品の購入などを勧める、いわゆる「二次被害」に関する相談が、寄せられ始めたことから、11月14日にトラブル速報第3弾で注意を呼びかけた。

このほか、特設電話相談を実施した事案としてジャパンライフがある。17年12月15日に消費者庁が、家庭用永久磁石磁気治療器の連鎖販売業者及び預託等取引業者であるジャパンライフに対し４度目の業務停止命令が行われ、また年末直前になり、銀行取引が停止されて事実上倒産したとの報道がなされたことから、年末年始にどこにも相談できず不安をかかえる消費者に助言等を行うため、17年12月29日から18年１月３日までの期間に特設電話相談を実施した。６日間で273件の相談が寄せられた。

こうした古くからある商法によるトラブルとは別に15年度から増加しているトラブルとして定期購入契約のトラブルがある。ホーム

ページやSNS等で「健康に良い」「ダイエット効果あり」などとうたう広告を見て、商品を通常価格より安い価格で購入したところ、実際は定期購入契約だったというトラブルで、15年度に急増した。16年６月に「相談急増！「お試し」のつもりが定期購入に！？」と題して注意喚起を行ったが、その後も相談は増え、17年度には１万件を超える相談が寄せられ、11月に再び注意喚起を行った。本公表では、消費者に定期購入が条件であることなどを認識しやすい広告表示等を事業者に要望するとともに、事業者の法違反行為に対しては厳正かつ適切な執行を実施すること等を消費者庁に要望した。

しかし、相談件数は増え続け、18年度には２万件を超え、19年度は3万件近くに増加したため、19年12月に３度目の注意喚起を行った。本件の公表に際しても、事業者に対し、特定商取引法、景品表示法の規定を遵守するよう周知するとともに、違反行為に対しては厳正かつ適切な執行を実施することを要望した。公表後、消費者庁によって通信販売業者への行政処分が行われた。

20年１月、消費者庁において「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」が設置され、消費者の脆弱性を狙った悪質商法への対策強化について検討が行われることとなった。具体的には、悪質ないわゆる「販売預託商法」について、特定商取引法及び預託法の観点から検討を行うとともに、特定商取引法について法執行の強化・迅速化の観点から検討を行われることとなった。国民生活センターもオブザーバーとして松本理事長が同検討会に出席し、第２回（書面審議）でいわゆる「販売預託商法」について消費生活相談の状況と検討事項をまとめた資料を提出し、第４回では、定期購入トラブルについて課題と意見を述べた。

８月19日にまとめられた報告書では、販売を伴う預託等取引契約の原則禁止や「詐欺的な定期購入商法」については規制強化すべきとの内容が盛り込まれた。

(5) 国際化・越境取引

92年度から毎年公表している「消費者問題に関する10大項目」を見てみると、13年に「トラブルの国際化」を取り上げている。「インターネット通販」のトラブルが増加するにつれ、「外国」関連の相談が、当時の公表資料によると13年度に１万件を超え過去最高となった。内容としては、海外のインターネット通販を利用したところ「代金を払ったのに、商品が届かない」「注文した商品とは違うものが届いた」といった相談が寄せられていた。また、14年３月に公表した第41回「国民生活動向調査」でも「くらしと海外」をテーマに、インターネットを使った海外通販の利用状況やトラブル経験を調査など、国際化する消費生活における人々の意識と行動を探った。

15年３月には、越境関連の相談を受け付ける消費生活相談員に対し、「越境消費者取引の相談対応等に関する調査」を実施し、結果を公表した。この調査では、相談員の約９割が、越境消費者取引に関する相談を受け付けた経験があることや、越境取引の相談受付経験がある相談員の約９割が国内取引に関する相談に比べて解決が難しいと感じていることが明らかになった。特に解決を難しくしている要因として、「相手方事業者の連絡先が不明なこと」「言語の問題で相手方事業者に問い合わせができないこと」「契約書面や規約の理解が難しいこと」などが挙げられた。国の機関に期待することでは、「情報提供やアドバイスの充実」「海外事業者とのあっせん」「消費者への注意喚起」「翻訳サポートの充実」な

どが挙げられた。

こうした意見を踏まえながら、CCJが当センター移管後は、消費生活相談員専用のホットラインも設け、各地センターへの支援を行っている。

CCJに寄せられた相談の傾向としては、15年度以降、「解約トラブル」が最も多いトラブル類型であり、内容をみると年度により増減はあるものの「PCソフトウェアの解約トラブル」は相談が寄せられているほか、19年度では、前年度と比べ、チケットの転売仲介サイトで購入したチケットの解約に関する相談や渡航認証の電子申請に関する相談が増加した。19年９月に消費者庁は、各地消費生活センターやCCJに多く相談が寄せられたチケット転売の仲介サイト「viagogo」について消費者安全法に基づく注意喚起を行った。

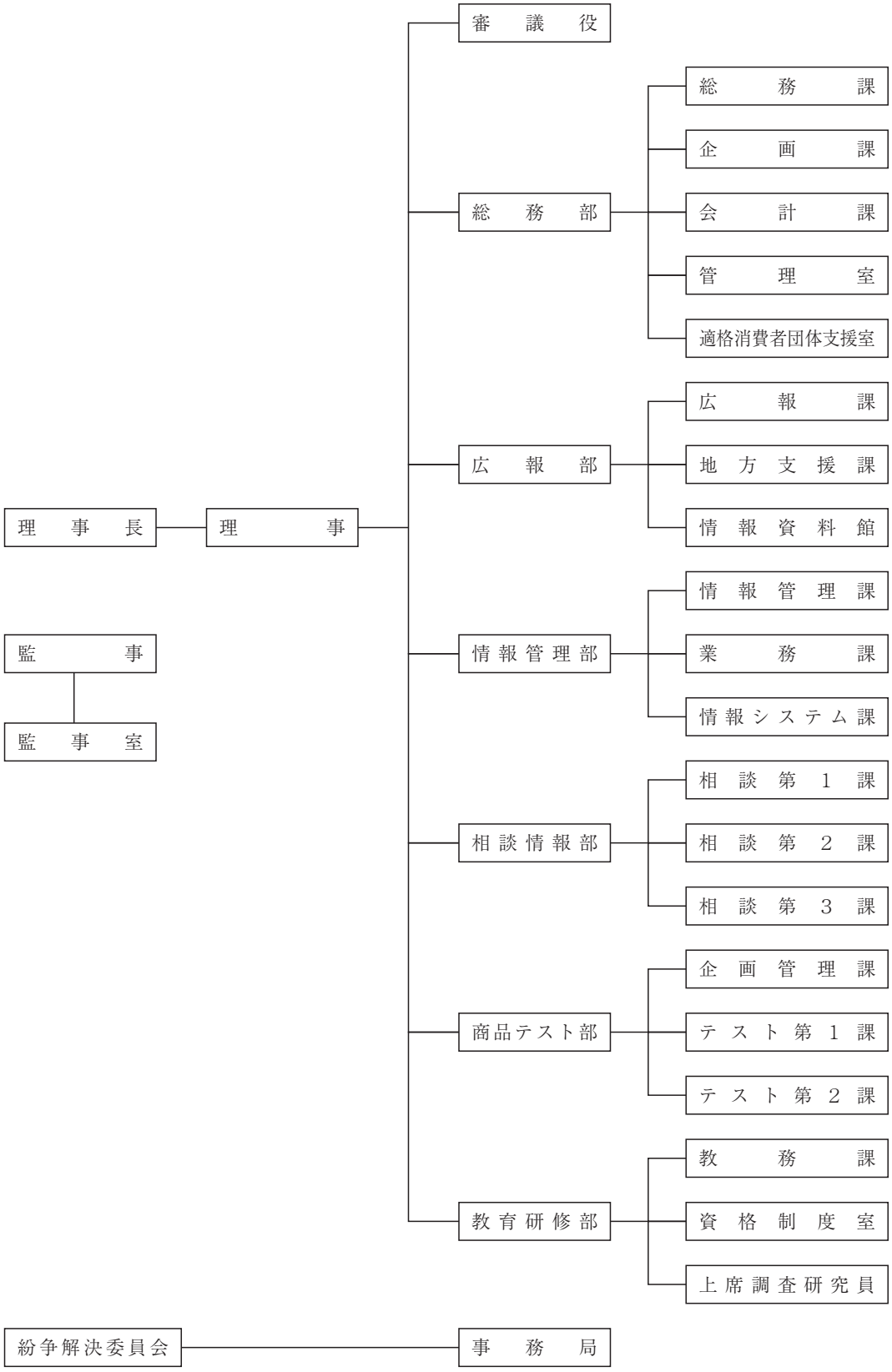
こうした越境消費者紛争への対応とは別に、当センターは18年12月３日に「訪日観光客消費者ホットライン」を開設した。訪日観光客からの相談では、旅行中の消費者トラブルに関するものが中心となり、主に「宿泊関連」「外食関連」「買い物関連」「移動手段関連」の４つが訪日観光客の典型的な相談内容となっている。寄せられる相談の特徴としては、居酒屋での「お通し」のトラブルに見られるように文化･習慣の違いに起因するもの、レンタカーの契約や特に事故時の対応など重要な部分の説明について意思疎通が十分にできなかったことが原因とみられるものや、宿泊予約サイトにおいて翻訳する過程で意味やニュアンスが変わってしまったケース、外国人ツアーガイドによる虚偽の説明により高額な健康食品を買わされてトラブルになっているケースなどが特徴としてみられる。訪日窓口では、これから日本を訪れる観光客向けに情報提供をする必要があることから、日本政府観光局（JNTO）に海外向けの情報展開の協力を要請した。

また、窓口開設時には周知のために、リーフレット・チラシを作成し、大使館、観光案内所、警察関係、道の駅、日本ホテル協会、タクシー関係、レンタカー関連、主要国際空港のTICカウンターなどに配布を依頼したほか、JNTO外国語サイト、自治体、観光団体等のサイト、中国旅行口コミサイトに広告掲載するなどの取り組みを行った。

第２部

業務編

組織図（令和２年４月１日時点）



総務業務

Ⅰ　創立から20年

1　組織の変遷と人員の推移

(1) 組織の変遷

国民生活の安定、向上に寄与するため総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うことを目的に設立された国民生活センターは、国民生活センター法第18条の各号に掲げる業務を遂行する具体的組織として、総務部、普及部、相談部、調査研究部及び情報管理室を設置し、70年10月４部１室体制で発足した。

管理部門の総務部には責任と権限を明確にするため総務課及び経理課の２課を置いた。事業部門の普及部以下の３部１室においては、消費者への柔軟な対応と消費者情報の収集・提供がスムーズに行われるための組織という観点から部（室）制を敷き、各部（室）にはスタッフ的立場の調査役を配置した。調査役は、部（室）長とのパイプ役として機能しつつ、部課制による縦割りの弊害をなくし各部（室）業務の効率的な執行に寄与する機構として位置づけられた。

72年には、東京都港区高輪（現住所地）に国民生活センター事務所が完成し、これを期に組織の本格的な拡充が図られることとなった。国民生活センター法が国会で可決された時、衆議院においては、商品の試買テスト等を積極的に実施するよう、また参議院においては、自主独立の商品テスト機関を設置するようにとの附帯決議がなされていたが、これを実現する形で72年７月、新たに試験室を設置した。これにより、国民生活センターは自前の商品試験機能を保有することとなった。

続いて73年８月には、各部室単位で行われている国民生活に係る情報提供を総合的な立場で企画・立案するため、総務部に企画室を設置した。

これらにより国民生活センターは情報提供機関としての体制を確立した。以後、75年には企画室を企画調整室に改称し、国民生活センター業務の企画立案に加え、各部で個々に実施している業務の総合調整を行うこととし、部室間の連携、強化をはかり、また76年には、情報管理室を情報管理部に昇格させ、多様化する国民生活に関する情報の収集、処理、分析及び提供業務に対応する体制整備を行う等、組織の改革整備に務めた。

76年11月に開催された第9回消費者保護会議において我が国における消費者危害の予防と拡大防止を図るため危害情報システムの確立が必要であるとされた。また、すでにアメリカではNEISS（National Electronics Injury Surveillance System全米電算機人身危害監視システム）が開発されており、またイギリスにおいてもHASS（Home Accident Surveillance System家庭事故監視システム）が設立され商品関連の人身危害についての情報収集体制を構築していた。

これらを踏まえ、78年４月に総務部内に危害情報室を設置し、消費生活センター及び全国９病院からの危害情報の収集を行うこととした。危害情報は、本来全国の消費生活センターのネットワークの中で行っている相談業務とも関連性が強いが、病院からの情報収集業務及び情報の分析評価の業務は、相談業務とは異質のものであること、また病院情報の収集には関係省庁との調整が必要であること

等により異例ではあるが総務部に置くこととした。

74年の石油ショック以降、我が国の経済は高度成長から安定成長へ移行し、資源制約のもと、省資源、省エネ商品の開発に一段と拍車がかかり、商品の多様化、高度化がいっそう進んだ。このため、消費生活上の安全を確保し、消費者の商品選択に資するための体系的な情報提供体制の整備が急務となった。

76年５月閣議決定された「昭和50年代前期経済計画」においては商品・サービスの安全性や合理的な商品選択の確保等についての具体的施策を期待して計画がたてられた。また、ドイツの商品テスト財団、フランスの国立消費研究所、イギリスの消費者協会、アメリカの消費者同盟等欧米先進諸国においては本格的商品テスト機関を有し、体系的な生活技術情報の提供を行っていることに鑑み、国民生活センターにおいても試験機能の拡充が行われることとなった。

一方、我が国における経済社会の急速な発展に伴い消費者問題も複雑化、多様化し、かねてより行ってきた研修業務も一層の体系化が必要となった。基礎的知識の習得から専門的知識の習得へ、さらには消費者問題全般にわたっての総合的視野を持つためには、一貫した体系的教育･研修を行い、行政、消費者、企業において指導的役割を果たす人材の養成が急務とされた。

以上を踏まえて、79年10月商品テスト・研修施設の全体管理機構として総務部内に次長及び管理連絡室を設置、さらに試験室を大幅に拡充して、体系的な生活技術情報の提供を行う組織として商品テスト部に改称、また従来普及部が行ってきた消費者問題の教育・研修業務を独立させ、新たに研修部教務課を設置した。

80年４月には、上記の組織を神奈川県相模原市に建設された商品テスト・研修施設に置くこととした。更に、商品テスト情報及び各事業部門において収集された生活関連情報を直接一般消費者に提供するための商品テスト誌『たしかな目』を創刊することとし､編集、発行、販売を行うため80年４月に商品テスト誌出版室を設置した。以後、86年まで７部３課４室体制となった。

81年３月、第二次臨時行政調査会が発足し83年１月同調査会第四部会は、特殊法人の合理化、活性化の視点から国民生活センターについて次のような答申を行った。

「国民生活センターの業務については､地方公共団体等のネットワークの中核として必要な機能に純化することとし、地方公共団体等との業務の重複を避ける等の見地から自ら実施している苦情相談事業、普及啓発事業、試験検査事業、商品テスト誌出版事業等を整理縮小し、これに伴い組織についても整理縮小する。」これを受け､84年12月29日「行政改革の推進に関する当面の実施方針について」が閣議決定されたことにより､86年4月商品テスト誌出版室を普及部に統合、総務部危害情報室を相談部に統合し、相談・危害情報部とする組織の整理縮小を行い、以後7部3課２室体制となった。

(2) 人員の推移

70年発足時は、会長（非常勤)、理事長、理事２名、監事２名（内１名非常勤）の役員６名体制でスタートし、同年度中に理事が２名増員された。翌71年度には理事が１名増員され、同年度末定員は9名となり、以後、９名体制となった。

ただし、79年12月18日「特殊法人の役員について」が閣議了解され、省庁ごとに主管法人の常勤役員総数の少なくとも1割を縮減す

ることとされたことから、83年度から常勤役員（理事）を１名縮減し、非常勤役員に、更に83年８月25日「行財政改革に関する当面の基本方針」が閣議決定され、特殊法人の常勤役員の定数については84年度までの間に常勤役員総数のおおむね２割を縮減することとされことから、85年度において常勤監事１名を非常勤とした。

発足時における職員構成及び職員数は、部長４名、室長１名、課長２名、調査役７名、一般職員42名計56名であった。

以後、組織機構の拡充に伴い71年度には25名、72年度には19名の増員が認められ、同年度末には100名の定員となった。一方､閣議決定に基づく「定員削減計画」により、72年度以降毎年１ ～ ２名の計画削減が行われることとなり、定員増に対する一定の歯止めがかけられた。そのため78年度末まで、おおむね100名程度の定員で推移することとなった。

79年度には商品テスト・研修施設の開設に向け、商品テスト部及び研修部要員を中心に大幅な定員増（22名）が認められ、年度末定員が127名となった｡引き続き施設の整備に伴い80年度の商品テスト誌出版室要員を含め82年度末までの３年間で15名の増員が認められたが、80年度には全特殊法人統一査定による定員削減６名を受けたため、各年度の計画削減と相まって純増は７名にとどまった。

82年度末における職員構成及び職員数は、部長７名、次長１名、室長４名、課長３名、調査役12名､一般職員107名計134名であった。

86年度には、第二次臨時行政調査会の答申に基づく組織の統合に伴い、定員及びポストの縮減が行われた。89年度末の職員構成及び職員数は部長７名、次長１名、室長２名、課長３名、調査役16名、一般職員98名計127名であった。

(3) 予算について

20年間の国民生活センター予算は、大きく変動した

これは、とくに1970 ～ 71年度・72 ～ 83年度において、施設等取得のための出資金が計上されているためであり、出資金を除くと、70年度発足から81年度までは比較的順調な伸びを示した。

その後、政府の財政再建計画の実施による影響により、政府からの交付金が82年度にゼロシーリング対象となったのをはじめ、83年度以降事業費を含む経常経費のマイナスシーリングが90年度まで続いた。しかし、全体の予算規模から見ると、自己収入の増加もあって若干の増減はあるものの83年度とほぼ同程度の状態で推移してきた。

収入面からみると、年々増加していた交付金収入は､82年度をピークに減少し続けたが、事業収入等の自己収入では、増収対策を積極的に講じ、81年度以降着実な伸びがあり、予算規模の確保を図った。

支出面では、創立以来年々増加していた事業費が、82年度で頭打ちとなった。その後、毎年度スクラップとビルドを行った結果、全体としてはやや縮小傾向となった。

２　総務部門の業務等

(1) 企画調整業務

国民生活センター発足当初、現在の企画課の業務は総務課で行っていた。その後1971年７月20日に部内限りで､「企画室」が設置され、73年８月に正式に企画室が設置された。

企画室の業務（当時）は、①業務の基本方針、総合的事業計画の作成などの全般にわたる業務の企画、立案、②業務運営の基本方針の明確化、基本方針に沿った業務の調整などとされ、具体的には、①役員会、常勤役員会、

部長会議の運営に関する事務、②経済企画庁との連絡の調整、消費者団体との連携（生活問題研究会等）、新聞発表の内容、③運営協議会、地方との連携、マスコミとの連携（窓口）であった。

その後、創立から２～３年の間に国民生活センターの窓口へ寄せられる苦情・相談も急激に増加するようになり、こうした状況下で、国民生活センターの役割がますます重要になった。各部事業も整備され、消費者への情報提供機能の充実が進むにつれて、各部室間の連絡調整等の比重が次第に増し、関係省庁、外部団体等との連絡、連携、交流も頻繁に行われるようになった。また、消費者問題の新しい側面に対応するための組織作りや情報提供の方策などを積極的に推進する総合調整機能も拡充した。このような背景の下に75年6月「企画室」は、その業務の変化や役割・機能の充実に応じて「企画調整室」と名称を変えた。

(2) 経済社会の変化に対応した業務の見直し
――今後の業務運営の指針――

「各法人における中長期計画の策定状況に関する調査」（総務庁、86年）を契機として、国民生活センターの中長期計画の策定に着手することとなった。

特に、国民生活センターは設立以来、国の消費者保護政策に沿いつつ、消費者のための情報提供、調査研究等の事業を実施して来た。また、消費生活センターや消費者関連諸機関に対しても情報提供機関として中核的役割を果たして来た。しかし、経済社会情勢の変化に伴い国民生活センターを取り巻く環境は、著しく変化するようになった。政府の行財政事情と国民生活の将来動向を予測し、発足以来の業務全般を抜本的に見直し、かつ先見性のある中期的展望のもとに新たな事業へ積極的に取組んでいく必要性が生じて来た訳である。こうした認識のもとで、社会経済の変化に即応しつつ、消費者ニーズの変化に対応した適切な業務を遂行していくために「今後の業務運営の指針」（87年２月24日）を決定した。「消費者被害早期警戒システム」の導入、「PIO-NET」の拡充、「国際化」への対応、月刊新『国民生活』、『消費生活年報』の発行等の業務は、その具体的な成果である。さらに、国民生活センターの業務形態に応じた中期の総合的事業計画の策定等について、検討が重ねられた。

(3) 国際化への対応

生活問題、消費者問題という新しい分野での業務を遂行して行く上で、欧米等先進諸外国の情報を収集することは、国内の問題に取り組む上でも重要であった。71年に「国際家政学会」に加盟したのを始めとして、78年「国際消費者機構」（IOCU）、87年「アメリカ消費者利益協議会」（ACCI）の会員となり、各種情報の提供を受けた。

また、各部業務を具体的に支援する形で「OECD,CCPおよび欧州テスト機関調査」（76年）、「アメリカの危害情報システム調査」（76年）、「海外商品テスト機関調査」（77年）、「消費者被害救済制度調査」（77年）等を実施した。

さらに、78年「IOCU世界大会」（イギリス）、87年「IOCU世界大会」（スペイン）、88年「海外における消費者問題、生活問題に関する資料収集、情報交流」（アメリカ合衆国、カナダ）、90年「東南アジア諸国の消費者行政機関との情報交換」（タイ、マレーシア、インドネシア、シンガポール）など職員の海外派遣を通じて消費者問題関連機関等との情報交流、人的交流を図った。

国民生活センターは英文名Japan Consumer

Information Centerを用いており（当時）、この名は海外の消費者関連機関にもよく知られるところとなっていたが、80年代から、日本の消費者保護政策、国民生活センターの組織、活動内容、国内関連団体等に関する問い合わせが海外から急増してきた。

こうした需要に応えて、82年に国民生活センターの活動状況を中心として解説した英文誌『Information Guide』を発行した（87年改訂版発行）。また、89年９月には日本の消費者政策について解説した海外向けの資料が乏しいことから『Consumer Policy in Japan』を発行し、諸外国の消費者関連機関等から好評を得た。

80年代後半には諸外国でも消費者保護に関する政府の関心が高まり、とくに韓国では82年に制定された消費者保護法をより強力なものに改正する動きが活発化した。その後、86年に消費者保護法が改正され、翌年「消費者保護院」が設立された。この設立のために国民生活センターでは資料提供、情報提供、調査団の受け入れなど全面的な協力を行った。

89年には国際化業務をより充実させるために、総務部に国際情報室を設ける準備を始めた。その一環として同年８月より海外の消費者情報を国内に紹介するために月刊『海外の消費者情報』を発行し、90年２月からは日本の消費者関連情報を海外に紹介する季刊『JCIC NEWS』を発行した。

90年４月に国際情報室（部内限り）を設置し、同年６月には「国連アジア・太平洋消費者保護セミナー」（タイ）へ職員を派遣した。

Ⅱ　1990年代

1　組織の変遷と人員の推移

(1) 組織の変遷

90年４月以降、総務部（企画調整室、総務課、経理課、管理連絡室）、普及部、相談･危害情報部、情報管理部、調査研究部、商品テスト部及び研修部（教務課）の7部体制で業務を行った。

政府は94年10月、特殊法人の見直しに着手し、95年２月の閣議決定では、「国民生活センターについては、製造物責任法の施行に伴う総合的な消費者被害防止・救済策の推進のための機能、規制緩和の下での消費者の自立を支援するための機能に重点を移すとともに地方公共団体の中核としての機能に純化する。（中略）また、組織の再編については、平成7年度中に組織の抜本的見直しを行い、部の統廃合を進める。」とされた。

同年７月にはPL（製造物責任）法が施行され、当センターは製品事故の原因究明機関としてPL法の実効性確保に向け大きな役割を担うことになった。

97年４月には、中長期的観点からみた当センターのあるべき姿を視野に入れ、効率的･効果的な業務運営の実現を図るとともに、外部からみて業務内容がわかりやすい組織構成・名称にすることを基本に次のような組織再編を行った。

総務部を総務企画部に名称変更し、総務課（従来どおり）、企画広報課（旧･企画調整室）、調査室（旧・調査研究室）の２課１室体制とした。

その目的は、調査・調整機能を従来以上に企画業務に反映させることにより企画機能の強化を図るとともに、積極的な情報提供を進めるための広報活動を一体化させ、強化する

ことにあった。

PL法の施行以降、商品テスト・研修施設の拡充に伴い、日常の業務執行面での機動的対応と管理面の強化のため、独立した管理体制を確立する必要から総務部経理課を発展的に解消し、新たに経理管理部を設置し、１課１室（経理課、管理連絡室）体制とした。

情報管理部から比較情報業務、統計業務及び図書資料業務を総務企画部に移管し、相談・危害情報部から危害情報業務を情報管理部に移管し、名称を消費者情報部とした。

相談・危害情報部からは、さらに消費者苦情処理専門委員会事務の業務を総務企画部に移管し、相談業務に特化させることとし、名称を相談部とした。

人的・物的ネットワークを活用して情報交流にも重点を置いた業務展開を図るため、普及部を普及交流部に改称した。

消費者問題から、より幅の広い生活問題へと視野を広げ学術的かつ長期的な研究を行うとともに、この研究成果を研修にも活用していくため、研修部に研究機能を加え、研修生活研究部と改称した。

00年度には、経理管理部に会計課を新設し、予算と決算を分離し業務の責任分担を明確にした。

(2) 人員の推移

90年代の役員は、会長（非常勤）、理事長、理事５名（うち１名非常勤）、監事２名（非常勤）の役員９名体制で推移した。

職員は、90年度末定員は127名で、毎年度定員削減計画により１名の計画削減があったものの、95年度にPL（製造物責任）法が施行され、PL法の実効性確保に向け当センターが製品事故の原因究明機関として大きな役割を担う必要があり、原因究明テストの体制整備を図るため５名の増員が認められたことから99年度末は130名の定員であった。

(3) 予算の推移

90年代の収入支出予算は、90年度に2,133,113千円であったものが、99年度に894,130千円増（41.9％増）の3,027,243千円となり、事業費も90年度に707,078千円であったものが99年度には1,080,302千円と373,224千円増となった。これは、92年度から93年度にかけて消費生活相談の増加に伴うPIO-NET機能および危害情報の収集病院の拡充に伴う経費の増、93年度から94年度にかけての原因究明テスト体制の強化に伴う交付金収入の増によるものであった。

２　総務部門の業務等

(1) 企画広報業務

97年４月の組織改正で、企画調整課が企画広報課となり、従来、業務の企画立案及び総合調整、業務の企画立案及び総合調整に必要な調査、事業計画の作成、運営協議会、関係省庁その他外部との連絡・調整、広報等であったが、これに、情報開示、国際関係業務、LANシステムの運用・管理、国民生活に関する情報（他の部室に属するものは除く。）の収集・処理・分析・提供、国民生活に関する図書資料の収集及び閲覧、消費者苦情処理専門委員会、消費生活相談員の資格認定等が業務として加えられた。

国民生活に関する情報の収集業務、図書資料の収集・閲覧業務は情報管理部（現・広報部）から、消費生活相談員の資格認定業務は研修部（現・研修生活研究部）からそれぞれ業務が移管された。

広報に関しては、従来、毎月一回の定例記者説明会を開催し、商品テスト結果や調査結果などを公表してきたが、当センター内部で組織した長期業務計画委員会の報告を踏まえ、

99年４月より企画広報課に広報担当調査役を置き、広報体制の強化を図った。また、毎月一回の記者発表以外にも随時、発表を行うこととし、地方紙51紙に対して記者発表資料を直接送付することとした。

情報公開については、国民生活センターが保有する消費生活相談情報の活用が求められていることから、特殊法人の情報公開制度の導入を待たずに、その開示を検討し、00年５月16日に情報提供規程を定め、積極的な情報の提供と開示に努めた。

また、従来から、運営協議会において、業務運営の基本方針及び事業計画に関し学識経験者等から意見を聴いているが、さらに97年度より、業務に係る重要事項の審議並びに業務の評価及びチェック機能を強化するため、外部の有識者からなる生活問題基本委員会を設置した。

(2) 国際業務

国際関係業務では、海外向け情報提供として、90年度より「JCIC NEWS」を年４回発行し、国民生活センターの活動、相談統計や消費者政策の動向を英文で紹介した。これは諸外国の消費者関連機関、国際機関、在日大使館及び参考資料として、各地の消費生活センターにも配布した。

一方、海外の情報を国内に伝えるために、「今月の国際情報」を88年度より作成し、マスコミ等に配布している。内容は海外の商品テスト記事、消費者団体の活動状況、消費者関連政府機関の活動の紹介等であった。

また、海外からの来訪者も受け入れるとともに、毎回職員をCI（国際消費者機構、旧IOCU）世界大会、消費者関連機関主催の国際会議などに派遣した。CI大会は、第13回大会が香港（91年）、第14回がフランス・モンペリエ（94年）、第15回がチリ・サンチャゴ（97年）で開催され、それぞれ職員を派遣し、情報の収集・交換に努めた。00年11月には第16回大会が南アフリカのダーバンで開催され、職員１名を派遣した。

99年12月には第一回日韓消費者フォーラムを韓国消費者保護院とともにソウル市で開催し、糠谷理事長他が参加した。01年には日本で第二回日韓消費者フォーラムの開催をした。

(3) 調査業務

国民生活に関する情報収集は、「国民生活動向調査」「サービスの比較情報」「サービスのデータバンク」についてそれぞれ毎年１テーマを調査し、報告書を発行した。

(4) 情報資料室

図書資料の収集・閲覧業務は、消費者問題を中心とする生活に関する図書・文献を年1,200冊、内外専門誌600誌、商品テスト報告書90件、新聞記事（テーマごとに90分類）等を継続的に収集し、閲覧に供した。

また、71年以来発行していた「生活行政情報」は、00年３月、495回で廃刊し、ホームページ上の生活行政情報URL欄を拡充し情報提供することとした。

(5) 苦情処理専門委員会

95年７月１日に「製造物責任法」が施行されたことを受け、95年10月１日から、苦情処理業務を適切かつ効果的に遂行するため、「苦情処理専門委員会」を設置した（04年度から相談調査部に移管）。この委員会は、消費生活相談員が行う通常の相談処理では解決が困難な事案について、国民生活センター会長からの諮問に応じ、センター会長に対して助言を行う公正中立な性格を持つ委員会であった。

委員は、元裁判官、法律学者、弁護士といった法律専門家と、自動車、家電、化学を専門とする技術専門家の計12名で構成された。

(6) その他

国民生活センターにおけるLANについては、93年度に基本設備を導入した。その後、96年度からはグループウエアの導入に伴い、職員一人に一台のパソコンを配布した。これにより、情報の共有化や情報交流の活性化を進め、業務に活用することとなった。

3　特殊法人の地方移転問題

88年１月22日、東京一極集中を是正し、国土の均衡ある発展を達成するため、都市・産業機能の地方分散により、東京への過剰な依存から脱却する必要があり、その一環として国の機関等の移転について検討し、その推進を図ることが閣議決定された。

この考えに基づき、国の機関等の円滑な移転推進を図るため、内閣に「国の機関等移転推進連絡会議」(内閣官房副長官を議長に国の機関等の移転に関係する省庁の事務次官をもって構成。庶務は内閣官房内閣内政審議室及び国土庁大都市圏整備局が処理）が設置された。

また、連絡会議に幹事会が置かれ、幹事会には、内閣官房内閣内政審議室長、総務庁長官官房長、国土庁大都市圏整備局長、大蔵省大臣官房長から構成される総括部会が設置され、同総括部会では①移転候補機関の選定に関すること、②移転のための財源についての基本的考え方に関すること、③跡地利用についての基本的考え方に関すること、④その他移転の推進の総括的事項に関すること、について検討することとされた。

88年７月19日に「国の行政機関等の移転について」が閣議決定され、東京都区部に所在する行政機関の官署及び特殊法人の主たる事務所のうち業務上東京都区部内に立地することが適当なものを除く国の行政機関49機関11部隊等及び特殊法人30法人が移転対象機関・移転要請対象法人とされた。また、移転のための財源については、跡地処分により賄うことが原則とされ、跡地については財源としての活用を図りつつ、移転の趣旨を踏まえ極力公共・公益的利用を図る等適切な利用・処分を行うとの方針も決定された。

経済企画庁所管の特殊法人として当センターが移転を要請する特殊法人のひとつに掲げられた。

その後、90年８月24日に開催された「国の機関等移転推進連絡会議」で国の行政機関等の移転先地の取りまとめ状況が報告され、それを受けて当センターの移転候補地は政府提案として神奈川県横浜市とされた。

これを受け、当センター内に、常勤理事、総務部長及び総務部次長で構成する「地方移転検討委員会」を設置し移転にかかる諸問題の検討を行うことにした。

91年10月24日に開催された「国の機関等移転推進連絡会議」で今後の国の機関等の移転促進について申し合わせが行われ、特殊法人については「各法人ごとの個別の事情を踏まえつつ、国の機関に準じて移転計画の策定をするよう要請し、その実現に向けて具体的かつ適切な指導を行う」こととされた。

94年度の予算要求で現有土地建物の評価及び移転先地の土地等の調査のための予算を要求し認められた。

95年６月15日に開催された「国の機関等移転推進連絡会議」で国の行政機関等の移転促進のための今後の取り組み（移転計画）の取りまとめが行われ、国民生活センターの移転時期は、政府提案として02年度（平成14年度）とされた。

この年、地方公共団体と移転対象特殊法人等との間で密接に連絡調整をとりつつ、移転

を円滑に進めるため、移転先地ごとに「移転促進連絡調整会議」が設置された。

96年３月１日に横浜市で「横浜市移転促進連絡調整会議」が開催され、横浜市と横浜市を移転候補地とする特殊法人が集まり、移転の具体化に向けての対応策等情報交換が行われた。

以降毎年1回のペースで同調整会議が開催されるとともに「国の機関等移転推進連絡会議」事務局による取り組み等についてのフォローアップが行われた。

Ⅲ　2000年代

１　組織の変遷と人員の推移

(1) 組織の変遷

00年４月以降、総務企画部（総務課、企画広報課、調査室）、経理管理部（経理課、会計課、管理連絡室）、消費者情報部、相談部、普及交流部、商品テスト部及び研修生活研究部（教務課）の７部体制で業務を行ってきた。

政府は行政改革の一環として「独立行政法人通則法（平成11年７月16日法律第103号）」を制定した。また、国民生活センターは「特殊法人等整理合理化計画」（平成13年12月19日閣議決定）において、組織形態について講ずべき措置として「独立行政法人化とする」との方針が示された。これに伴い、「独立行政法人国民生活センター法（平成14年法律第123号）」が施行され、03年10月１日、独立行政法人に移行して新たなスタートを切った。

04年４月には、消費者問題に関する中核的な機関として積極的な役割を果たすべく、組織改革を実施した。

具体的には、「国の行政機関等の移転について」を踏まえ本部機能が東京事務所から相模原事務所に移転したことを機に、経理管理部に管理室を新たに設置すると共に、会計課を経理課に統合し、経理管理部は１課１室（経理課、管理室）体制となった。また、広報業務を企画広報課から普及交流部に移管し、名称を広報交流部とすると共に、広報室を新設した。消費者情報部は名称を情報分析部とし、新たにシステム管理室を設置した。相談部は名称を相談調査部とし、企画広報課と研修生活研究部から調査業務を移管して調査室を新設した。商品テスト部においては、東京事務所にテスト企画室を新たに設置した。研修生活研究部は名称を教育研修部と改称した。

04年９月に公布・施行された消費者基本法では、第25条において当センターの役割が明記され、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとされた。

07年４月には、危害情報業務の対応をさらに充実させるため、相談調査部に危害情報室を新たに設置した。

08年５月、国民生活センターによる裁判外紛争解決手続（ADR）の整備について盛り込まれた「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（平成20年５月２日法律第27号）」が公布された。これを受け、09年４月から施行される裁判外紛争解決手続の実施体制を準備するため、総務部にADR準備室を新たに設置した。

また、08年４月には、情報資料館を総務企画部から広報部へ移管した。調査業務については、相談調査部の調査室を発展的に解消して情報部に分析室を新設した。さらに危害情報室を相談調査部から商品テスト部へ移管した。各部署の名称も変更し、総務部（総務課、企画調整課、ADR準備室）、経理部（経理課、管理室）、広報部（広報室、情報資料館）、情報部（分析室、システム管理室）、相談部、商

品テスト部（危害情報室）、研修部（教務課）の７部体制となった。

09年４月には、裁判外紛争解決手続を実施する紛争解決委員会が設置されたことを受け、ADR準備室を改組して紛争解決委員会事務局を新たに設置した。また、分析室を発展的に解消すると共に、危害情報業務を相談部へ移管した。

09年９月には消費者庁が発足し、当センターは消費者庁所管の法人となった。

(2) 人員の推移

00年代の役員は、03年９月までの特殊法人の期間は、会長（非常勤）、理事長、理事5名（うち１名非常勤）、監事２名（非常勤）の役員９名体制で推移した。03年10月の独立行政法人への移行に伴い、理事長、理事３名、監事２名（非常勤）の役員６名体制となった。

職員は、99年度末定員は130名であったが、毎年度定員削減計画により１名の計画削減があったことから特殊法人としての最後の03年には126名の定員であった。

独立行政法人化に伴い、国からは事業運営のための運営費交付金が交付されることになったが、この運営費交付金はいわば「渡し切りの交付金」として使途の内訳は特定しなものとされたことから、職員の数は、各独立行政法人の組織運営上の裁量に委ねられ、現員として整理することになった。03年度末は117名であったが09年度末では124名の現員であった。

(3) 予算の推移

00年代の収入支出予算は、99年度に3,027百万円であったが、09年度には318百万円増の3,345百万円となり、事業費も99年度に1,080百万円であったものが、09年度には1,787百万円と707百万円増となった。これは、05年度に、「三位一体の改革」において国と地方の役割分担に応じた事務事業及び国庫補助負担金の抜本的な見直しがなされ、従来内閣府の生活情報体制整備等交付金によって実施されてきた全国の消費生活センターにおけるPIO－NET事業の運営についても当該交付金も見直しの対象とされた結果、当該事業は国の役割を踏まえた事業の実施が必要とされたことから、PIO－NETの運営・管理は当センターが担うこととなり、当該運用経費が国から移管されたこと、「独立行政法人等整理合理化計画」（平成19年12月24日閣議決定）において、「事故情報データバンクを整備し、インターネットを活用する等、消費者等から広範囲の消費者被害情報を収集する」こととされたこと、「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（平成20年５月２日法律第27号）」の、09年４月から施行に伴い、裁判外紛争解決手続の事務を実施することとなったことで、これらに要する経費が予算措置されたことが主な要因であった。

これ以外にも、消費者政策の抜本的強化のため、08年（平成20年）６月に閣議決定された「消費者行政推進計画」に基づき「消費者を主役とする政府の舵取り役」を担う「消費者庁」を創設し、情報の集約分析機能、司令塔機能を強化するとともに、消費生活相談体制の強化、一元的な相談窓口の整備等を通じて、消費者が頼れる分かりやすい相談窓口の構築を進めることとなり、08年度補正予算（２号）において、今後３年間程度を地方消費者行政の“集中育成・強化期間”と位置付け、この期間に地方公共団体が取り組む消費生活相談窓口強化等の事業に対して国が集中的に支援を行うこととなり、「地方消費者行政活性化交付金」の基金が造成された。この中で、国民生活センターを活用した支援事業として、「消費生活相談専門家の巡回訪問」、「相談員の養

成及び事業者向け研修」、「PIO-NET端末の追加配備」、「消費者相談窓口の土日祝日対応」などの事業が掲げられ、これに要する経費として、08年度補正予算（２号）に、8,965百万円が計上され、12年度（平成24年度）まで地方自治体に対する支援事業が行われた。

２　総務部門の業務等

(1) 企画調整業務

総務企画部に置かれていた企画広報課は、04年の組織改編で、企画調整課となり、広報業務は広報交流部（旧称：普及交流部）に、LAN業務は、新設のシステム管理室に、苦情処理専門委員会事務局は相談調査部にそれぞれ移管された。また、部内限りの情報資料室が情報資料館として新たに設置された。この組織改編に伴い、従来の広報を含めた業務体系から、企画立案業務及び総合調整業務に特化することとなった。

定常的には、定例役員会及び定例部長会の開催等が挙げられる。また、独法化以降は中期計画の策定が主要業務に追加された。

一方、個別の調整業務としては、03年10月の独法への移行作業、08年の国民生活センターにADR機能を付与するための、国民生活センター法の改正に係る作業を行った。

03年の独法化以前は、運営協議会により業務運営の基本方針及び事業計画に関し学識経験者等から意見を聴取していたが、独法化に伴い同会議は解散し、同時に理事長の諮問機関として特別顧問会議を設置し、国民生活センターの業務に係る重要事項について助言を行うこととなった。

また、当センターでは、情報提供業務の適正な運営を確保するために00年に情報提供規程を定めるとともに情報提供委員会を設置した。当委員会は、外部の学識経験者等により構成され、事業者名を含めた情報提供等に関する審議を行い、また、独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律」(02年10月１日施行）に基づき、情報公開窓口を設置し、開示請求に対応してきた。09年度末までに受け付けた開示請求総件数は5,431件となった。なお、09年度の組織改変に伴い、窓口業務は広報部に移管された。

(2) 国際業務

日本における消費者政策や法制の動き、当センターの活動を紹介する英文ニュースレター「NCAC NEWS」（00年10月 に「JCIC NEWS」から名称変更）を配信した。一方、88年度から発行していた「今月の国際情報」は、インターネットの普及によりその意義を終えたものとし、07年度末に廃止した。

人的交流活動としては、韓国、タイ、中国、台湾等、各国の消費者行政および消費者団体関係者等が当センターを訪れた。特に、タイ消費者保護局の消費者情報ネットワーク設立にあたっては、同局職員研修生を受け入れるなど支援を行った。

当センターは78年よりCI（国際消費者機構）に加盟していたが、独法化に伴う見直しにより04年に脱会した。一方、ICPEN（消費者保護及び執行のための国際ネットワーク）の国際会合には、05年３月より計９回にわたり職員を派遣、04、06、09年に開催された日中韓消費者政策協議会には役職員が出席するなど、情報の収集・交換に努めた。

(3) 地方支援業務

全国の消費生活相談体制の強化のためには、その最前線を担う市区町村の消費生活相談窓口における相談担当者の実務能力の向上が不可欠であるが、現実には、経験の浅い相談担当者が1人で相談に応じているところや、専任の相談員がおらず自治体職員が他の業務

と兼務しつつ相談に応じているところなどがあり、こうした比較的小規模な相談窓口に対して必要なサポート体制を構築することは重要な課題となっていた。

そこで、09年度より、都道府県等の協力を得つつ、「消費生活相談専門家による巡回訪問事業」を開始した。これは、実務経験豊富な消費生活相談員を「消費生活相談専門家」に委嘱し、この「専門家」が、主として、小規模な消費生活センターや消費生活センターが設置されていない市町村等の相談窓口を定期的に巡回し、そこに勤務する相談員や担当自治体職員に対して、相談への対応や困難事案の解決等に関して直接助言等を行うことにより、実務能力の向上を図ることを目的としたものであった。

他方、国は09年度「地方消費者行政活性化のための基金の造成」に関する財源措置を行い、各都道府県では、当該基金を利用した「消費者行政活性化計画」の策定が行われた。巡回訪問事業はこうした取り組みと両輪をなすものであった。

3　この10年間の主な出来事

(1) 独立行政法人化

01年12月19日に閣議決定された「特殊法人整理合理化計画」に基づき、当センターでは、02年１月25日に独立行政法人化に向けて業務、組織、管理諸規程等の見直し・整備について、関係各部の連携のもと円滑に進めるため、「独立行政法人化検討委員会」を設置した。

同委員会は03年９月に解散するまでに計25回開催され、各部の業務内容の見直しによる効率化や新たに策定する中期計画について審議を行った。また、同委員会の下に設置された作業部会では、独立行政法人国民生活センター法案や資産等の承継についての具体案について委員会に検討を付託した。

独立行政法人国民生活センター法は、02年11月27日に成立し、同年12月４日に公布された。そして、03年10月１日に独立行政法人に移行した。

(2) 在り方等に関する検討会

国民生活センターの第一期中期目標期間の終了に伴い、組織及び業務の全般にわたる検討を行う必要性から07年４月27日に国民生活局長の私的懇談会として「国民生活センターの在り方等に関する検討会」が設置された。同検討会は同年９月までに計９回開催され、国民生活センターにADR機能を付与する一方、直接相談の廃止や、商品テストの外部化が議論された。

(3) 福田内閣総理大臣の視察

07年10月26日に、福田康夫内閣総理大臣（当時）が相模原事務所を視察。到着後、ビデオ映像で商品テストの説明を受けた後、実際に研修施設や商品テスト施設を視察された。

当時は、独立行政法人改革の検討が行われていたが、福田総理は視察後、「国民生活センターは大事な組織です。きちんとその仕事が出来る体制があれば独立行政法人でいいと思います。民間ではちょっと無理でしょう」とコメントされた。なお、現職の総理大臣が当センターを訪問したのはこれが始めてであった。

(4) 事業仕分けへの対応

09年夏の民主党政権の誕生に伴い、内閣府に設置された行政刷新会議により、いわゆる「事業仕分け」が開始された。当センターは、10年４月開催の独法や公益法人を対象とした第２弾の「仕分け」において、広報、情報・分析、相談、商品テスト、研修の５事業がその対象となった。仕分けに先立ち、枝野幸男

行政刷新担当大臣、蓮舫参議院議員が10年４月16日に相模原事務所を訪れ、研修施設と商品テスト施設の視察を行った。これを踏まえて、４月28日の仕分けの本番では、①消費者行政全般は「消費者庁と国民生活センターの役割分担、連携の在り方を至急整理　その上で、他の省庁や独法との横の連携を早急に構築」、②商品テスト事業は、「関係独法や民間検査機関との有機的なつながりを構築し、効果的かつ迅速な商品テストに結びつける体制を早急に整える」、③研修業務は、「研修事業（施設）の廃止を含めた見直し」となり、今後の関係機関との調整及び議論を進めることとなった。

(5) 相模原市への本部機能移転

89年８月に開催された「国の機関等移転推進連絡会議」にて国の行政機関等の移転先地の取りまとめ状況が報告され、それを受けて当センターの移転候補地は政府提案として神奈川県横浜市とされていた。その後、横浜市と同市を移転候補地とする特殊法人が集まり、移転の具体化に向けての情報交換等が行われるとともに「国の機関等移転推進連絡会議」事務局に対するフォローアップが行われた。

一方、センター内部では、本部の土地・建物の国有財産の処分について関係者から状況の聴取を行うなど検討した結果、01年２月１日の国の行政機関等の移転に係る担当者ヒアリングにて移転候補地を横浜市から相模原市に変更することを表明し、横浜市に移転候補地の変更を伝達した。

02年１月10日の国の行政機関等移転推進連絡会議にて移転時期を03年度とし、商品テスト・研修施設を移転場所とすることが正式に決定した。その後、03年度予算では、移転関係経費が認められ、４月から９月にかけて本部機能の移転整備を実施し、03年10月１日に独立行政法人国民生活センター設立に併せて本部は神奈川県相模原市とされた。また、同時にこれまでの本部は、東京事務所とし、商品テスト･研修施設は相模原事務所となった。

(6) 東京事務所の移転問題

独立行政法人整理合理化計画（07年12月24日閣議決定）で、東京事務所について、「東京事務所において実施する業務を精査しつつ、移転を含め、そのあり方について検討する」とされた。

また、「国有財産の有効活用に関する検討･フォローアップ有識者会議（財務大臣主催）」が国有財産全般の売却・有効活用の観点から報告書を取りまとめて（08年６月12日）、「品川税務署の移転」が盛り込まれた。

東京事務所は、品川税務署と合築（建物を区分所有）されており、東京国税局（品川税務署）上部の借地部分については、東京国税局長より当センター理事長宛「品川税務署は13年度を目途に移転する予定、移転に伴い借地部分の使用許可の更新が不可能となる」旨の通知があった（08年６月27日）。

このため、当センター東京事務所についても、移転せざるを得ない状況となり、品川税務署の移転と併せて移転すべく検討を進めることとなった。

(注)その後、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（平成25年12月24日閣議決定）では、「東京事務所については、同事務所が合築されている建物に所在する品川税務署の移転計画が撤回されたことから、引き続き同事務所において業務を実施する。」と整理された。

Ⅳ　2010年代

1　組織の変遷と人員の推移

(1) 組織の変遷

10年４月においては、総務部（総務課、企画調整課)、経理部（経理課、管理室)、広報部（広報室、情報資料館)、情報部（情報システム室)、相談部（危害情報室)、商品テスト部（管理課、第１課、第２課）及び研修部(教務課)、紛争解決委員会事務局の８部局体制で業務を行っていた。

11年４月には、消費生活相談員資格制度の運営を通じ、消費生活相談員の資質向上を促進するため、新たに総務部に資格制度室を設置した。また、広報部を廃止し、広報室、情報資料館を総務部に移管した。情報部は名称を情報管理部とし、新たに情報管理課、業務課を新設し、情報システム室は名称を情報システム課とした。相談部は名称を相談情報部とし、危害情報室を廃止し、相談支援課、情報提供課を新設した。

12年４月には、相談業務のチーム体制充実及び高度・専門相談への体制強化を促進するため相談情報部の組織再編を行い、相談管理課、相談第１課、相談第２課の３課体制とした。また、商品テスト部管理課は名称をテスト管理課とした。情報資料館については、総務部から研修部に移管した。

13年４月には、商品テスト部テスト管理課の名称を企画管理課に変更した。

14年４月には、従来からの広報・普及啓発業務に加えて、それに伴う地方支援業務を行うため広報部を設置した。総務部から広報室(広報課に名称変更）を､研修部から情報資料館を移管するとともに、地方支援課を新設した。また、現業部門への人員配置をより重視するため、経理部を廃止し経理課（会計課に名称変更)、管理室を総務部に移管した。また、調査研究部門を独立させ、相談情報部に上席調査研究員を新設した。さらに、研修部は教育研修部に名称を変更した。

15年４月には、消費者庁から「越境消費者センター（CCJ)」を引き継ぐにあたり、相談情報部を相談第１課、相談第２課、相談第３課に再編し、相談第３課を越境消費者トラブルの専担部署として相談処理や海外連携を行う体制を整え、上席調査研究員を、相談情報部から教育研修部に移管した。また、独立行政法人通則法の一部を改正する法律（以下、「改正通則法」という。）の施行に伴い、業務方法書の改正や関連する規程等の整備を行うとともに、監事の機能強化等による法人内部のガバナンス強化を図るため、総務課所管であった監事業務を、独立させ監事室を新設した。

17年10月には、改正国民生活センター法の施行に伴い、適格消費者団体からの立担保援助要請があった際に速やかに手続きを実施するため、総務部に適格消費者団体支援室を設置した。

18年12月には､相談情報部相談第３課に「訪日観光客消費者ホットライン」を設置し、訪日外国人旅行者向けの相談受付を開始した。

19年４月以降、総務部（総務課、企画課、会計課、管理室、適格消費者団体支援室)、広報部（広報課、地方支援課、情報資料館)、情報管理部（情報管理課、業務課、情報システム課)、相談情報部（相談第１課、相談第２課、相談第３課)、教育研修部（教務課、資格制度室、上席調査研究員)、紛争解決委員会事務局の７部局体制で業務を行っており、併せて監事室を設置している。

(2) 人員の推移

役員は、理事長、理事３名、監事２名（非

常勤）の6名体制となっている。

職員数（現員）は、09年度末は124名であったが、19年度末では138名である。

(3) 予算の推移

10年代の収入支出予算は、10年度に3,345,448千円（前年度繰り越し分を除く）であったのが、19年度は、3,168,401千円となり、事業費も10年度に1,827,697千円であったものが、19年度には1,695,668千円（補正予算を除く）となった。

中期目標において定められているとおり、一般管理費については対前年度比３％減、業務経費については対前年度比1％減を実施しながら、新規事業や既存の事業の拡充などの予算措置がなされた。

一般管理費については、15年度に相模原事務所研修施設再開に伴い宿泊収入予算を増額したため、当該見合い分を追加計上した。また、業務経費については、11年度に新たに商品テスト機能強化及び医療機関ネットワーク構築に係る経費、15年度に教育研修事業の充実強化、越境消費者トラブルの対応、16年度に消費者裁判手続特例法施行への対応、17年度に特定適格消費者団体の仮差押えの担保金に係る措置に関する事業、消費者行政新未来創造オフィス運営等経費、18年度に訪日外国人相談対応経費などが措置された。また、PIO-NETの刷新については、13年度補正予算でPIO-NET2015（相談情報の早期登録等）や19年度補正予算にてPIO-NET2020（AI技術等の活用等）の経費が措置された。

２　総務部門の業務等

総務部におかれている企画課（14年度まで企画調整課）では、業務の企画立案及び総合調整業務を実施しており、定常業務として、中期計画・年度計画の策定、定例役員会、定例部長会の開催がある。また、他機関との連携･調整業務として、消費者庁等からの資料･レク要求や国会関連、中央省庁との連絡調整等に適宜対応しているほか、例年、全国消費生活センター所長会議やブロック別消費生活センター所長会議、消費者団体や事業者団体との定期会合を開催している。

このほか、08年度補正予算により措置された地方消費生活相談体制強化事業の一環として、09年度より実施していた消費生活相談専門家巡回事業は、12年度に研修部に移管された。また、情報公開及び個人情報保護に関する窓口業務と消費生活年報の編集・発行、消費者問題に関する十大項目のとりまとめは、14年度に広報部に移管されると同時に、経理部経理課の所掌であった収入支出予算の作成及び執行、国からの交付金の申請等に関する業務が企画課に移管された。

(1) 中期計画、年度計画の策定

18年度から第４期中期目標期間（中期目標期間：18 年４月から23 年３月31 日まで）に入った。第４期中期目標においては、改正通則法に基づき、各事業のまとまりごとに、より具体的に主務大臣から指示がなされており、第４期中期目標を達成するための中期計画及び年度計画の策定及び認可申請手続（年度計画は届出）を行っている。また、年度毎の業務実績報告書のとりまとめ及び主務大臣への提出手続についても、企画課において行っている。なお、独立行政法人の評価については、改正通則法により、それまでの府省毎に設置された独立行政法人評価委員会による評価から、平成27年度より主務大臣が独立行政法人評価を実施することとなった。

(2) 特別顧問会議

学識経験を有する方々で構成されており、センター業務の重要事項について審議を行っ

た上で、センターの理事長に助言することを目的とした委員会。10年度以降に11回開催した。

(3) 情報提供委員会

外部の学識経験者等により構成され、事業者名を含めた情報提供を行う際には審議を行っている。10年度以降では、劇場型勧誘による投資取引トラブルや事業者名を含む架空請求について委員会に諮ったうえで公表を行った。

3　この10年の主な出来事

(1) センターのあり方について

10年４月28日に実施された、独立行政法人に関する行政刷新会議の事業仕分け第２弾に国民生活センターの各事業が対象となった。その結果、「消費者庁と国民生活センターの役割分担、連携の在り方を至急整理 その上で、他の省庁や独法との横の連携を早急に構築」との評価を受けた。11月26日には、行政刷新会議から「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」が発表され、12月７日に同基本方針が閣議決定された。この基本方針では、当センターの法人としてのあり方として、「消費者庁の機能を強化する中で、独立行政法人制度の抜本的見直しと並行して、消費生活センター及び消費者団体の状況等も見つつ、必要な機能を消費者庁に一元化して法人を廃止することを含め、法人の在り方を検討する。」とされた。これを受け、12月24日に、消費者庁と当センターの幹部をメンバーとする「国民生活センターの在り方の見直しに係るタスクフォース」を設置し、11年夏のとりまとめをめざして、国民生活センターのあり方について議論を開始することとなった。

11年８月26日の取りまとめにおいて、国民生活センターの各機能については、13年度に消費者庁への移管･一元化を目指すとされた。この取りまとめを受けた政務三役の協議の結果、「タスクフォースの結論を踏まえ、10年末に閣議決定された『独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針』に沿って更に検討を進めることとし、先行的に取り組める事項については『試行』を実施するほか、第三者を含めた検証の機会も設けた上で、政府の独立行政法人改革の動きを視野に入れて、然るべき時期に政務としての判断を行う」こととされた。

続いて、11年10月12日より開催された「国民生活センターの在り方の見直しに関する検証会議」では、その中間取りまとめ（同年12月６日）において、「国へ移行することが現実的」とされ、これを受けた同年12月27日の政務決定においては、「国へ移行することが妥当」としつつ、具体的な移行の在り方については、別途検討の場を設けて12年夏までに結論を得るとされた。

その後、12年１月20日に閣議決定された「独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」における、「消費者行政全体の機能を効率化・強化し、国民の安全・安心を確実に担保するため、必要な定員・予算を確保した上で、13年度を目途に本法人の機能を国に移管する。」との決定を踏まえ、同年２月22日からは「国民生活センターの国への移行を踏まえた消費者行政の体制の在り方に関する検討会」が開催された。

同年８月22日に取りまとめられた報告書では、国民生活センターの国への移行にあたっては「独立性を法的に担保した『特別の機関』として、消費者庁を移行先とすることが有力な考え方」とされ、政務決定（12年８月28日）においては、消費者庁に対し、その実現に向けて検討を行うよう指示がなされた。

その後、12年末の政権交代を受け就任した森大臣（当時）の判断により、また、「13年度予算編成の基本方針」（13年１月24日閣議決定）における「平成25年度予算は、現行の制度・組織等を前提に編成する」等の方針を踏まえ、13年度は独立行政法人のままとし、当センターの今後の在り方については国への移行を含めてあらゆる選択肢を排除せず、引き続き検討することとされた。これを受けて、13年３月14日より、「消費者行政の体制整備のための意見交換会」が開催されることとなった。

その結果、13年12月13日に森大臣（当時）より「組織形態としては独立行政法人の新たな類型の一つである『中期目標管理法人』とすることが相応しい」等の方針が示された。

その後、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（13年12月24日閣議決定）において、「中期目標管理型の法人とする」「相模原研修施設の再開については、施設の利用見込み、長期を含めたコスト等を総合的に勘案した上で、平成26年夏までに結論を得る」「東京事務所については、同事務所が合築されている建物に所在する品川税務署の移転計画が撤回されたことから、引き続き同事務所において業務を実施する」とされた。

消費者庁において14年３月から８月まで４回にわたり有識者による「国民生活センター相模原事務所研修施設の活用に関する懇談会」が開催され、同年８月に「センターに期待されている効率的かつ効果的な研修を実施するためには、再開に必要な研修環境の手当てを行った後、研修施設を再開することが望ましい」との報告書がとりまとめられた。

その後、14年８月25日に開催された「行政改革推進会議 独立行政法人改革等に関する分科会 第３ワーキンググループ（第８回）」において、「国民生活センター相模原事務所を再開するとの消費者庁の方針については、了承する」とされた。また、14年８月29日に「行政改革推進本部（第３回会合）」が開催され、今後の対応方針として「必要な研修環境の手当てを行った上で研修施設を再開する」とされた。以上を踏まえ、相模原事務所研修施設については15年度より再開することとなった。

(2) 政府機関の地方移転について
― 徳島オフィスの開設

14年に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（14年12月27日閣議決定）により政府関係機関のうち地方の発展に資するものの地方への移転を進めることとなった。15年にまち・ひと・しごと創生本部が政府関係機関の地方移転に係る道府県に係る提案募集を行ったところ、徳島県から、消費者庁、消費者委員会、国民生活センターについて移転提案がなされた。まち・ひと・しごと創生本部での検討を経て、16年３月22日に「政府関係機関移転基本方針」が決定され、国民生活センターについては、消費者庁の検証と並行して検証を行い、移転に向けて８月末までに結論を得ることを目指すとされた。

同年５月９日から当センターは、検証の一環として、徳島県で研修業務及び商品テスト業務を試験的に実施し、検証することとなった。この検証を踏まえ、16年９月１日、「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（まち・ひと・しごと創生本部決定）において今後の方向性が示された。当センターにおいては、「徳島県において、主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修を継続するとともに、徳島独自の研修も実施する。また、徳島県周辺も含めた大学、医療機関、研究施設等を活用しつつ、徳島県の

協力を得ながら、徳島県を実証フィールドとした、相模原施設では実施できなかった先駆的な商品テストのプロジェクトを実施する」とされた。また、「消費者行政新未来創造オフィス（仮称）の取組は、３年後を目途に検証･見直しを行って、結論を得る」とされた。

17年７月24日、消費者行政新未来創造オフィスが開設され、国民生活センターも徳島県庁10階にオフィスを構え、研修事業と商品テスト事業を開始した。具体的には、商品テストでは、17年度に「地震による転倒の防止策」、18年度には、「錠剤、カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査」、19年度には「スプレー缶製品などによる事故の防止策」を公表した。また、研修では、17年度14回、18年度14回、19年度13回（14回実施予定のところ、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により１回中止）の研修を実施した。会場は、鳴門合同庁舎又は徳島市内の会場で実施した。

これらの事業と並行して、17年11月８日に消費者委員会に専門調査会が設置され、消費者庁や国民生活センターの徳島県での取組につき、消費者行政の進化等の観点から検証が行われることとなった。同年12月から19年５月まで合計10回にわたる審議が行われ、19年５月30日に提出された報告書では、当センターの研修事業については、徳島県での研修に実施に一定のニーズがあることを明らかにしたものの受講者数や移動の手段などが課題として挙げられた。また、テスト事業については、徳島県を実証フィールドとして活用できるテーマがあることを明らかにしたものの、実証フィールド調査が必要な調査は限定的であること、地域的特性の影響補正が必要なことが課題として挙げられた。

19年８月19日、宮腰内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）（当時）からオフィスに関する消費者庁としての考え方について発表がなされ、恒常的拠点として「消費者庁 新未来創造戦略本部」が設置されること、国民生活センターについては、「徳島県で行われてきた国民生活センターの事業のうち、研修事業については、全国的に地方開催研修を拡充するとともに、内容やコース数を見直し、徳島県にふさわしい研修については、引き続き徳島県内で開催する。商品テストについては、これまでの実施状況を見直し、今後は、必要に応じて徳島県内を実証フィールドとして活用する」などの方針が示された。

普及啓発・広報業務

Ⅰ　創立から20年

1　普及啓発業務の立ち上げ

創立から20年の間、普及啓発業務は、全国的な視野に立ち、消費者が安全で合理的・自主的な消費生活を確保するために必要な情報を提供してきた。各媒体の特性を生かし、直接消費者に情報提供するとともに地方公共団体、消費者団体などにも情報提供し、消費者行政、消費者運動のネットワークにおける情報提供源としての機能を果たしてきた。

70年の発足当初は、事業の具体的方策を検討するため、外部の専門家の協力を得て、研究会（テレビ、ラジオ、出版物、展示会、研修、広報など）を実施した。実質的な事業の展開は翌71年から、テレビ番組「くらしとあなた」・ラジオ番組「くらしの豆知識」の放送開始（後に順次番組名は変更されていく）、地方公共団体と共催で消費生活展示会開催、月刊誌『国民生活』や季刊グラフィック誌『あなたのくらし』の創刊などを開始した。

その後73年までに、各業務の有機的な連携、経済社会の変化による社会的な要請、自治体など各方面からの要望などにより主な業務の体制が整った。ラジオ番組の内容をコンパクトにまとめることによって始まった同名の小冊子『くらしの豆知識』の発行とソノシート（薄手の柔らかいレコード）の製作、自治体などの消費生活展のモデルとなる常設展示場の設置、展示物品の貸し出しと視聴覚ライブラリーの設置にともなうビデオソフト・映画フィルムの貸し出し、消費者保護基本法制定５周年を記念して始まった懸賞論文の募集、第1次オイルショックに端を発したモノ不足騒動と狂乱物価を背景にして始めたテレフォンサービスなど、媒体ごとに情報提供の対象を網羅していった。

この後70年代中盤から末にかけては、各事業の拡大・充実の時代で、特にテレビ番組・ラジオ番組は放送の通年化を目指し、73年にはテレビ、77年にはラジオが年間を通じて放送されるようになった。視聴覚ライブラリーはビデオソフト・映画フィルムの作成・購入で年々ストックを増やし貸し出しを行った。また、自治体と共催で開催する消費生活展も申し込みが増加し、毎年20カ所前後全国各地で開催し、需要の多い小冊子『くらしの豆知識』も年々発行部数を伸ばした。

80年代に入ると、予算の縮減に伴い、業務全体の見直しを迫られることとなった。79年のテレフォンサービスの休止に始まり、80年にはテレビ番組の放映時間の短縮（30分から15分へ）、82年は懸賞論文の募集停止、83年は月刊『国民生活』のページ数削減（10ページ程度の減）、84年にはグラフィック誌の廃刊、消費者保護関係法令・条例集の追録作成の中止、視聴覚ライブラリーの新規作成・購入の取り止め（貸し出しのみ行う）、85年の常設展示場の撤去と、事業の縮小が続いた。

しかし一方で、商品テスト施設の落成にともない、80年には商品テスト情報をかなりの比重で取り入れた生活情報誌『たしかな目』創刊準備号を発刊し、翌81年から隔月刊で発行することとなった。

また、89年に『国民生活』は各部の協力のもとに国民生活センター独自情報や周辺情報なども加えて内容を充実し、ページ数を倍増した。

2　媒体別の実績

(1) 視聴覚媒体

①テレビ番組

放映開始は71年９月下旬、放送時間60分の特別番組「明日へのくらし―豊かさとは」からであった。翌10月から12月までは、東京放送（TBS）をキー局として全国ネットで毎週１回30分、「あなたとくらし」の番組名で放送された。以後放送期間の通年化を目指し、73年４月から年間を通じての放送が実現した。

75年から78年までの４年間は、主なネット局での放送時間帯が土曜の朝8時台になり、視聴率の低下が懸念されたが、制作方法やテーマの取り上げ方などで工夫してカバーした。79年にはキー局がフジテレビになり、番組名は「奥様が主役」となった。ところが、同年10月から放送時間帯が土曜日の早朝６時台に変わり、翌80年にはネット地方局のかなりの数の放送時間帯が早朝から朝になり放送時間も15分に短縮され、番組名も「生き生き奥様」と変わった。

そのため、80年前後の課題の一つとして、不利な放送時間帯の回避があった。もう一つの課題は、番組制作権を持つテレビ局と提供者である国民生活センターとの間にしばしば内容をめぐって考え方の違いが生じたことである。このころ第二次オイルショックの影響もあり、政府の省エネルギー政策に呼応して深夜放送の自粛要請が出されていたことから、深夜枠からの振り替えなどで番組の空き枠がひっぱくしていた。また、テレビ局側の値上げ要求と予算上の制約もからみ、有利な時間帯を確保しさらに放送時間を30分のまま維持することはますます難しくなった。

81年になると、日本テレビ系列での全国放送となった。放送時間帯は一部を除き午前11時台、番組名は「マイライフ'81」となり、以後85年までこの形態が続いた。「マイライフ」シリーズになってからは、消費者問題を中心としたテーマを取り上げ、従来からの課題をある程度克服することができた。

しかし、その後も予算の減額は続き、放送時間15分を維持することも難しくなり、86年からは放送時間が５分となり、番組名も「ご存知ですか　消費者ミニ情報」と変わった。

②ラジオ番組

ラジオは、日常生活上の知恵・知識を提供するほか、カレントな生活ニュースを機動的に提供することを目的に、「くらしの豆知識」という１分番組で、71年10月から東京放送（TBS）をキー局として、全国ネット（10局）で３カ月間、週5回放送を開始した。73年になって、５分番組「くらしの話題」となったが、放送局はTBSと大阪毎日放送（MBS）の２局であった。以後76年まで放送期間は年６カ月～ ９カ月であったが、77年から通年化し、80年にRKB毎日をネットに加え、聴取可能地域を首都圏、近畿圏、北九州圏と広げた。翌81年にはさらに北海道放送（HBC）もネットに加え、これで全国のかなりの地域をカバーすることになった。ラジオ番組は好評を得て、同名の消費者啓発用小冊子『くらしの豆知識』の発刊の契機となるとともに、74年には、放送した内容をコンパクトにまとめたソノシートを製作した。しかし、予算上の制約によって、82年にTBS、MBSの2局ネットに戻り、84年には、それまでの週５回（月～金）から週２回となった。

③展示会

展示会は、経済企画庁が自治体と共催で開催してきた消費生活展示会（特設展示会＝特設展）を当センターが引き継ぎ、71年から愛知県など10自治体（１道９県）と共催で実施した。その後、政令指定都市、市も共催自治体

に加わり、共催を希望する自治体が増えていくにしたがい、共催地を決めるに当たっては全国をカバーするように考慮した。共催自治体数は74年ごろには毎年20カ所前後となり、徐々に都道府県から市区町へと比重を移していった。特設展の共催は、自治体の経済的負担を軽減するだけでなく、国民生活センターが企画段階から参画することで、運営実務面と展示技術面の双方から、自治体の行う消費者啓発に大きく貢献した。

一方で、72年からは、モデル展示となるように、国民生活センター内に常設展示場を設置し、毎年、特殊販売、表示、台所の機能と安全、高齢者のくらしなどのテーマを取り上げ、展示内容を変えて84年まで設置した。さらに、自治体が独自に実施する消費生活展（特設展）を支援するため、展示物品を作成・購入し、それらの貸し出しも行った。

普及啓発業務における展示部門は、当センターが自ら様々な情報提供をするとともに、自治体との共催や各自治体の消費生活展示会の取材も行い、それらの積み重ねによる運営実務と展示技術のノウハウを蓄積し、自治体にフィードバックしていった。

こうした支援により自治体が力をつけ初期の目的をかなり達成したことと、予算の制約がからみ、85年には常設展示場の撤去、87年には自治体との特設展の共催を廃止し、企画立案などの業務に徹することとなった。

④視聴覚ライブラリー

視聴覚ライブラリーは、地方公共団体、消費者団体、市民グループなどに対し、当該団体が行う各種講習会や研修会などの消費者教育用教材として貸し出すことを目的に設置された。73年に消費者教育用16ミリ映画フィルムを購入、ビデオソフトを作成し、貸し出しを始めた。自治体などでは消費者教育用の視聴覚教材はまだ少ない所も多く、かなりの需要があった。最初に作成したビデオソフトは「消費者の権利」と「ユニットプライシング単位価格表示とは」で、以後毎年、数本ずつ制作し、ストックを増やしていった。

⑤テレフォンサービス

テレフォンサービス「消費者ダイヤル」を開始したのは、73年12月であった。この年は、第一次オイルショックを背景に、モノ不足騒動が起こった。物価が急激に上昇した狂乱物価の時代でもある。国民生活センターは、生活必需物資の需給動向、価格動向などの緊急情報を消費者に提供する必要に迫られたことから、こうした緊急情報をはじめ、苦情相談事例、商品テスト例などの情報を広く迅速に提供するため30回線を設置し、テレフォンサービスを開始した。しかし、生活必需物資の受給も落ち着きを取り戻して来ると、提供する情報も物価情報や生活全般にかかわる情報が中心となり、その後、予算の制約と、初期の目的をある程度達成したため、79年に休止した。

⑥ニューメディア（キャプテンシステム）

80年代になると、通信手段の技術革新が急速に進展し、ニューメディアを利用した消費者啓発・情報提供を考えることが必要となった。中でも、「テレビ受像機と電話回線を利用した双方向会話型画像情報メディア」であったキャプテンシステム＝ビデオテックスは、消費者が必要とする時にすぐに情報を取り出せる利点があったことから、消費者被害の未然防止と救済に効果的であると考えられ、さらに、ニューメディアの中でも商用化が早期に実現（84年11月）したシステムであった。

そこで、81年～82年のキャプテンシステム第Ⅱ期実験に参加し、85年１月から同システムを通じて東京、大阪地区に相談事例、危害

情報、商品テスト結果などの国民生活センター独自の情報を中心に情報提供を開始した。86年には、番組名『商品事故情報』で「'86キャプテングランプリ　7月番組賞」を受賞したが、一般家庭に端末機が思ったほど普及せず、交付金の減額とともに、88年で情報提供を終えた。

(2) 印刷媒体

①月刊誌『国民生活』

71年2月、生活を取り巻く様々な問題について、解説・評価・分析を加えた雑誌として、地方公共団体の消費者行政職員や消費者リーダーを主な読者対象とした『国民生活』の創刊号を発行した。同年4月から月刊誌として発行され、当初発行部数は3,500部であったが、各方面からの要望で9月以降10,000部となった。ページ数は平均60ページ、定価は100円で、「カレント・トピックス」、「対談」または「座談会」を中心に、「海外の生活情報」、「くらしの知識」、「生活統計解析」、「くらしと行政」などのほか、相談事例、商品テスト、各地消費生活センターを取材したルポなど幅広い内容でスタートした。

翌72年から「特集」形式をとると同時に、同一テーマを数回に渡って連載する「生活講座」、消費者グループなどの活動を紹介する「生活奮戦記」などを加え、ページ数も平均70ページと増えた。80年代中盤以降、業務の再編成が進み、より効果的効率的な情報提供を行うために、月次情報を『国民生活』に集約し、各部の協力を得て、89年4月号からページ数を倍増し、発行数は3,000部となり、定価はそれまでの200円から500円（消費税実施後は税込み）となった。当センターの独自情報を集約したという意味で機関誌的な性格を持たせるとともに、消費者問題を多角的にまとめた“消費者問題の総合誌”としてスタートした。

②季刊グラフィック誌『あなたのくらし』

国民生活センター発足後まもなく、印刷媒体のうち、一般消費者に対して、日常生活に役立つ知識・ニュースを分かりやすく見やすい形式で提供するために、カラー写真、イラスト、グラフを多用したグラフィック誌『あなたのくらし』を、71年10月に創刊した。創刊号（秋季号）はA4判、16ページ、定価50円、特集のテーマは「くすりの買い方使い方」を取り上げ、5万部発行した。以後年4回（季刊）発行し、特集のほか、商品知識、相談事例、随想などの生活情報を掲載した。読者対象は一般消費者としながらも、ある程度消費者問題に関心のある層に的を絞っていた。一部を除いて各地消費生活センターなどに無償配布し、そこを訪れる人などに配布していたが、予算の制約でNo.50（84年春号）をもって廃刊した。

③普及啓発用小冊子『くらしの豆知識』

72年3月、当時好評だったラジオ番組「くらしの豆知識」の内容を一般消費者向けの普及啓発資料として作成したのが発刊の契機であり、126ページで22,000部発行し、各地の消費生活センターなどを通じて無料配布した。以後毎年発行し、74年には216ページ、約16万4千部となった。当時は、ラジオ放送のネットが限られていたため、ラジオを聞けない地域の婦人団体などはこの小冊子を非常に欲しがった。ラジオ番組名は変わっていったが、ラジオの放送内容にはとらわれずに独自に編集するようになった。

75年から、全国官報販売協同組合（全官報）を通じて有償頒布を始め、定価は150円だった（現在、定価は消費税込みで524円）。以後、自治体を中心として需要が増し、76年には発行部数が20万部を超えた。全官報ルートなどの

有償頒布も行っていたが、発刊当初から、自治体などの増刷・名義差し替えの注文にも応じており、特に自治体を通じて一般消費者へ広く情報提供してきた。

編集内容については、くらしに関する様々な情報を１項目１ページにまとめて、分かりやすくし、当初から70年代末にかけては、くらし全般に関する知恵やヒントなど極めて日常の生活レベルに密着した内容だった。80年代前半は、複雑化する消費生活のニーズに応えるため、契約、クーリング・オフなど消費者トラブルに関連したテーマの充実を図り、80年代後半からは、従来の分野に加えて、経済・行政面での変化を解説する「くらしの話題」の章を新設した。90年版（89年10月発行）からは全ページ２色刷りになった。

④商品テスト誌『たしかな目』

80年２月に「商品テスト施設・研修施設」が完成し、商品テスト部の機構が拡充されたのが『たしかな目』発刊の契機であった。

80年４月に「商品テスト誌出版室」が発足し、発行に向けて具体的な準備作業を進め、同年12月、商品テスト結果やその他の生活情報を掲載した『たしかな目』の創刊準備号を発刊・発売（定価450円）、81年２月に創刊号を発行した（定価430円、年間購読料 送料込み2,700円）。

以降、隔月刊で発行し、35号（86年11－12月）まで偶数月に発売、以後奇数月に発売してきた。

創刊号から７号（82年３－４月）までは、商品テスト記事を除いて、企画、立案、ページ割を「たしかな目出版室」で作成、具体的な編集作業（原稿依頼、イラスト、写真の手配など）を外部プロダクションに委託するという方法をとっていた。しかし、企画意図などの的確な伝達という面で問題が多く、82年４月発行の８号から、全面的に「たしかな目出版室」が編集業務を行うことになった。

構成は、特集（経済、社会、くらしの諸問題）、商品テスト記事（国民生活センターのテスト結果、各地消費生活センターのテスト結果）、単発企画（経済、社会、くらしの諸問題、商品紹介）となった。特集などのテーマは、家庭における食生活、子供の教育、塾・教育費、青少年の消費行動、健康問題、老後、カード、ローンなど様々で、日常のくらしと深いかかわりを持つものを取り上げた。特に特集記事は、各号ごとに読者から生の反響があった。テスト記事については、商品テスト部との連携や分かりやすさなどの面でかなり工夫をした。

86年４月には組織変更があり、「商品テスト誌出版室」は普及部に組み込まれた。このころ特集の形式はとっていたものの、それまでのテーマ性を持った取り上げ方とは異なり、商品・サービスをメインにした構成をとるようになった。例えば、38号（87年５－６月）「この夏の空調機器選び」では、エアコン、クーラー、除湿器といった商品を経済性、健康とのかねあいなど様々な角度からレポートした。その後徐々に、より商品・サービスに主眼をおき、観念的なテーマは避けるようになり89年から商品テスト誌としての性格をより強めた編集に変わった。

販売管理・販売促進の面では、まず、創刊前に販売促進用リーフレットを作成、各方面に配布した。81年２月の創刊と同時に、コンピューターによる定期購読者管理を始め、創刊時の年間定期購読予約者は約１万4500人であった。

書店の店頭に『たしかな目』が並ぶようになったのは、82年12月に紀伊國屋書店と販売委託契約を締結したのが始まりである。以後、

次々と八重洲ブックセンター、西武百貨店、久美堂、有隣堂などの有力書店と販売委託契約を締結し、86年11月に、東京出版販売、日本出版販売の二大取次店と販売契約を締結し、本格的な書店展開の販売促進が始まり、全国の書店で売られるようになった。

(3) 普及啓発用資料

①普及啓発用リーフレット

70年代後半、ネズミ講の消費者被害が問題となり、77年５月ごろ、最初の消費者啓発用リーフレット『うまい話にご用心―ネズミ講の正体と落とし穴』を発行し、大きな反響を得た。翌78年10月「無限連鎖講の防止に関する法律」が成立し、12月ごろ『ネズミ講は禁止』を発行した。83年にはサラ金被害者が続出したため、『“サラ金被害”を防ぐために』を51万１千部発行した。これ以後、毎年テーマを変えて発行し、また、自治体などの注文に応じて増刷・名義差し替え印刷を始めた。情報提供の対象は、取り上げるテーマによって、若者、高齢者、主婦など幅広く、自治体などの消費者啓発業務の参考になるとともに、自治体などを通じた一般消費者への情報提供に大きな役割を果たしてきた。

②消費者問題ブックレット

87年、一つのテーマをコンパクトに一冊にまとめ、分かりやすく解説した消費者問題ブックレットの発行を開始した。消費者問題に関心のある一般消費者を対象に、ニーズにあったテーマを取り上げた。

87年12月、消費者問題ブックレットNo. 1『海外商品先物取引―消費者トラブルの実態』（定価は280円、発行部数は３千部）を発行し、その後、88年９月には、レジャー会員権、結婚情報サービス、英会話教材など、身近で起きている契約トラブルを紹介するほか、「契約」についての基本的な知識をやさしく解説したNo. 2『身近で起きている契約トラブル』（60ページ、定価300円（消費税別））を７千500部発行した。、89年２月には、衣生活の高級化・ファッション化を背景としたクリーニングに関するトラブルの事例を写真入りで紹介するほか、新素材の知識を解説したNo. 3『オシャレ時代のクリーニング・トラブル』を発行、300円（消費税別）、発行部数は増刷を重ね、１万８千部、90年２月には、化粧品、エステティックなどを取り上げ、健康面や販売契約に関するトラブルの事例を紹介するほか、広告・表示についての基本的な知識をやさしく解説したNo. 4『ビューティ願望時代の美容関連トラブル』を４千部、定価309円（消費税込み）で発行した。

③消費者保護関係法令集

国民生活センター発足当初は、経済企画庁が編集していた『消費者保護関係法令集』を購入し自治体などに配布していたが、74年には当センターが改訂版を編集し、民間出版社から発行した。以後、適宜改訂版を編集した。80年代には自治体の消費者保護条例も加えて加除式になり、84年まで追録の編集に協力した。

(4) 懸賞論文

73年５月、消費者保護基本法制定5周年を記念して、「消費者保護のあり方―消費者の立場から」「私の消費者運動」をテーマに懸賞論文を募集した（経済企画庁と日本放送協会後援）。また、経済企画庁に物価局が設けられたことを契機に、同年、「わが家の物価対策」「物価行政への注文」をテーマとして募集した。この２回の募集が、懸賞論文募集の始まりだった。以後、生活に関する国民の意見を広く吸収し、これを一般に紹介、行政に要望するとともに、国民生活センターの業務に対する応募者の参加意識を高めることによって

消費者啓発を行うことを目的に、75年から毎年募集し、毎回数100編の応募があり、入選論文数編を『国民生活』に掲載した。しかし、これも予算の制約のため、82年２月の締切で「高齢化社会とわたしたちのくらし」というテーマで募集したのを最後に打ち切った。

Ⅱ　1990年代

１．新たな事業

90年代は、情報化の進展ともに、情報提供体制の強化をはかった10年と言える。社会的にもインターネットの利用が爆発的に普及し、95年には当センターもホームページを立ち上げるなど、新たな媒体による情報提供を開始した。

(1) 生活ニューネット

PL（製造物責任）法成立前年の93年10月に開催された基本問題検討委員会で、「情報化の進展に即応した情報収集提供体制の強化」というテーマが提示された。

これを踏まえて、「消費者情報の入手方法の多様化、PL（製造物責任）関連情報の提供等」を主な目的とする『情報プラザ』設立構想の検討が、同年11月～翌年２月にかけて精力的に行われた。

そして、「パソコン通信ホスト局」を中心とする『情報プラザ』が、94年６月23日の「商品テスト３号棟竣工･情報プラザ開設記念式」で正式オープンした。

このパソコン通信ホスト局の最大の特徴は、画像情報の提供も行うことができる点で、「生活ニューネット」と命名された。

中核となる「生活ニューネット」は、94年10月に、主に全国の消費生活センターを対象に限定的公開を行った（97年8月1日に「生活ニューネット」の商標登録がなされた）。その後、95年度からは、会員制パソコン通信ネットワークとして一般公開を行った。一方で、95年前後は、インターネットが一般に認知され始めた時期でもあり、当センターも94年11月にインターネット接続用ドメイン名（kokusen.go.jp）を取得し、95年4月からは「省際研究情報ネットワーク」（科学技術庁）への接続によりインターネット接続を実現した。そして、同年10月にホームページを開設しパソコン通信とインターネットホームページ双方による情報提供を行うこととなった。しかし、ホームページへのアクセス数が増大していく一方で、パソコン通信の会員数は増大しなかったため、98年10月に、インターネット版「生活ニューネット」としてホームページによる情報提供に完全移行した。

(2) 生活情報モニターネット

消費者の自立を支援するために、的確できめ細かな情報の提供が必要であることから、96年４月より、全国の都道府県に「生活情報ネットワーカー」を配置した。これは、生活問題に関する地域の草の根ネットワーク運動や、環境問題・リサイクル問題など、さまざまな市民活動の情報をネットワーカーから収集し、当センターの提供する情報に反映させるとともに、当センターの情報をネットワーカーを通じて全国にきめ細かく提供し、国民への普及･啓発を行うことを目的に開始した。

２．従来からの事業

(1) テレビ番組

日本テレビをキー局として、全国31局ネットで、水曜日の午前11時25分から５分番組「ご存じですか　消費者ミニ情報」を放映。内容は、当センター商品テスト部で実施した商品テスト結果を中心にした商品に関する情報や、悪質商法に関する警戒情報、危害・危険

情報、その他に環境問題、介護問題等を取り上げた。

(2) たしかな目の発行

81年２月に隔月刊誌として創刊した「たしかな目」は、91年12月号（通巻65号）から月刊誌となった。月刊化の目的は、よりタイムリーでより多くの情報を読者に提供することであった。そして、商品テスト情報を主体としながらも、高齢化や環境等を含め、読者とともに幅広く生活問題を考える編集を心がけた。

(3) 月刊「国民生活」の発行

国民生活に関する各種問題・政策課題の解説、消費者行政の動き、消費者・市民活動の動き、企業の消費者対応等を紹介するとともに、センターオリジナル情報に重点を置き、消費者苦情事例や商品による危害情報、商品テスト情報、各種調査報告及びPIO-NET統計を掲載した。

(4)「くらしの豆知識」の発行

日常生活にかかわりの深い知識や情報を、１ページまたは２ページにまとめ、約160項目を解説したハンドブック「くらしの豆知識」を毎年10月に発行した。

なお、高齢者問題・金融問題・環境問題など社会の変化に対応した消費生活にかかわるテーマを毎年特集した。

(5) 啓発資料

悪質商法の手口や対処法を紹介したものやPL法や訪問販売法改正の周知を目的とした「啓発用リーフレット」を発行し、消費者意識の啓発や被害の未然防止を図った。

また、消費者問題の複雑化・多様化に対応して、1つのテーマをコンパクトに一冊にまとめ、分かりやすく解説した「消費者問題ブックレット」を発行した。

(6) 展示会

地方公共団体等が開催する消費生活展に貸し出すため、悪質商法や環境問題、PL法、訪問販売法等の展示パネルを作成した。

また、消費生活展の企画立案にかかわる相談・助言を行うとともに、自治体における消費生活展の開催実態を調査した。

Ⅲ　2000年代

１．新たな事業

00年には携帯電話とPHSの契約数が固定電話サービスの契約数を抜くなど、携帯電話でインターネット接続をする人が増えてきたことを背景に、当センターのホームページも充実させてきた時代と言える。

(1) ホームページ

95年から「生活ニューネット」として始まったホームページは、01年度にリニューアルを行い、ホームページ名と組織名を合致させ、ホームページの内容を想起しやすくさせるため名称を「国民生活センターホームページ」に変更した。

携帯電話の普及に伴い携帯端末でインターネットを利用する人が多くなったため、02年７月から携帯端末向けでのホームページを開設した。

コンテンツの充実に伴いホームページへのアクセスは増加し、04年にはトップページへのアクセス件数が330万件に達した。

一方、コンテンツが増加するなか、利便性の向上を図り、知りたい情報に効率よくアクセスできるよう情報分類を見直し、高齢者や障害者にも使いやすよう定めたJISに準拠したデザインにリニューアルし、アクセシビリティの向上を図った。

09年に消費者庁が設立されると、消費者庁

が行う注意喚起についてはホームページ等を通じて情報提供した。

○主なコンテンツ

ホームページには当センターが記者説明会などで公表した情報、相談事例、消費者問題に関する判例集､回収･無償修理のお知らせなどを随時掲載した。

また、ホームページの特性を生かして、中央省庁が掲載した生活情報、生活関連の公的機関など各種リンク集を作成。データベースとして、消費生活相談データベース、文献検索コーナー、全国の消費生活センター、商品テストを実施する機関等の紹介なども充実させた。さらに、01年12月の閣議決定による直接相談整理縮小の方針に伴い、センサー機能の補完を目的として、消費者トラブルの実態を収集する「消費者トラブルメール箱」をホームページ上に設置。10年４月からは消費者安全法に基づく事故情報の一元化の仕組みとして消費者庁と共同で構築した「事故情報データバンク」を当センターのホームページにも設置した。

情報公開法、個人情報保護法、裁判外紛争解決手続（ADR)、消費者団体訴訟制度など法の施行に伴い新たに始まった業務に関するコーナーを新設。社会情勢に応じて、架空請求や、ワンクリック請求、多重債務の増加に対応する相談窓口や関連情報のコーナーを新設した。

○メールマガジン

00年４月より電子メールを利用したメールマガジンを開始した。当センター情報のほか国や地方公共団体の生活情報と消費生活講座情報をメールマガジン「生活ニューネットマガジン」として配信していたが、掲載する情報量が増加したため、01年度からは生活情報版、講座・イベント版の２本に分割して各々月２回配信した。04年４月からはホームページの内容更新のたびにお知らせするメールマガジン「おすすめフレッシュ便」を開始した。

(2) くらしの情報交流プラザ

生活問題･消費者問題に取り組むNPO、消費者関連団体を中心とした幅広い人々や団体との情報交流、ネットワークづくりを目的とした「くらしの情報交流プラザ」を04年10月、東京事務所3階に開設した｡毎月第２水曜日の夜、意見交換、情報交換の場として「くらしの情報交流プラザ☆さろん」を開催。専門家を招いて活動内容の報告や交流を図った。この事業は東京事務所の耐震工事の始まる07年８月まで続いた。

(3) 見守り事業

高齢者をねらった「悪質リフォーム問題」が社会に大きな衝撃を与えたことから、05年より「高齢消費者見守りネットワーク連絡協議会」が内閣府において開催された。そこでの決定を受けて始まった「消費者見守りネットワーク推進事業」のうち､「消費者問題出前講座」と、高齢者のトラブル未然防止のために悪質商法の新たな手口を伝えるメールマガジン「見守り新鮮情報」の発行が、障がい者へも対象を広げ、08年度から当センターに移管された。

「出前講座」では全国の公民館等に消費生活専門相談員等を講師として、年間1,500件派遣した。メールマガジンは「見守り新鮮情報」（月2本程度配信）のほか、子どもが被害にあうトラブルの未然防止に向けて「子どもサポート情報」を新設し、月1本程度配信した。

(4)「月刊国民生活」

商品テストや消費生活情報を分かりやすく一般向けに掲載していた月刊誌「たしかな目」と消費者問題の専門家向けの月刊誌「国民生活」を統合し､08年４月から「月刊国民生活」

（B5判、76頁、税込500円）として生まれ変わった。これまでの「国民生活」をベースに、相談や啓発の現場で役立つようタイムリーな消費者問題を特集とし、消費者関連法令の解説や、相談事例の紹介などを掲載した。商品テストはカラーページで一般の人にも見やすく掲載した。書店を通じた販売も行った。

(5) 情報公開業務

02年10月１日より独立行政法人等の情報公開法が施行され、当センターでも自らが保有する文書の公開請求を受け付けた。09年度の請求件数は1,000件を超えた。

２．従来からの事業

(1) くらしの豆知識

「くらしの豆知識」（B6判、264頁、税込450円）は、生活にかかわりの深い幅広いテーマを取り上げ、学生から高齢者まで読みやすい見開き2ページで1テーマ完結、というこれまでのコンセプトを継承しつつ、毎年その年に応じた特集を盛り込んで９月に発行した。

(2) 情報資料館

消費者問題を中心とした図書･資料を体系的に収集･整理し、一般への閲覧･貸出も行った。当時、蔵書は約５万冊、内外雑誌は500種であった。

３．終了した事業

(1) 展示会

地方公共団体等が開催する消費生活展などに貸し出すため、悪質商法等の展示パネルの作成や､消費生活展の企画･立案にかかわる相談、助言を03年まで行った。

(2) ネットワーカー

96年より全国の都道府県に「生活情報ネットワーカー」を配置し、地域の生活関連情報や草の根ネットワークの情報を収集するとともに、当センターの消費生活関連情報を地域の消費者にフィードバックしてきたが、04年に終了した。

(3) テレビ番組

当センターで実施した商品テスト結果を中心とした商品関連情報や、悪質商法に関する情報、消費者トラブルなど消費生活に役立つ情報をテレビ番組で提供してきた。07年度までは日本テレビをキー局として、全国31局ネットで、水曜日の11時25分から５分番組「ごぞんじですか　消費者ミニ情報」を放映。08年度はテレビ東京をキー局として､全国6局ネットで金曜日11時30分から５分間（08年10月からは11時45分から)｢安心！くらし情報～あなたのたしかな目～」を放映（毎月1本をホームページ上で動画配信）したが、09年３月末で終了した。

Ⅳ　2010年代

１．2010年代の特徴

09年度後半からの、消費者庁の創設と行政刷新会議による独立行政法人の事業仕分けに伴い、国民生活センターの組織自体の在り方がさまざまに揺れ動いた。それに伴い、広報部も組織変更や縮小、分散等を経た。

10年度の時点では、当センターの業務の中でも歴史のある出版物や啓発資料作成等の業務を中心とした「広報部」に、広報業務（ホームページの運営、見守り事業等を含む）を行う「広報室」と「情報公開室」､「情報資料館」が加わり広報部を形成していた。

しかし、国への移管、消費者庁への一元化の方針が出された11年度は、それに向けた組織改編がなされた。広報部は廃止され、広報業務と出版物の発行業務は、総務部内の「広報室」で行うこととなった（情報公開窓口は

総務部企画調整課。情報資料館は総務部、12年度から研修部。出版物の販売業務は経理部経理課)。

その後、12年の森まさこ大臣の、国への移行は行わない旨の発言等や、13年の「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」の閣議決定を受け、国への一元化等はなくなったことから、14年度からは「広報課」と「地方支援課」の二課による新たな「広報部」が設置された。

「広報課」では、記者説明会の開催やホームページの運営を通じた効果的な情報発信に加え、当センターの組織広報も重視されるようになった。「地方支援課」は、ウェブ版「国民生活」や「くらしの豆知識」、啓発用資料等の発行を中心として、それらの業務は地方支援の一環として位置付けられた。これらの二課に、情報公開窓口と情報資料館（休館中）を戻し、「広報部」が再建され現在に至っている。

２．国民への情報提供

(1) 報道機関への情報提供

報道機関への情報提供、取材協力は、70年に特殊法人国民生活センターが設立されて以来の伝統である。

当センター独自の情報を公表するにあたり、「記者説明会」を開催し、報道機関へ直接、丁寧に情報提供を行うという当センターの姿勢は、消費者に対して情報を効果的に届けると同時に当センターの活動を周知するという両方の利点がある。現在も、当センターでは記者説明会を重要と考えており、その価値観は設立当時からの理念が引き継がれているものである。

これら報道機関等を通じた情報提供は、第２期中期目標及び第３期中期目標で数値目標が設定されたこともあり、10年度から17年度は、年間平均70件を超える記者公表を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止に資するとともに当センターの存在感を示した。

(2) ホームページ

95年から「生活ニューネット」として始まったホームページは、01年度に「国民生活センターホームページ」となり、02年７月には、携帯端末向けホームページも開設した。

その後毎年、コンテンツの追加や新規コーナーの開設等を行い内容の充実を図ってきたが、情報量が増加したことから情報へのアクセスのしやすさが課題となり、10年度には情報分類とデザインを中心としたリニューアルを実施した。

その際、高齢者・障がい者により配慮したホームページの運営の必要性が高まっていたことから、「JIS X8341-3 高齢者・障がい者等配慮設計指針－情報通信における機器・ソフトウェア・サービス－第３部：ウェブコンテンツ」に基づき作業を行うこととした。

さらに、16年に施行された「障害を理由とする差別の解消の推進に関する法律（通称：障害者差別解消法)」、総務省の「みんなの公共サイト運用ガイドライン」に基づいて先に述べた「JIS X8341-3」の適合レベルに準拠すべく取り組みを行っている。

例えば、高齢者や障がい者等の利用に対して見やすいサイトとして対応、改善していくためには、ホームページの担当職員だけでなく広くセンター職員の理解や協力が必要不可欠である。そのため、17年度からは職員に対して定期的にウェブアクセシビリティ研修を実施し、その向上に取り組むほか、20年度には障がい者、高齢者などのユーザー評価試験を実施する予定であり、チェックツールなどではわからない問題点や課題を把握し、ウェブアクセシビリティの向上に役立てていくこ

ととしている。

このような取り組みが功を奏した結果の一つとして、総務省から委託を受けた民間事業者のウェブサイトクオリティ実態調査で、当センターのウェブページのウェブアクセシビリティの取組状況が、独立行政法人の中で常に上位に位置し、高評価を得ているところである。

13年度頃からは、スマートフォン利用者の増加に伴い、スマートフォンでホームページを閲覧する利用者の利便性を意識する必要が生じてきた。スマートフォンで読みやすい印象となるよう概要記事の書き方や画像の利用等を工夫しつつ検討を重ね、18年11月には大幅にリニューアルをした新デザインのホームページを公開した。なお、それに先立ち携帯端末（いわゆるガラケー）向けホームページは17年度に終了した。

18年度のリニューアルでは、スマートフォンでも閲覧しやすいようにレスポンシブデザインを採用し、主要な情報が探しやすいように情報分類の見直しを行った。また、画面のイメージカラーも、それまでの赤からフレッシュで穏やかなオレンジに変更した。

一方、当センターのホームページは、消費者問題のポータルサイト的な役割を自負し、開始当初からの情報を蓄積し続けてきたが、インターネットが生活に根付き利用の仕方も変化を遂げたことや、国立国会図書館のインターネット資料収集保存事業（WARP）で当センターのホームページを定期的に保存するようになったこと、情報量が増大し続けていることによる管理の課題もあり、19年度には過去記事の掲載期限を設定し、新鮮で正確な情報を迅速に提供するというネットの特徴を生かしたホームページの運営を行う方針に転換した。

①メールマガジン

01年度から開始した「生活ニューネットマガジン」は、生活情報版と講座・イベント版の２本で配信を行っていたが、17年度からは一本化し、中央省庁や各地の消費生活センターの消費者関連情報を月２回配信している。また、04年から行っているその日の主な更新情報を配信する「おすすめフレッシュ便」も継続中である。

②ＳＮＳの活用

中央省庁でもSNSでの情報発信が定着しつつあったことから、17年３月からはFacebookを、18年11月からはTwitterでの情報発信を開始し、新規の報道発表情報はもちろんのこと、時宜に応じて既存の情報を再紹介したり、Twitterでは動画情報も配信している。また、20年５月からはLINEの公式アカウントを取得し、情報の発信とリッチメニューによる情報提供を開始した。

なお、ホームページでは、緊急性の高い問題が発生した場合、必要とされる情報を迅速かつ的確に提供するという役割を期待されているところである。社会的問題となりうるような悪質な契約トラブルや詐欺等、健康被害の不安となるような情報を迅速に掲載することが主目的であるが、最近では地震・台風・大雨などの自然災害が全国各地で相次いで起きており、災害に便乗した悪質商法等の情報を発信する機会が増えている。また、20年冬からの新型コロナウイルス感染症の流行に際しても、関連する情報を発信している。

これらの緊急時には、迅速な情報発信にもSNSが活用されている。

(3) 出版物

①月刊「国民生活」のウェブマガジン化

国民生活センターの設立後まもない71年に創刊された月刊誌「国民生活」は、08年から一

般消費者向けの商品テスト情報を中心とした「たしかな目」と統合し、消費生活相談や啓発の現場で役立つ情報を掲載するとともに、一般消費者にも読みやすい情報も掲載しつつ有償販売を行ってきた。

しかし、独立行政法人として業務・事業の見直しを図ることとなり、紙媒体での発行は12年４月号で終了し、12年５月号からはウェブマガジンとしてホームページ掲載を開始した。

ウェブ版は、紙面と同様の体裁でオールカラーで掲載を行っており、新鮮で正確な情報を提供するというウェブ版の利点を活かす方針で今後の在り方を整理したところである。

内容は、雑誌としての発行の頃と大きな変更はしておらず、消費生活相談等の現場で役に立つテーマを毎回特集として組むと共に、消費者関連法を詳しく解説する誌上法学講座、消費者教育に関する、多様な担い手による意欲的かつ実践的な消費者教育の取組み例の紹介、今話題の動き等を解説する消費者問題アラカルト、海外ニュースなど多岐に渡る記事を掲載している。

②「くらしの豆知識」

72年から発行を始めた一般消費者向けの小冊子「くらしの豆知識」は、紙媒体での出版物が少なくなった現在でも当センターの代表的な発行物となっており、2020年の発行で49冊目となる。

「くらしの豆知識」は2017年版から大幅なリニューアルを行い、版を大きくして文字を大きくし、ページ数を減らし（B6版264頁からA5版176頁）、オールカラーとした。それにより、それまで生活全般の知識や情報を盛り込んでいたものを、消費生活トラブル対策本というコンセプトのもとに掲載情報を精査した。

17年度発行の2018年版から色覚に障害のある人を含め、より多くの人に見やすい配色の誌面とするため、NPO法人カラーユニバーサルデザイン機構の「CUD（カラーユニバーサルデザイン）マーク」の認証を継続して取得している。

また、名義差し替え版については、発注者のオリジナルデザインでの作成にも対応し、好評を得ている。しかし、昨今の本離れの影響や地方公共団体の予算の厳しさの影響を受け、売上は減少傾向にある。

そこで、くらしの豆知識の新たな販路を開拓するとともに、今までの購読者からより広い対象に知ってもらう機会とするため、19年度に電子書籍化を図り、６サイト（Varsity Wave eBooks、BOOKSMART、mibon、どこでも読書、やまだ書店、yodobashi.com）での販売を開始した。

③「消費生活年報」

88年から総務部企画調整課で編集を行ってきた消費生活年報は、14年度から地方支援課で編集を行うこととなった。

消費者庁が13年度から発行するようになった「消費者白書」には、PIO-NETで収集した消費生活相談情報の傾向が掲載されていることから、16年頃にはセンター内で年報継続の是非が議論された。

しかし、年報を作成することにより継続したPIO-NETデータが公表されることの価値、白書で公表されているPIO-NETデータはあくまで一部であること、また、集計期間も違うため内容が重複しているとまではいえないこと等に鑑み、基礎データを公表することは当センターの業務として欠かせないものである、と結論づけられ、PIO-NETのデータを中心とする年報の発行が継続されることとなった。

冊子として有償販売を行っていた消費生活年報は、17年度版をもって販売を終了した。10年以降の消費生活年報は、ホームページにPDF形式で掲載している。なお、消費生活年報は2020年で34回目の発行となる。

④「誌上法学講座－特定商取引法を学ぶ」

「月刊国民生活」で09年4月号から10年8月号まで連載した「誌上法学講座　特商法・割販法を学ぶ」について、読者からの強い要望もあり、特定商取引法の部分に加除訂正を加え、１冊の書籍にまとめた「誌上法学講座－特定商取引法を学ぶ」を10年12月に発行した。

初版は08年の特定商取引法改正を盛り込んだもので、その後12年、さらに16年の改正を受け、16年11月に改訂版を発行している。

特定商取引法は、消費生活相談窓口では最も活用される法律であることから、20年中に、16年の改正に伴う政省令の改正を加えるとともに、併せて消費者契約法や民法の関連記述及び掲載事例の見直しを行い、全体の内容を最新の状況に即したものとし、改訂第２版を発行する予定である。

(4) 見守り事業

08年度に内閣府から移管された高齢者・障がい者の見守り事業は、当センターで以下の事業として開始した。

・高齢者・障がい者を対象とした啓発資料「見守り新鮮情報」の発行
・子どもを対象とした啓発資料「子どもサポート情報」の発行
・見守りボランティアの啓発活動に役立つ情報の提供（「高齢者･障がい者見守りボランティア」）
・地方公共団体が実施する取り組みに関する情報収集（「高齢者･障がい者見守りのまち」）
・消費者問題出前講座（高齢者・障がい者及びその周りの人々向け講座、若年層向け講座）

このうち、出前講座については、13年度までは広報室で見守り事業の一環として全国消費生活相談員協会会員等の専門家の派遣事業を実施していたが、14年度に広報部の新設と共に地方支援課へ移り、その後15年度で事業を終了した。現在は、地方支援業務の一部として、出前講座用テキストの作成を行っている。

また、ホームページへのボランティア向け情報や地方公共団体等の取り組みの掲載も役割を終え、17年度に終了した。

その一方で、「見守り新鮮情報」（メールマガジン及び印刷用リーフレットの発行）は、ますます期待が高まり重要度が増すようになっている。

当センターの第２期及び第３期中期目標では、メールマガジンの着実な発行、及びイラスト入りのカラーリーフレットを作成し、民生委員や介護関係者等に配布を行うという目標が挙げられていたが、第４期中期目標では、より広範な対象へ積極的な広報を行う旨、及び最終的に広報を受けた高齢者等の反響を把握する仕組みの検討等が盛り込まれた。そのため、18年度から高齢者・障がい者を支援する団体等とのルート構築及び連携の可能性を探るべくヒアリング等を実施し、有効な方策を検討している。

「子どもサポート情報」は、消費者庁の設立後、消費者庁が開始した「子ども安全メール」との重複感が一時問題視された。そのため、何度か統合の検討を行ったが、それぞれの性格の違いが際立ち、メリットとデメリットを補い合う統合方法を模索したものの結論は出ず統合の実現には至らなかった。現在「子どもサポート情報」は、高校生・大学生の契約トラブルまで対象を拡大して作成し、子どもや学生に関わる人へ配信を行っている。

一方で、民法改正による2022年の成年年齢引き下げに向け、さまざまな機関が若年者への消費者教育の取組みを行っている現在、当センターでも若者を対象とした新たな情報提供の手法を検討しているところである。まずは、若者に消費者トラブルに関心を持ってもらうことを目的とし、インフルエンサー漫画家とのコラボによる漫画のＳＮＳ配信を含む「＃映え？萎え？ Episode」というコンテンツを19年度に４本試行的に配信した。20年度はこの試行を踏まえて、別の手法を検討している。

(5) 対外的な広報活動

普及交流という発想から組織された当部についても、10年代以降は「広報」という視点が重要視されるようになった。

当センターが公表した注意喚起情報の周知やくらしの豆知識の販売促進のためだけでなく、それらの成果物を紹介するとともに、当センター組織自体を知ってもらうということにも重きを置くようになり、消費者庁等が開催するイベントなどへも積極的に協力するようになった。

消費者庁等への協力としては、消費者月間シンポジウムや子ども霞が関見学デー、消費者教育フェスタなどへの参加、また、当センターの事務所等が所在する相模原市と東京都については、消費生活展やくらし東京フェスタなどのイベントへ参加している。

また、消費者庁を通じて政府広報へ積極的にテーマ案を出し､たびたび採用されている。

３．情報公開業務

02年10月１日より「独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律」､05年10月１日より「独立行政法人等の保有する個人情報の保護に関する法律」が施行され、当センターでもそれぞれの法律に従い開示請求等の対応を行っている。

当センターが保有する法人文書に関する開示請求は９割以上がPIO-NET情報に関する請求である｡19年度は個人情報の開示も含め、請求は2,900件を超えた。

４．地方支援業務

(1) 巡回訪問事業

①「消費生活相談専門家による巡回訪問事業」(09年度～ 12年度)

消費生活相談体制の強化のため、市町村の消費生活相談窓口において経験の浅い相談員が一人で相談に対応している窓口や、自治体職員が他の業務と兼務している窓口等を対象に、実務経験の豊富な相談員を当センター理事長が「消費生活相談専門家」として委嘱し、定期的に巡回し、相談への対応や困難事案の解決等に関する助言を行う事業を09年度から12年度まで実施した。

巡回訪問先は、４年間で45都道府県、累計1,580市町村、巡回回数の総計は17,736回。

相談処理への助言、PIO-NETへの入力・相談カードの書き方、相談を受ける上での心構え等、特定商取引法等の専門分野に関する助言、消費者教育・啓発等について助言した。

② 都道府県が行う「巡回訪問」の支援（13年度～ 17年度)

当センターが消費生活相談専門家を市町村へ派遣する事業は12年度に終了し、13年度からは、都道府県が巡回訪問を実施できるようその支援業務へと移行した。

具体的には､13年度に巡回訪問事業の意義･課題、事業企画・運用のポイント、市町村に出向く際の必要事項等をまとめた「巡回訪問事業の手引」を作成し、それをテキストとして活用し、行政職員、巡回訪問担当者（相談

員）別の「巡回訪問研修」（17年度は相談員を対象とした「巡回訪問担当者会議」）を５年間で21回実施した。

並行して、巡回訪問担当者の教授方法の紹介や巡回先の意見等を掲載した情報誌「地方支援便り」（13 ～ 14年度は「巡回訪問便り」を毎月発行した。

また、14年度からは、市町村を支援する都道府県を支援するために、都道府県の消費者行政職員を対象とした「都道府県による市町村支援事業　実務担当者会議」を実施した（13回）。実務担当者会議は、都道府県の消費者行政職員が市町村支援のためにどうすればよいかを互いに情報交換する場として、以下のような課題を取り上げた。

・消費者教育を推進するための関係機関との連携
・消費者教育・啓発等
・地域見守地域ネットワーク構築
・消費生活相談支援

本事業は、都道府県による市町村支援が定着し当センターの役割が果たせたことから、17年度をもって終了した。終了に際して、当センターが09 ～ 12年度に行っていた「消費生活相談専門家による巡回訪問事業」において、巡回訪問担当者及び相談担当初任者向けの業務参考資料として作成したテキストのうち、「消費生活相談における心構え－聴き取りとあっせんのポイント－」について改訂を行い全国の消費生活センターに配布を行った。

17年度の事業の終了後は、地方公共団体において出前講座で講師をする人が利用できるよう、出前講座用テキスト「くらしのご用心」の作成・更新やリーフレットタイプの資料を作成し提供することで、地域消費生活相談の支援を継続している。

(2) 東日本大震災被災地への専門家派遣（11年度～ 12年度）

11年３月に発生した東日本大震災後、被災地において、自治体の相談窓口の機能が低下する一方で、生活再建に伴う消費生活相談への対応が必要であることから、被災地の相談窓口等に消費者問題の専門家を派遣する事業を11年５月から12年度にかけて消費者庁と共同で行った。

派遣対象地域は、岩手県、宮城県、福島県、茨城県の４県。弁護士、司法書士、土地家屋調査士、税理士、建築士、行政書士、社会保険労務士、ファイナンシャルプランナー、社会福祉士を、通算5,996回派遣した。

(3) 在留外国人向けの啓発資料

日本に居住する外国人の増加に伴い、多様な消費者への消費者教育・啓発が必要とされていることから、地方支援業務の一環として、在留外国人向けの啓発資料の作成を始めた。

18年度は地方自治体が在留外国人向けの啓発資料を作成する際に使えるよう、消費者トラブルや相談窓口を表すイラスト及びテキストの素材集を作成した。19年度は、在留外国人に多い消費者トラブルから、「賃貸住宅退去トラブルに注意！」をリーフレットの形式で作成した。いずれも８言語（日本語、英語、中国語簡体字、中国語繁体字、韓国語、タイ語、ベトナム語、ポルトガル語）で作成したものを消費者行政フォーラムへ掲載し、地方消費者行政の利用に資している。

20年度も引き続きトラブルの多いテーマを選び作成していくことで、啓発資料の蓄積を図ることとしている。

情報管理業務

Ⅰ　創立から20年

１．情報管理室から情報管理部へ

情報管理業務は、国民生活センター発足当初、図書資料業務、新聞情報の抄録を編集した『生活ニュース』、『国民生活統計季報』、『国民生活統計年報』の発行を行い、情報管理室としてスタートした。

71年11月には、第一回「国民生活動向調査」を実施、調査業務を開始した。71年、センター内に「電子計算機導入委員会」を設置して、電子計算機による対象業務および機種選定の検討を開始した。この検討結果を踏まえて、73年２月電子計算機システムを導入し、生活相談事例検索システム、アンケート調査集計システム、危害情報検索システムなど、各種の情報システムを構築してきた。

70年代後半から、電子計算機による生活相談事例の蓄積・検索、危害情報の蓄積・検索などの情報管理業務のウェートが高まり、76年４月、情報管理室から情報管理部に改組した。情報管理部となってからは、電子計算機による情報の集中管理、地方消費生活センターとのオンライン・ネットワークによる情報提供サービスを本格的に行うようになった。

さらに、調査・編集業務ではサービスの比較情報、新製品・ニューサービスについての情報を提供するほか、各種の情報誌を発行してきた。

また、図書・資料業務に関しては、情報資料の収集、レファレンス・サービスの充実を図ってきた。

２．オンラインネットワークシステム構築

ますます増大し広域化する消費者被害に対処し、また、高度化多様化する消費者の求めに応じて総合的に情報提供するため、さらには各地の消費生活センターの苦情相談処理の質的向上と効率化のために、新しい発想に基づくシステムの構築に迫られ、81年５月「消費生活情報オンライン・システム研究委員会（主査　北川善太郎京都大学教授）」を設置し、これからの情報化時代に即した消費者や消費生活センターのための情報システム作りを検討することになった。

同委員会の「被害の予防・監視機能を持った社会システムの必要性、消費生活相談処理の効率化とその質的向上および、商品テストの標準化と質的向上の重要性に鑑み、消費生活情報オンライン・システムを早急に構築する必要がある」との提言を受け、84年１月に電子計算機システムを切り替えるとともに、84年５月都道府県・政令指定市の消費生活センターとの間をオンラインで結ぶ「消費生活情報ネットワーク・システム」による業務運営を開始した。続いて86年７月には愛称名を「PIO-NET」（Practical Living Information Online Network System）と決定した。

85年には、豊田商事事件が大きな社会問題となり、その後も悪質商法は後を断たなかった。PIO-NETにはこのような悪質商法が社会問題化する以前に関連情報が相当数蓄積されていることに着目し、新手の悪質な商法を解析し、「消費者被害早期警戒情報」として88年度から公表を開始し（消費者被害早期警戒システムの開発）、情報提供を行った。

これは従来、情報の収集・蓄積に重点が置

かれていたのに対し、蓄積情報に付加価値を与えた点で、画期的であった。

このほかにも、消費者問題に関連した判例を、日常の相談業務にも利用出来るように加工した判例情報システムの開発（87年）、文献検索システムの開発（87年）等、85年度以降、特に電子計算機の高度利用が進行した。

以上の他に、当センター内の各種調査の集計プログラムの開発等、電子計算機業務は、各種の業務支援および補助システムを含む総合的な高度利用の段階に入ったといえよう。

同時に、電子計算機業務には一層の広域化が求められた。PIO-NETの運用を中心に、全国の消費者トラブルの処理に資する情報提供を行ってきたが、依然として悪質商法などの全国的、広域的消費者問題が多発し、消費者被害が発生する状況のもとで、都道府県の消費生活センターだけでなく、地域内のセンターや市等でもこれらの相談に的確かつ迅速に対応できるようにするため、ネットワークの拡充に対する要求が強まった。

経済企画庁の「地方消費者行政推進委員会」（国民生活局長の私的諮問機関）は、その第8次報告「消費生活情報の収集及び提供システムの強化方策」（89年）の中で、PIO-NETを基幹網として都道府県の地域内のセンター等に消費生活情報ネットワーク網を拡充する第２次ネットワークの構築を緊急の課題としてあげた。

PIO-NETは国民生活センターの代表的な中核業務として、一層の高度化、広域化及びそれをバックアップする機種の大型化を迫られることとなった。

３．調査・情報提供業務

(1) 国民生活動向調査

主婦が日常生活に対して持っている、満足、不平、不満や要望などについての実態やカレントな生活問題領域の動向を明らかにするため71年から調査を実施した。主婦を対象とした全国規模の時系列意識調査は他に例がなく、ユニークな調査として大きな役割を果たしてきた。この動向調査で実施してきた特定テーマは、その時々のトピックスであった。

(2) サービス業比較情報

国民生活審議会の答申（73年）にもある通り、サービスに関する情報需要が増加してきたのを受けて、73年度からサービス比較情報についての情報提供を開始した。

当初は「デパートの苦情窓口（73年度）」、「プレハブ住宅比較情報（74年度）」等の既成業界の比較に重点が置かれていたが、次第に「生活用品レンタルのサービス比較」、「引っ越しサービスの比較」、「有料老人ホームの実情と比較」等のニューサービスにウェイトがかかってきた。

(3)「生活行政情報」の発行

『解説生活行政情報』（A5判）として71年５月に第１号を普及部で発行。以降、中央省庁および地方公共団体の消費者行政に関わる情報を編集した『生活行政情報』を月２回、71年５月10日より、継続発行した。

79年度第193号より情報管理部に業務を移管した。その後、83年度第286号から月刊となり以降継続し、90年10月には第382号を数えるようになった（00年３月で廃刊）。

(4)「くらしの統計」

「国民生活の重要事項について動態的・構造的な変化および問題点が一目で明らかになるような統計指標」（初版「まえがき」より）として、66年に国民生活研究所から初版が発行されたのを引継ぎ、71年度からは判をB5判に改め、国民生活センターから発行した。82年版からは、表題を「くらしの統計」として

継続発行した（91年版で終了）。

(5) 商品・サービス情報データ・バンク

この業務は社会の変化に対応するための比較的新しい業務（当時）で、88年度から開始された。情報管理部及び商品テスト部で実施し、成果は『たしかな目』等に掲載し、公表した。

消費者ニーズの変化が早く、多様化しているため、商品のライフサイクルが短くなり、また様々な新しいサービスが出現した。当センターでは従来より、商品テスト情報およびサービスの比較情報という形で商品やサービスに関する消費者情報を提供してきたが、このような商品やサービスの現状に対しては情報の数や速報性の面で限界が生じてきた。

そこで従来からの深く掘り下げた詳細な情報の他に新商品、ニューサービスについて新聞、雑誌、カタログ等、事業者調査結果、使用テスト、利用経験情報等を整理加工して、商品・サービスの実態、選定の目安、利用上の注意事項等に関する消費者情報を迅速に作成し提供することとした。

88年度においては商品では電気掃除機、ホームオートメーション－セキュリティ機器、ビデオテープ、サービスではホームセキュリティサービス、トランクルームについて情報提供した。89年度においては、商品ではホームオートメーション－テレコントロール、食塩濃度計、カラーテレビ－クリアビジョン対応機、家庭用ファクシミリ、介護用品、サービスではハウスクリーニング、カーリースについて情報提供した。

(6)「海外生活情報」の発行

72年より発行。海外の雑誌、新聞から生活に関する主要な記事・論文を翻訳し、執務参考資料として年6回発行した。80年度より、海外の政府の関係報告書、OECD年次報告書などを翻訳して、掲載。なお、82年より年4回の発行となり、85年度まで継続発行した。

(7)「消費生活情報ガイド」の発行

電算機に蓄積された情報、図書資料室（現情報資料館）で収集した情報、消費生活センターニュース掲載情報、国民生活センター業務予定などからなる『消費生活情報ガイド』を78年10月より月刊で発行し、80年度（第3巻第1号）より隔月刊となる。内容も電算機蓄積事例から特定テーマの苦情をとりまとめ紹介するほか、消費生活センターニュース、消費者団体だより、センター行事予定などを収載した。

88年（第11巻第2号）まで継続発行した。

(8)「週刊地域生活」の発行

地域における生活ニュースを、共同通信の取材網を通じて収集し『週刊地域生活』（小冊子）にとりまとめ発行した。第1号は73年10月7日に発行、以降第586号（85年3月29日終刊号）まで、継続して発行した。なお、海外ニュースを、第191号（77年7月8日）から第483号（83年3月25日）に収録した。

(9)「地方生活情報調査結果報告書」の発行

当センターが72年4月1日に設置した、生活情報収集協力委員（地方消費生活センター所長等）を通じて、地域住民の生活に関する情報を、迅速かつ的確に収集するために実施した調査をとりまとめたもので、72年度第一回調査を実施し、以降毎年継続して行い、78年度をもって終了した。

4．情報資料室

国民生活センターの前身である国民生活研究所の蔵書を引き継ぎ、情報管理室内に書庫を設け発足した。72年に新しい事務所へ移転したのを機会に、現・東京事務所の7階に新たにスペースを拡充し、図書資料室を設置し

た。

73年には、蔵書の増加と将来のスペース確保を考慮して、集密書庫（移動式電動）を設置、書庫の収納機能を高めた。

70年代以降、情報化社会のなかで、年々消費生活情報のニーズが高まり、地方消費生活センター、消費者団体、マスコミ関係などから情報資料の問い合わせが多くなった。このような、情報要求に応えるために、89年度より、情報資料の充実、所蔵資料のデータ・ベース化、レファレンス・サービスの強化などを重点とした業務を行うため、図書資料室の名称を情報資料室に改め、消費者問題、生活問題を中心とした情報資料を収集、整理し、情報のデータベース化を図り、内部職員の利用に供するほか、外部にも公開する生活関係の「専門図書館」として、多方面の方々に利用された。また、各種の専門情報機関ガイドブックにも紹介されてきた。

国民生活に関する図書・資料は広範な分野にわたるため、毎年計画的に収集、整備し特に消費者問題、生活問題に関わる調査資料は基礎資料及び､カレントな情報資料に分けて、丹念な情報所在調査を行い、収集に努めた。

また、新聞情報は全国紙、地方紙の切り抜き資料を、独自のファイリングシステムにより整理、蓄積した。

90年３月末の蔵書は３万６千500冊。雑誌560種（うち洋雑誌45種）パンフレット･リーフレト500冊、新聞切り抜き情報６万件、商品比較テスト資料２千件、調査資料３千件を所蔵するとともに、消費生活を中心とした国民生活全般に関する資料を所蔵しており、つぎのような特色を持っていた。

・国民生活全般にわたる図書、および調査資料を広範囲に所蔵。
・消費者問題、消費者行政に関する資料をほぼ網羅的に所蔵。
・商品比較テスト結果、商品知識に関する資料を所蔵。
・国民生活関連の各種統計を所蔵。

87年度より、所蔵資料の迅速な検索を行うため、雑誌記事・論文、商品テスト、商品知識および図書情報について文献情報のデータ・ベース化（PIO-NET文献情報システムに入力）を進めた。また、所蔵資料は、内部職員の利用に供するほか、外部の多方面の方々に利用された。

75年の創立５周年には､「蔵書目録」を発行し、以降５年ごとに増加図書を収録した「蔵書目録」を発行して、利用に供した。また雑誌については､86年に「雑誌受入目録」､文献レファレンス資料として「製造物責任に関する文献目録」（73年３月）､「合成洗剤に関する文献目録」（82年３月）「消費者問題に関する文献目録」（77、79、85年）､「商品比較テスト品目索引」（79、80、81、84、86年）を発行した。

Ⅱ．1990年代

１．情報管理部から消費者情報部へ

90年代前半の情報管理部の業務は、PIO-NETと国民生活動向調査などの各種調査及び情報資料の収集・管理であった。その後、96年度に新たに危害情報システム業務が加わり、97年度に名称を「消費者情報部」と改称し、それとともに各種調査及び情報資料の収集・管理業務を他部に移行することとなり、90年代後半は、PIO-NETと危害情報システムの２つの業務を担当することとなった。（以後､危害情報システム業務に関しての記載は、151頁の危害業務参照）

２．PIO-NET業務

84年度に運用を開始したPIO-NETは、国民生活センターと都道府県等を結ぶ、我が国唯一の消費生活情報システムとして、構築以来、順調に発展を遂げてきた。

また、PIO-NETが消費者被害の未然防止に役立つシステムであることが、多くの消費者に理解されるようになるとともに、次第にその社会的影響力が高まっていった。

そして、都道府県において、域内の市町村との間で、広域的に消費生活相談を収集・フィードバックする独自の地域ネットワークシステムを構築する動きが、90年代に入り胎動してきた。こうした動きは、経済企画庁が92年12月に「PIO-NETの拡充について」という方針を都道府県に伝えたことで本格化した。

首都圏の埼玉県、千葉県、東京都と愛知県の4自治体が93年度に地域ネットワークシステムを立ち上げ、次いで兵庫県、栃木県が構築した。90年代末には、前記の他、香川県、福井県、群馬県、山形県、神奈川県、大阪府、北海道を含め13自治体で地域ネットワークシステムを稼動した。

一方、経済企画庁は、94年度から市町村の消費生活相談情報を収集するため、PIO-NET端末機の2台目設置を希望する自治体に交付金を出す制度を採用した。この制度により２台目端末を設置している自治体は、99年には20を数えた。

PIO-NETのデータベースは、80年代に構築したものを加え、当時、６本のデータベース（消費生活相談情報、危害情報、消費者判例情報、商品テスト情報、商品テスト機関情報、生活問題専門家情報）で構成した。なお、「生活文献情報」のデータベースは、一般消費者の利用に供するためPIO-NETから国民生活センターのホームページに99年度に移行した。

PIO-NETの中核となっているのは、データ量が360万件と他のデータベースに比べて圧倒的に多い「消費生活相談情報」だが、この10年間で、年間のデータ蓄積件数は約３倍に増えた。90年度の約16.5万件に対し、96年度は約35.1万件と倍増し、99年度は45.7万件と３倍近くに増加した。一方、累積件数は90年度に90万件だったものが、99年度には４倍の360万件を超えた。

90年代を通じて、PIO-NETは質・量ともに一段と充実し、消費者にとり有意義なシステムとしてさらに発展を遂げた。

３．情報提供

PIO-NET、危害情報システム業務の中で、収集・蓄積した情報を編集・加工して消費者に有意義な情報として提供することを最重要業務と位置付け、90年代は、前に開発を終えていた消費者被害早期警戒指標（WI）算出プログラムからPIO-NETに蓄積した情報を分析し、問題性のある商品・役務や販売手口、危害・危険情報について、消費者被害注意情報や消費者被害速報等をシリーズ化して情報提供を行った（151頁危害業務参照）。

・消費者被害早期警戒情報

警戒指標の上位にあり、かつ手口が新手で悪質性のあるものについて、販売手口や契約上の問題点をまとめマスコミを通じて消費者へ情報提供するもの。

（一例）

「実際は“本の販売”なのに宛名書き内職の紹介のように読める広告にご注意！」

（93年12月17日公表）

・消費者被害注意速報シリーズ

苦情件数は少ないが手口が新しいもの又は手口は目新しくないが苦情件数が急増してい

るものについて、被害が拡大する前の注意情報として速報性を重視し提供する情報。

（一例）

「急増する『お経が書かれたカード』のネガティブオプション」（94年10月５日公表）

この他、警察や裁判所・弁護士会からの法律に基づく照会や国会、中央省庁からの資料請求に対して、PIO-NETから情報提供を行った。こうした情報提供は、悪質業者の摘発や消費者問題訴訟の支援、訪販法の改正や消費者契約法の成立のための資料などに活用された。また、マスコミの取材にもPIO-NET情報を活用して対応し、被害の未然・拡大防止に努めた。その件数は年々増加し、90年代末数年では年間1,500件以上情報提供した。

Ⅲ．2000年代

１．PIO-NET業務

(1) 消費生活相談情報の収集･蓄積

00年度に収集した消費生活相談情報は55万件であったが、その後、収集件数は上昇を続け「架空請求」の苦情相談が増加した04年度には192万件（うち､架空請求68万件）にのぼり、09年度は90万件（うち、架空請求6万件）であった。

運用開始以来の累積件数は1,400万件を超え、わが国最大の消費生活相談に関するデータベースへと拡大した。

00年度は消費生活センター等450ヶ所との連携であったが、01年度より市区町村も含め全国の消費生活センターへ設置先を拡大し、09年度末で、端末設置箇所は874ヶ所、端末は3,346台が配備された。

内訳は、既存配備の都道府県・政令指定都市の消費生活センター66ヶ所861台、市区町村センター等392ヶ所1,572台に加え、09年度には市区町村センター等416ヶ所913台が新規に追加配備され消費者行政の連携強化が進展した。

また、消費生活相談情報の効果的活用に向け、情報の共有化の一環として07年度より中央省庁などへも端末が配備され、09年度には独立行政法人も含め、12ヶ所に22台の端末が配備された。

この間、PIO-NETホストコンピュータについては、「独立行政法人等の業務･システム最適化実現方策」（2005年6月29日各府省情報化統括責任者連絡会議決定）において、業務・システムに係る刷新可能性調査等を通じた業務運営の合理化が求められ06年に刷新可能性調査を行い、07年にPIO-NETに係る業務・システム最適化に向けた、見直し方針及び最適化計画の策定を行った。一方、「独立行政法人整理合理化計画」（2007年12月24日閣議決定）において、PIO-NETシステムの刷新にあたり、苦情相談情報の収集期間の短縮と分析能力の向上が求められた。このため、これらに対応すべく機能の追加とあわせて、情報の早期閲覧を実現するため、サーバ等の機器をデータセンターに一括集約する刷新を進め、09年度末に運用を開始した新システム（PIO-NET2010）では､相談業務を担う全相談員が相談情報の入力だけでなく、PIO-NETの検索・集計もできるようになった。

２．情報提供

(1) 消費生活相談情報の活用

国民生活センターでは、情報提供機関として　PIO-NET情報を調査、分析し、その結果を公表するなどの活用をした。

記者発表のほか、国民生活センターがもつ各種媒体にも掲載して、消費者被害の未然防

止・拡大防止に資するために消費者に対して「情報提供」を毎年十数件行ってきた。09年度の情報提供は総計15件であり、あわせて消費者庁や関係する中央省庁、業界団体などに対しても情報提供や要望を行った。

また、PIO-NETに蓄積された情報を消費者行政の施策立案に活かし、消費者被害の未然防止に積極的に役立てるために、公的機関等からの資料提供の要請・照会に、一定のルールを定めて対応した。

00年度は、①中央省庁などからの資料請求は164件、②裁判所などからの法令照会96件、③報道機関等からの取材が1,600件、総計1,860件であった。

その後、中央省庁などからの要請や02年度から施行された「独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律」に基づく情報公開の請求件数が飛躍的に増加し、09年度は、①中央省庁などからは715件、②法令照会は694件、③情報公開は1,083件、④報道機関等からの取材1,276件、⑤その他の機関からの要請が36件、総件数として3,804件もの要請・照会等に応じた。

(2) 消費生活相談データベース

国民に対する積極的な情報提供の一環として、消費者が自由に商品･サービス別、また主な相談内容別に相談件数等をPIO-NET情報を基にインターネット上で検索ができる「消費生活相談データベース」を02年度に運用を開始した。当初月間平均アクセス数は16,300件であったが、09年度には月間平均アクセス数は約20,000件まで増加した。

(3) 早期警戒指標の開発

PIO-NETに蓄積された情報のより有効な活用が求められたことから、PIO-NET情報に基づき、悪質な事業者や問題商法を早期に発見し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るための「早期警戒指標」を開発、08年度に以下の２つの指標を作成し、09年６月より、これらの指標を中央省庁や地方公共団体に提供を開始した。

①急増指標：相談件数が急速に増加する傾向にある事業者や商品・サービスを把握するための指標。

②特商法指標：過去に特定商取引法に基づき行政処分を受けた事業者に係る相談と類似している相談が多い事業者を把握するための指標。

Ⅳ．2010年代

10年代では、当センターと全国の消費生活センター等（20年３月末現在約1,250カ所）とをネットワークで結んだPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）により、消費生活相談情報を収集・蓄積、その内容を分析して情報提供等を行っている。

１．2010年代の特徴

(1) 消費生活相談情報の収集・蓄積

10年度に収集した消費生活相談情報は88万件であったが、その後年間90万件前後で推移し、19年度は87.6万件となった（20年３月31日までの登録分）。

12年度ごろからは、利用した覚えのないサイト利用料の請求など「架空請求」の相談が再び増加傾向にあり、17年度、18年度には全体の２割を占めるに至っている。

この10年間のPIO-NETの累積件数は約910万件となり、わが国最大の消費生活相談情報を収集・蓄積したシステムとして、国・地方公共団体の消費者行政の基礎情報となっている。

(2) 消費者情報部から情報管理部へ

11年度の機構見直しにより、これまでの情報分析・公表情報に関する業務については相談情報部へ移管され、それ以降はPIO-NET運営のための情報の管理・情報システム関連業務などに特化した役割を担っている。

相談情報の収集にあたっては、全国共通の入力ルールの制定・改定、登録された情報の確認・修正などのデータ管理、システムの運用・保守を行い、情報の精度やシステムの使い勝手の向上を図ることで、全国の消費生活センターの相談業務に対する支援を行っている。

(3) PIO-NET刷新の進展

10年代は新たなシステムの幕開けでもあった。PIO-NETは84年に運用を開始して以降、適宜、システム改修を行ってきたが、相談件数の増加、相談内容の複雑・高度化、システムの全国統一化に対応して、それまでのメインフレームを中心としたシステムからオープンシステムへ刷新し10年３月「PIO-NET2010」を稼働させた。また、５年後の15年９月には機能追加を行って後継となる「PIO-NET2015」を稼働させている。

２．PIO-NET業務

(1) PIO-NET2010の運用

10年度は新システム「PIO-NET2010」で運用をスタートした。相談員ごとに１台のPIO-NET端末を配備し、相談情報の入力と検索を１台の端末でできることで利便性を向上させるとともに、オンラインで相談カードの修正等を可能とし相談窓口の業務負担の軽減を図った。

(2) PIO-NET2015への刷新・運用

15年度に稼働した「PIO-NET2015」では、個人情報保護に関する相談情報データベースシステムなどの関連システムの統合、検索・集計機能の強化などを行っている。

また、専用端末・専用回線の拠点に加え、LGWAN（総合行政ネットワーク）経由での接続方式で広く市町村の消費生活センター等と接続された。

(3) さらなる刷新へPIO-NET2020

18年度には、消費生活相談業務の充実を図りつつ、行政全体のコスト負担削減の観点から、相談情報の収集・分析・提供に係る業務の在り方を見直すとともに、必要なシステム改修の基本方針を策定するため「PIO-NET刷新検討会」を開催し検討を行った。

19年度からは、次期システム「PIO-NET2020」の稼働開始に向けて準備が進められている。

(4) 自治体へのPIO-NET研修の実施

消費生活相談情報の充実を図るため、PIO-NET運営を担当する職員が直接の講師となって消費生活情報のPIO-NET入力やデータの決裁・登録、データのチェックポイント、PIO-NETデータの集計・検索方法のほか、情報提供や注意喚起等へのデータの活用について、講義や実習を交えた研修を毎年度、複数回、実施している。

３．消費生活相談情報の提供

(1) PIO-NET情報の直接提供

PIO-NETに蓄積された情報を消費者行政の施策立案に生かし、消費者被害の未然防止に積極的に役立てるために、国会、中央省庁や弁護士会等からの資料提供の要請・照会に一定のルールを定めて対応している。

10年度は、①中央省庁などからの資料請求は1,215件、②裁判所などからの法令照会689件、③情報公開は1,141件、④その他の機関からの要請が40件、総計3,085件であった。

19年度は、①中央省庁などからは1,040件、

②法令照会は507件、③情報公開は2,958件、④その他の機関からの要請が169件、総計として4,674件もの要請・照会等に応じている。

(2) 消費生活相談データベース

PIO-NETは行政内部情報として利用されているが、国民に対する積極的な情報提供の一環として、消費者が自由に商品・サービス別や主な相談内容別に、PIO-NET情報を基に相談件数等をインターネット上で検索できる「消費生活相談データベース」を運用している。19年度には月間平均アクセス数が約6,800件にのぼった。

また、消費生活上のさまざまなテーマについて、全国の相談の傾向や事例を見ることができる。

(3) 早期警戒指標の活用

08年６月より運用を開始した「早期警戒指標」については、引き続き「急増指標」及び「特商法指標」を中央省庁や地方公共団体に提供しているほか、当センターの記者説明会等を通じた情報提供にも活用している。

(4) 事故情報データバンクの構築

00年代、商品による事故が多発したことから、商品・施設・サービスにおける死亡・重篤事故の情報から、事故に至る寸前のヒヤリハット情報を含めた幅広い範囲の情報を一元的に集約し、情報提供すること等を目的に消費者庁と連携し、「事故情報データバンクシステム」を構築した。

09年12月より、行政機関向けに情報提供を開始し、10年４月からは、国民向けにインターネットで事故情報の提供を開始した（PIO－NETの危害・危険情報と事故情報データバンクはデータ連携）。13の参画機関からデータを集約し、約28万件の事故情報を蓄積（20年８月現在）。

４．情報セキュリティ対策

(1) 情報セキュリティポリシーの改定

内閣サイバーセキュリティセンター（NISC）が発表している「政府機関等の情報セキュリティ対策のための統一基準群」の改定にあわせて、当センターの情報セキュリティ規程類の見直しを適時、行ってきた。

(2) 情報セキュリティの強化

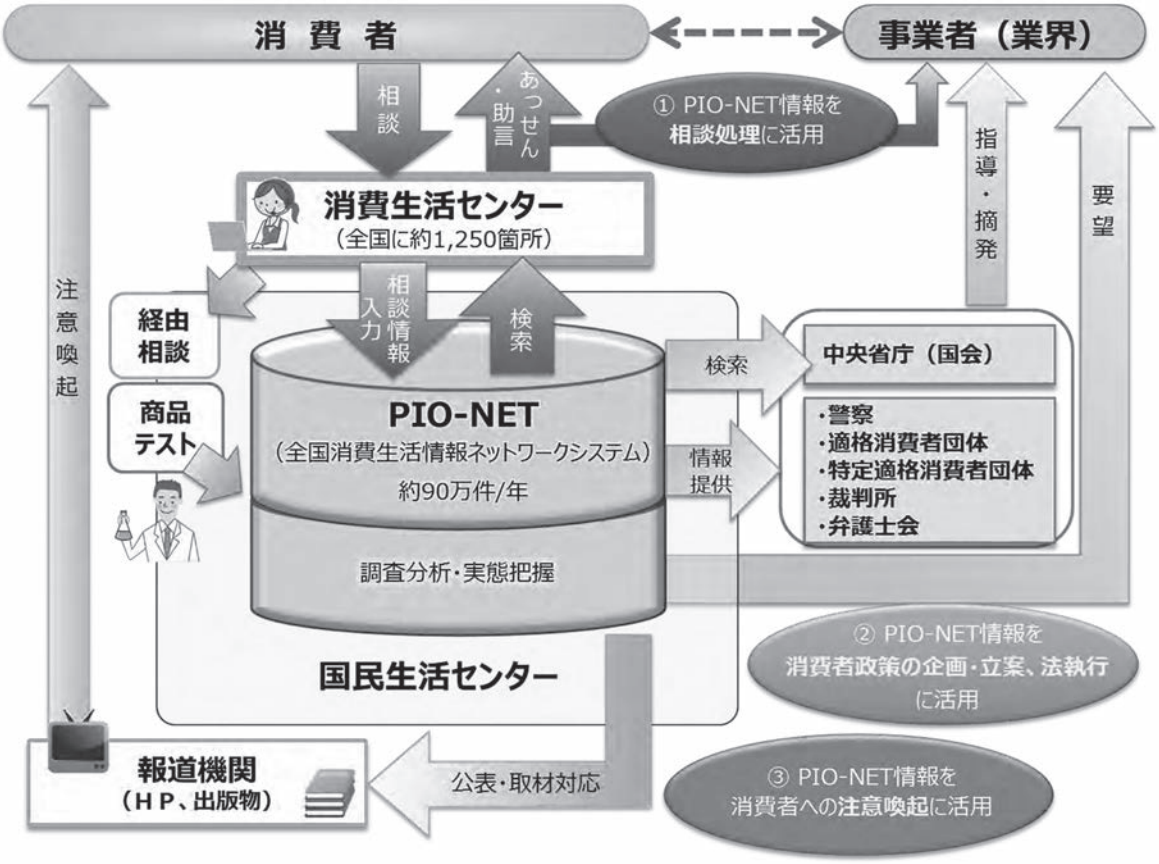
サイバー攻撃への防御力、攻撃に対する組織的対応能力の強化のため、また「政府機関等の情報セキュリティ対策のための統一基準群」などでも求められる情報セキュリティに関する技術的事項に対応するため、インターネットを通じた外部からの攻撃に対する防御や不審なメールを排除するような仕組みを導入し、情報セキュリティの強化に取組んでいる。

また情報セキュリティに対するリテラシー向上のため、全役職員を対象とした研修、訓練を実施している。

(3) CSIRT体制の導入

サイバー攻撃の動向、IT利活用環境の変化等を踏まえ、コンピュータなどを介して発生する情報セキュリティインシデントに迅速に対応するために、CSIRT（Computer Security Incident Response Team）体制の導入を行い、運用を開始した。

図　PIO-NET情報の収集と活用



相談情報業務

Ⅰ　創立から20年

1．相談窓口の開設

当センターの相談窓口は、70年10月に開設された。当初は、現在のような消費生活相談窓口としてではなく、国民生活全般にわたる相談受付窓口であった。受付時間は、平日10時～ 16時、土曜日10時～ 12時で、相談員２名と職員全員が受付・処理にあたる体制で開始した。70年度の総受付件数は288件（半年間、うち消費生活相談は154件）、月平均48件であった。

翌71年度の総受付件数は国民生活センターの相談業務が日刊紙数紙に紹介されたことが大きな要因となり、3,108件（うち消費生活相談は830件）、月平均259件と前年度月平均の約５倍に増加した。

73年度は、９月26日に発表した家電製品を中心とする「不良商品一覧」をマスコミ各社が報道し大きな反響を呼んだ。さらに11月には石油危機による物不足騒ぎが生じ、日用品不足に関する相談が相次ぎ、この二大要因により年間総受付件数は7,236件（うち消費生活相談は6,545件）と急増した。このため、74年度には、受付時間を平日10時～ 15時とし土曜日の受付は中止するとともに、相談受付範囲を国民生活全般にわたる相談の内、いわゆる消費者問題を中心とし、その他の相談については関係機関の窓口を紹介するよう努めた。

75年度からは、相談内容がますます複雑化し原因究明に日数を要するなど相談の質が変化してきたため、これまで記録していなかった簡単な問い合わせ、買い物相談や他機関紹介も含めて相談件数として記録することとした。

80年代に入ると81年度末から豊田商事のいわゆる〝現物まがい金取引〟に関する相談が寄せられ、85年度に入るとマスコミ等で報道され大きな社会問題となった。この年６月に豊田商事は事実上倒産し、その結果、６月だけでも100件を超える関連相談が寄せられた。同年６月28日から、この異常事態に対応するため特設電話「豊田商事関連110番」を実施し、85年度の総受付件数は、110番の733件を加え7,100件に達した。

86年度は、前年度の豊田商事事件が沈静化したものの、抵当証券、海外商品先物取引等の悪質商法が後を絶たず、「抵当証券、先物取引等110番」を実施した。

87 ～ 88年度は、各関係機関が実施した悪質商法撲滅対策が効を奏してか、全国的に相談件数が減少し、受付件数も87年度は4,715件と大幅に減少した。

89年度は、消費税関連の相談が多数寄せられたことなどにより、相談件数が7,716件と増加した。

2．相談処理の中核化

(1) 相談の統一処理

87年10月、ホームパーティ商法でステンレス鍋セットを全国各地で販売していた業者の東京支社が、警視庁に摘発された。このニュースがマスコミ報道された直後から、国民生活センターや各地の消費生活センター等（以下、各地センター）には同社に関する苦情相談が殺倒し、国民生活センターには、各地センターから相談の処理方針に関する相談が多数寄せられた。

その後、東京近隣の消費生活センター等を中心に各地センターが協力して合同で相談処理をする気運が高まり、全国に呼び掛けたところ19都道県から相談が寄せられた。国民生活センターが事務局となり、苦情件数の多かった東京都等7都県の相談機関が一堂に会し事業者との交渉にあたった。このケースが、各地センターと共同して相談処理の推進を図るモデルケースになった。

(2) マニュアル等の作成

相談内容の多様化・複雑化により相談マニュアルの作成が、各地センターから期待された。国民生活センターでは、日常の相談処理業務を通して入手した情報を分析し、また、相談を処理する過程で得た知識、経験を使いながら、相談事例の適切な処理をめざしてきた。これらの蓄積されたノウハウを整理し、体系化したのがマニュアルである。マニュアルによって、公正で妥当な処理が可能となり、処理の平準化、均一化が確保できることになった。この間、作成したマニュアルは次のとおり。

①相談処理要領

全部で18条の規定からなり、当センターが相談を受付、処理等をするための基準、手続等を定めたものである。この要領が施行されるまでは、部内限りとして処理基準を設けて長年対応してきたが、この基準を参考にしながら再検討し、正式な要領として81年4月から施行された。

②訪問販売に係わる相談への対応のために

訪問販売に関する相談件数が全国の相談件数の3分の1を占めていることから、「訪問販売に関する法律」「割賦販売法」を中心に、相談処理に必要な法律について、できるだけわかりやすく解説し、これらの法律を活用した処理について説明した業務参考資料を85年3月に発行した。

③自動車関係相談処理マニュアル

自動車の相談は、特殊できわめて専門的知識を必要とすることから、相談の受付から処理に至るまでの手法や実際に発生した具体的事例をあげて、その処理について説明したマニュアルを85年3月に発行した。

④消費者契約取引相談マニュアル

このマニュアルは、訪問販売や、クレジット契約に係るトラブルを相談処理する際に参考となる基本的な知識などをまとめて、参考資料として89年3月に発行した。

⑤商品先物取引相談処理マニュアル

国民生活センターが受け付け、処理した多数の事例とその処理の経験の中から得られた情報をもとに、取引の仕組み、業者の勧誘手口、相談処理の対応、方法などを実務参考資料として89年3月に発行した。

⑥クリーニング相談マニュアル

相談処理の手順とアドバイス、相談事例と処理のポイント、クリーニング事故賠償基準Q&A、処理の知識等を実務参考資料として90年3月に発行した。

⑦消費生活相談入門マニュアル

相談受付・処理の入門書で、受付・処理手順とチェックポイント、実践例、消費生活相談の理念等を実務参考資料として90年3月に発行した。

3．事業者名に係る情報提供基準

国民生活センターは、相談事例の処理結果について、マスコミ等を通じて一般消費者に情報を提供してきた。しかし、相談内容の他に、事業者の名称を発表するための具体的な手続規定が整っていなかった。

過去に現物まがい商法の「豊田商事事件」「抵当証券の販売に係る事業者の倒産事例」

「海外先物取引業者等の悪質な勧誘手口」など特定の事業者によって多数の被害が発生した。これらの事を考えるとより一層事業者名公表の必要性が求められたため、86年６月から検討会を設け、外部の学者、弁護士らの専門家を招いて意見を聞くなど検討を重ね、「相談事例に係る事業者名等の情報提供基準」を作成し、89年から実施した。この基準では、「特定の事業者からの苦情が多数寄せられている」また「被害が多数発生する恐れのある」などの事例について選定することとした。また情報の公正性や客観性等を確保するために学識経験者で構成する「苦情対策委員会」に案件を諮問することとした。

４．特別相談

①法律相談

法律相談は、一般の消費生活相談を受付開始してから４カ月後の71年２月から始めた。当時は担当弁護士が相談者と直接面接することを原則としていたが、相談者が遠方等の都合で来所できない場合には、弁護士が電話で直接、回答または助言を行った。

この他に一般の相談事例の処理過程において法律的判断、解釈等を必要とする場合は、その都度、相談員や職員が弁護士に見解、助言を求めて処理を行った。

②健康相談

72年度新規事業として、相談業務の中に特別相談として健康相談を開設した。健康相談は、厚生省（当時）の了解のもとに、医師法等に抵触しない範囲で、消費者保護の立場から相談に応ずることとし、医師１名、保健師１名が相談に当たった。しかし、85年度には、所期の目的を達したものとして中止した。

③住宅相談および自動車相談

住宅相談は、77年11月から１級建築士２名を配して開始した。直接相談者に回答するという形をとらず、土地・住宅の相談を処理する過程で技術的に専門家の判断を要する部分について、建築士に委ねるという処理形式をとったが、特殊な例の場合には直接面会して助言した。また、住宅相談の特異性から住宅現場を調査しないと助言できない場合には現場調査を行った。

自動車相談は、79年１月から外部の公的機関の専門家３名に委嘱してスタートし、技術的な問題に対しては必要に応じ専門家の助言を得てきた。また、80年春に神奈川県相模原市に国民生活センター商品テスト・研修施設が完成し、その後、商品テスト部にて自動車に関する比較テスト及び苦情テストが実施されるようになると、自動車相談はより一層充実した。

５．消費者トラブル110番

①110番の必要性

消費生活相談の中には、相談業務開始当初から、悪質商法による被害があった。初年度に当たる70年度には、その後ますますはびこることになる福祉をうたった詐欺的商法の苦情があり、ねずみ講的な利殖商法も流行り始めていた。その他、資格商法やダイヤモンドなどの不当販売、原野商法、SF商法もあった。しかし、悪質商法が一気に社会問題化したのは、80年代初頭の豊田商事事件以降である。

豊田商事は、消費者の資産形成欲求に乗じたものであったが、その後、海外先物取引や抵当証券、現物まがい商法、自動販売機商法、会員権商法、原野商法、投資顧問業、先物取引などの利殖商法が続出した。悪質商法が多発するにつれて、消費者被害は高額化し、被害者も未成年者から高齢者までの各層に及んで多様化した。

このような悪質商法等の被害を把握し、予防するため、全国的に対応する必要のある特定の商法、テーマを選び、積極的に情報を収集し、分析して、迅速な注意喚起や対応等を検討するものであった。

②消費者トラブル110番の実績

この間の110番の実績としては、

「豊田商事関連110番」や「抵当証券・先物取引等消費者110番」「クレジットトラブル110番」がある（資料編116頁参照）。

Ⅱ　1990年代

1．サービスに関する相談が増加

この10年間の相談業務は、96年４月から受付時間を1時間延長し16時までとし、各地センターからの相談にも専門的助言を行う体制を整備した。消費者からの相談件数（直接相談）は97年度の7,660件を最高に、7,000件台で横ばいであった。特に、相談に占める商品の割合が減少し、役務（サービス）に関する相談が増加した。

91年には、「ダイヤルQ²」に関し、「使った覚えのない利用料の請求」「未成年者の利用」等の苦情が多発し、94年には、前年夏の異常気象によるコメの凶作で、コメの輸入が行われたことに関連して、輸入米とのブレンドによる表示や抱き合わせ販売等について苦情が寄せられた。その後、95年１月の阪神・淡路大震災の発生により、２月７日～ ３月31日の間「震災関連消費生活ダイヤル」（フリーダイヤル）を設置して相談を受け付けた。また、兵庫県立神戸生活科学センターとの共催で、２月６日から18日まで、神戸で「弁護士相談―借地・借家、マンション、損害賠償110番」を実施した。

96年は、一人の消費者に強引に高額な商品や役務を次々と契約させる悪質な販売による被害が目立った。クレジットや消費者金融からの借入で支払い困難になる多重債務が問題となった。

さらに、Windows95の爆発的な普及を契機に、インターネットは「一部の人たちが利用するツール」から「身近な情報ツール」へ変化し、それに伴いインターネットに関する苦情も増加した。当時、インターネットは特定の電話番号（アクセスポイント）へ電話をかけると接続できる方式であったが、98年には、このアクセスポイントが勝手に国際電話番号に書きかえられ「使った覚えのない国際電話料の請求がきた」トラブルが、99年にはアクセスポイントがダイヤルQ²に勝手に書き換えられるトラブルが発生したほか、インターネットの利用を口実にしたサイドビジネス商法などの相談も寄せられ、その内容が多様化していった。

なお、97年４月に相談・危害情報部という名称を相談部に改称し、危害関係業務のうち、一般消費者からの相談処理や追跡等以外は消費者情報部に移管した。

2．相談処理マニュアルの作成

全国の相談処理の場における公正で適切な処理をめざして、相談処理マニュアルを作成してきた。この間、分野別に「土地建物の基礎知識」（91年３月）、「自動車の基礎知識」（92年３月）「サービス別消費生活相談処理ガイド」（93年３月）、「クレジットカードの知識＆実践例」（94年３月）、「住宅相談処理ガイド」（95年３月）、「自動車相談処理ガイド（構造編）」（96年３月）、「電話関連サービス相談処理ガイド」（99年３月）を発行した。

３．事業者名に係る情報提供

相談内容のほかに消費者被害拡大及び未然防止のために事業者名も併せて情報提供をした事例は10件であった。91年４月には「悪質な前払い式通信販売業者」、92年４月には「ファンヒーターの不具合」及び「ルームエアコンの不具合」、93年４月には「クーリング･オフによる契約解除後、速やかに代金を返還しない書籍の前払い式通信販売業者」、93年４月には「苦情が多発しているマルチ・マルチまがい業者」、93年５月には「乗用ワゴン車のバックドアの不具合」、93年９月には「苦情が多発している会員制のディスカウント通信販売業者」、93年11月には「苦情が多発している資格取得講座の業者」、95年８月には「ジュースと思って飲んだら……お酒だった」、96年９月には「虚偽説明でディスポーザーを勧誘する訪問販売業者」、97年４月には「虚偽トーク等勧誘方法に問題のあった太陽熱温水器等の訪問販売業者」を順次公表した。

４．消費者トラブル110番

消費者トラブル110番は悪質商法等による消費者被害の予防のため、特定の商法、テーマを選び、特設電話を設けて情報を収集、分析、評価して、情報提供を行った（資料編116頁参照）。

５．特別調査

消費者トラブルが全国に発生しているものや現行法では解決困難なトラブルについて、調査を実施し報告書としてまとめ、法令の改正等や事業者・業界団体に業務の改善や消費者対応の適正化等を要望することを目的に96年4月から実施した。以下、省庁名は当時の名称。

①「外国語会話教室における中途解約トラブル問題」（97年３月）

長期継続的役務の中途解約などの問題点を明らかにし、事業者に対して中途解約に対する対応の改善を要望し、通商産業省等に情報提供した。

②「苦情が多発している太陽熱温水器などの訪問販売について」（97年４月）

事業者に販売方法等の改善を要望するとともに、通商産業省、公正取引委員会等関係省庁に情報提供した。

③「消費者金融業者利用の販売信用における支払停止の抗弁をめぐるトラブル」（97年11月）

通商産業省、大蔵省に消費者金融業者に対する消費者の抗弁権を割賦販売法の対象とするよう要望した。

④「乳幼児の車内事故に関する調査―チャイルドシートを中心に―」（98年７月）

警察庁、総務庁、通商産業省、運輸省にチャイルドシートの着用の法制化等を、事業者団体に製品の安全性確保、表示等の改善を要望した。

⑤「苦情が多数発生しているマルチ･マルチまがい商法を行っている業者について」（98年７月）

事業者に対して、販売員の指導、監督体制等を要望し、公正取引委員会、通商産業省等に情報提供した。

⑥「多重債務者問題に関する調査」（99年６月）

多重債務者の実態把握や苦情事例等により、問題点を分析し、大蔵省、金融監督庁、法務省、通商産業省、警察庁等に高金利の是正や過剰貸付の防止、違法取り立て等の取り締まり強化等を要望した。

⑦「家庭内事故―その実態を探る―」（99年６月）

文献検索等を含め、家庭内事故の発生原因

等を調査した。

⑧「金融商品に係る消費者トラブル問題」（00年３月）

大蔵省、金融監督庁に、消費者の運用方針の尊重を「適合性」の対象とすることや説明義務の明確化等、適切な消費者保護策のための法整備等を要望し、業界団体に対して、苦情処理の促進や商品説明等の改善を要望した。

⑨「新聞の訪問販売トラブル調査」（00年８月）

新聞業界や新聞社に対して販売トラブル防止のため、勧誘員の研修強化等を要望した。

Ⅲ　2000年代

１　架空請求の相談が激増

00年度以降の消費生活相談は、架空請求に象徴される相談件数の激増もさることながら、契約・解約に関する相談が多くを占めるようになった。特に04年度は架空請求と架空請求以外の相談それぞれで過去最多となり全国の消費生活センターでの相談件数は192万件となった。

また、インターネットへの接続が電話回線からブロードバンド普及に代表される高度情報通信インフラへの一般化と相まって、多様化・複雑化した相談が激増した。状況把握や事業者交渉が進まないケース、IT・新興通信系企業など、消費者対応のノウハウが蓄積されていない業界の相次ぐ消費者市場参入によって、あっせん解決に苦心する案件も多く見られるようになった。このような情勢下、直接相談によって寄せられた消費者の「生の声」に基づいた情報提供のみならず、各地センターに寄せられる相談への積極的な支援も求められるようになり、消費者契約法の施行、個人情報保護に関する相談、身の周りの製品・設備による痛ましい危害事故、食品の表示偽装や大規模な異物混入事件、土日祝日の相談対応など、消費生活相談における社会的要請の高まりと広がりに、次々と対応する必要が生じた。

２．直接相談

特殊法人改革に関連し、各地センターとの業務内容重複を指摘され、「特殊法人等整理合理化計画」（01年12月19日閣議決定）において「直接相談を段階的に縮小、最終的に地方公共団体の消費生活センターからの経由相談に特化する」とした整理・縮小方針が示され、受付回線数整理や、来所対応終了などを迫られた。

しかし、その後「独立行政法人整理合理化計画」（07年12月24日閣議決定）で「消費者相談業務について、直接相談を実施しつつ、各地センターからの経由相談の解決能力の向上を図る」ことが求められ、また、改正消費者基本法や改正国民生活センター法（08年成立、09年施行）によって、国民生活センターによる相談処理業務が法に明記され、消費生活トラブルを把握する重要なセンサー機能として、年間5,000件ほどを受け付け、処理を行った。

３．経由相談

消費生活相談の多様化・複雑化を背景に、各地センターにおける助言やあっせん交渉等に困難を来たす相談が増大した。そこで、PIO-NET端末が設置されていない消費生活センターや、情報面や人員面で解決困難が伴う消費生活センターなどの相談窓口に対し、処理の質的向上と、早期解決支援を目的に経由相談業務を強化し、01年３月より「経由相談ホットライン」を開始した。

当初の担当は相談員２名、各地センター用の専用電話を１回線設け、情報提供にとどま

らず、各地センターとの共同処理や移送（相談者の了解を得て、相談対応を引き継ぐ）など、国民生活センターとして処理に深くコミットした解決を目指し、その後、02年４月からは担当を順次増員し、10年４月時点では相談員11名を配置したほか、職員による時間外受付も行い、専用電話も４回線に増やして、年間で約6,000件を受付・処理した。

４．消費者トラブルメール箱

「特殊法人等整理合理化計画」（01年12月19日閣議決定）の直接相談の規模縮小を受け、消費者トラブルに関するセンサー機能強化を目的として、国民生活センターホームページ上に「消費者トラブルメール箱」と名付けた情報受信用コーナーを02年4月に開設した。開設時、１日平均9件程度の受信ペースであったが、受信件数は順次増加し、10年１～３月期には、１日平均26件の情報提供が寄せられるようになった。送信者は「30歳代・男性・給与生活者」が最も多く、契約・解約に関する情報提供はもちろん、インターネットを用いたこともあり、情報通信分野に関する情報提供が多く寄せられた。寄せられた情報を基に、事業者に事実確認を行うなど追跡調査した結果をまとめて公表した。また、09年２月には、よくある問合せとその対応をQ&Aにまとめ、ホームページ上にFAQコーナーを設置した（19年に「身近な消費者トラブルQ&A」へ名称を変更）。

５．個人情報相談

「個人情報の保護に関する法律（個人情報保護法）」が、05年４月に全面施行された。

これを機に、個人情報に関する相談の受付、助言、あっせん、各地センター向けの相談処理マニュアル作成（05年）、配布等を開始した。06年には「個人情報保護事例集」を作成し、07年には「追補版」を発行した。内閣府（09年９月から消費者庁）の担当部局とともに、全国各地で行われる個人情報保護法に関する説明会・講演会にも講師派遣を行うなど、積極的に法の周知に関わった。個人情報相談では、一般消費者に限らず、事業者や団体からの相談も受け付け、個人情報の取扱に関する相談を中心として、年間で約1,500件の相談を受け付けた。

６．土日祝日相談

08年６月27日に閣議決定された消費者行政推進基本計画における「一元的な相談窓口の設置」を受け、内閣府（現消費者庁）は「誰もがアクセスしやすい相談窓口」として、各地センターに接続できる消費生活相談ダイヤル「消費者ホットライン（0570-064-0370）」を10年１月12日より開始した。

国民生活センターでは、この施策の一環として、各地センターで整備が遅れている土日祝日の相談受付を補完するため、「消費者ホットライン」の開始に合わせ、10年１月16日より「土日祝日相談」を実施することになった。

７．情報提供と事業者名公表

国民生活センターでは、被害の再発・未然防止のため、相談情報を基に積極的な情報提供を行っているが、手口情報の提供だけでは被害拡大を防げない大規模な消費者被害が予想されるケース、度重なる改善要望にも関わらず苦情件数減少などが見られない場合には、事業者名を付した公表を行った。具体的には、01年には「海外におけるねずみ講類似のマルチ販売」、08年８月には、「携帯電話の外装保証サービスについて」、09年２月には

「競馬ソフトのマルチ販売手法について」、同年12月には「名刺広告出稿の迷惑勧誘」、10年３月には「社債販売について」で注意喚起を行った。

８．高度専門相談

相談処理に際し、法律や住宅、自動車など、高度な専門知識と豊富な経験が必要となる案件も少なくない。このため、以前は「特別相談」として実施していた専門家による助言は、「高度専門相談」として実施することとなった。弁護士や一級建築士、自動車専門家等による助言や現地調査、現場確認など、直接相談のみならず経由相談においても積極的に活用し相談処理を行った。

９．消費者トラブル110番

若者や高齢者などの年代別、あるいは通信販売やパック旅行など商品・サービス別に多く見られるトラブルは後を絶たない。そこで、被害実態の把握と注意喚起を目的として、98年度から、年１～２回程度「特別相談（110番）」を実施した。

また、07年度から、当初は東京都を幹事自治体とした関東エリアの各地センター・消費者団体と共催で行うようになり、毎年９月の敬老の日に合わせて「高齢者110番」を実施した。

10. 消費者苦情処理専門委員会

04年より総務企画部の所掌であった委員会の事務が相談調査部に移管された。同委員会は苦情相談の中でも、高度な法的判断を要する案件や解決が困難な案件等について、裁判官経験者・弁護士・大学教授などの専門家・実務家で構成される委員会に理事長が審議を諮問し、案件ごとに小委員会を設け、公正・中立的立場からの助言を受けるものであった。09年４月、裁判外紛争解決委員会事務局（ADR）が設置され、各地センターの相談処理において解決困難、あるいは法的判断が必要とされる案件は、ADRで解決を目指すこととなったことから、10年１月より、休止とした。

11. 消費者判例情報評価委員会

あっせん交渉等の相談処理における活用を目的として、消費者関連判決を収集、弁護士や大学教授などの法律専門家で構成される委員会における見解を解説として付し、データベース化した。当初、消費者苦情処理専門委員会の業務の一つだったが、04年４月の組織改変時に相談部の業務となった。年4回の委員会を通じ、判決概要や所在情報のみのものと合わせ、例年80～100件ずつ追加され、最高裁判決から簡裁判決まで、約3600件のデータが収載され、ホームページや「月刊国民生活」への掲載を通し、消費者へも情報提供した。

12. 特別調査

苦情が多発し、相談処理が困難な案件、消費生活に多大な影響を及ぼしていると思われる消費者トラブルをテーマに、96年度から実施し、制度面などの構造的問題に踏み込んで分析を行い、対応策を検討し、案件によっては、各部横断形の特別チームを編成して調査を行った。

①「インターネット消費者トラブルの現状と改善策－インターネット消費者取引を中心として―」（00年12月）

インターネット上で申し込みから契約に至った消費者取引を中心にトラブルの実情を分析し、トラブル改善への提言や消費者へのア

ドバイスをまとめた。

②「債権取立代行に係る問題―電話等通信回線を通じて提供される情報（ダイヤルQ2、ツーショットダイヤル、インターネット上の有料サイト）、レンタルビデオ等の延滞料など―」（01年12月）

電話等通信回線を通じて提供される情報料のトラブルとレンタルビデオの延滞料トラブルとでは異質であるものの、相談現場では「債権取立代行」が共通して問題になっていたことから法的考察と消費者へのアドバイスをまとめ、また業界団体及び警察庁に要望を行った。

③「個品割賦購入あっせん契約におけるクレジット会社の加盟店管理問題」（02年４月）

いわゆる「枝番」「子契約」「孫契約」などと呼ばれる直接の加盟店ではない取次店等の販売業者によるトラブルも目立っていたことから、消費者被害の実態調査及びクレジット会社の加盟店管理の実態調査を中心に問題点を明らかにするとともに、業界団体及び行政へ要望を行った。

④「特定継続的役務提供―適用外役務トラブルについて―」（02年10月）

「パソコン教室」「結婚相手紹介サービス」「スポーツ教室」「育毛サービス」についてのトラブルの実態と問題点をまとめ、「特定継続的役務」に追加することを経済産業省に要望した。

⑤「『製品回収』をめぐる現状と問題」（03年８月）

新聞の社告について、消費者、事業者にアンケートを実施し、その効果について現状を明らかにしつつ、リコールの実効性確保に向けてアドバイス等を取りまとめた。

13. 消費者契約法相談分析・支援室

01年４月「消費者契約法」（以下、法という）が施行されたことに伴い、相談案件を収集･分析するために「消費者契約法相談分析･支援室」が04年度まで設置された。

同室において各地センターによる相談案件を収集・分析し、03年３月に、業務参考資料として「消費者契約法関連相談事例集」を発行した。法改正を視野に検討資料の作成を実施するなど、04年度まで設置された。

04年度以降、担当は現在の相談情報部に引き継がれ、毎年度、「消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例等」を公表している。

また、07年度には学識経験者、弁護士、消費生活相談員らによる「消費者契約法に関する研究会」を設置し、「消費生活相談の視点からみた消費者契約法のあり方」と題する報告書を作成、３つの提言を行った。

Ⅳ　2010年代

１．2010年代の特徴

この10年の消費生活相談業務は消費者庁の設立、政府による「国民生活センターのあり方の見直し」を語ることなしにはできない。

消費者庁、各地センターとの役割分担の明確化により、国民生活センターの相談事業については、「消費生活センターの支援に特化」することとされた。その中で、各地センターの支援となるよう美容医療、決済手段など新たな分野における専門性の強化や相談手法等の一層のフィードバック、「消費者ホットライン」など消費者庁の施策の補完など、消費者庁、各地センターとの連携強化に努めてきた。自然災害や社会問題化した案件では特設電話での消費者トラブル110番も行った。

仮想通貨や定期購入、情報商材など次々と生じる新たな消費者トラブルや再び増加した架空請求トラブルなどに対しては、トラブル防止につながるようその手口や事業者名などを情報提供し注意喚起を行うとともに、関係機関への改善要望等も行ってきた。

グローバル化への対応では、越境消費者センターや訪日観光客消費者ホットラインなど新しい事業を開始した。

また、「消費者契約法」に関しては、引き続き相談現場として見直し論議に携わってきた。

２．苦情相談の充実・強化

(1) 経由相談の充実・強化と直接相談の廃止

消費者から当センターへの直接相談及び全国の消費生活センター等における相談業務を支援する経由相談に関して、「消費者行政推進基本計画」（08年６月27日閣議決定）では「国民生活センターは、国の中核的実施機関として、消費者相談（国民生活センターへの直接相談や、各地センターから持ち込まれる困難事案の解決支援）等を拡充する」とされた。09年５月に成立した消費者安全法第９条では、当センターによる地方消費者行政への援助について、経由相談による指導助言などが想定されている。

その後、「独立行政法人の事務･事業の見直しの基本方針」（10年12月７日閣議決定）において「相談事業については、消費生活センターの支援に特化することとする」「現行の直接相談については廃止する」とされたことから、経由相談の一層の充実強化を図る一方、それまで実施してきた直接相談は11年３月31日をもって廃止された。

なお、弁護士・専門技術者等専門家を活用した「高度専門相談」については、13年８月より医師による「美容医療電話相談」、15年10月より次々と登場する新たな決済手段に対応するため、専門家による「決済手段相談」を開始した。

(2) 消費者ホットラインのバックアップ

国民生活センターでは、土日祝日に相談窓口を開所していない各地センターを補完するために全国消費生活相談員協会に委託し、「土日祝日相談」を10年１月16日から開始した。さらに、平日に各地センター等に電話したが「話中」で繋がらない場合があることから、話中の相談窓口をバックアップする「平日バックアップ相談」を11年６月20日から開始した。

なお、15年７月１日より「消費者ホットライン」の電話番号が３桁化（局番なしの188番）されることに伴い、都道府県等において土日祝日を含めた相談件数の増加が予想されたため、地方支援の強化のため15年４月から土日祝日相談を当センターにおいて直接実施することとした（「休日相談」に名称変更）。

(3) 消費生活相談に直接に対応する機会の確保

「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」（10年12月７日閣議決定）に基づき、当センターの廃止を含めて法人の在り方が累次にわたり検討されたが、「消費者行政の体制整備のための意見交換会」中間整理（13年７月23日）では「これまでの見直しにより、国民生活センターの機能が低下しており、早急な回復が必要」とされ、当面の対応として「国民生活センターにおいて、新しい相談業務（「お昼の消費生活相談」）を試行的に実施」とされたことから、お昼休みに相談窓口を閉じている各地センターの支援及び平日の昼間に会社等で働いている人でも相談しやすい窓口を設置することを目的として、平日の11時から13時のお昼の時間帯に「お昼の消費生活相談」を13年７月29日より実施することとなっ

た。

このように地方支援として「休日相談」「平日バックアップ相談」「お昼の消費生活相談」を実施するなかで、消費者からの相談を直接受け付ける機会を確保することにより、当センターでは消費者問題を早期に発見し、自らも相談を処理していくことで相談支援のためのノウハウを蓄積している。

(4) 相談マニュアルの作成・改訂

新しい分野の相談対応や法令の改正に伴い、08年に作成された「金融商品に関する相談処理マニュアル」は10年、17年と改訂を行った。13年には「美容医療に関する相談処理マニュアル」を発行し、各地センター向けの説明会等も行い、14年には修正のうえ増刷を行ったところであるが、20年には法令の改正を踏まえ大幅な改訂を行った。12年には「情報通信等に関する相談処理マニュアル」を発行。この分野は技術等の進歩も早いため、変更を盛り込みやすいWEB上で改訂を順次行っているが、20年４月にも改訂を行った。

15年に改正された個人情報の保護に関する法律の全面施行に合わせ、これまでに発行したマニュアル、事例集の内容を改訂し、新たに「個人情報に係る相談処理マニュアル（17年５月改訂版）」として１冊にまとめた。

(5) 個人情報相談

「独立行政法人の事務･事業の見直しの基本方針」（10年12月７日閣議決定）での「現行の直接相談」の廃止に伴い、個人情報相談窓口も11年３月31日をもって、国民から直接、相談を受ける窓口を廃止することとなった。

16年１月に個人情報保護委員会が新設され、個人情報保護法の所管が消費者庁から同委員会へ移管されたが、各地センター等からの個人情報相談処理に関わる経由相談については引き続き実施している。

(6) 東日本大震災への対応

11年３月11日に発生した東日本大震災の影響によって、消費生活相談を実施できない地域を支援するため、同年３月27日より７月29日まで、土日祝日を含めて120日間、国民生活センターに「震災に関連する悪質商法110番」を開設した。受付対象地域等は、岩手県、宮城県、福島県、茨城県（４月11日から）の４県とし、その居住者及び他の都道府県へ避難している人からの相談を受け付けた。また、被災地域の支援という観点から、通話料無料とした。

相談対応に当たっては､震災110番開始前に各専門チームでマニュアルを作成し､110番担当者で取りまとめた。また、初日から１週間は毎朝、阪神淡路大震災時の相談窓口を経験した相談員から震災に関する相談受付の心得等の説明を受けた。被災者からの相談対応において大変参考になった。

災害時の相談では法的な考え方についての助言が必要であったことから、当時の理事長（野々山弁護士）による法律相談も行ったほか、住宅相談についても相談日を増設して対応した。東日本大震災では津波の被害で住宅自体が流されてしまったケースが多く、「110番」実施直後は住宅関連の相談は寄せられなかったが、日数の経過とともに屋根工事等住宅関連の相談が寄せられるようになった。

このほか、原発事故による放射性物質に関する相談も多く、当時緊急時対応として開設された「健康相談ホットライン」（文部科学省、独立行政法人日本研紙力研究開発機構が実施）に問い合わせるなどして対応した。

受け付けた相談情報は、以下の通り情報提供を行った。

・「震災に関連する悪質商法110番」の受付状況（計５回）

・「東日本大震災」で寄せられた消費生活相談情報（計５回）
・「震災関連トラブル速報」そのほか（計８回）

さらに、消費生活センターへの情報共有として「震災関連110番通信」（計6回）を消費者行政フォーラムに掲載した。

この東日本大震災の「110番」経験のノウハウは、その後の災害時での相談対応に生かされている。

(7) 消費者トラブル110番

10年代においても必要に応じて高齢者被害のトラブルやインターネット回線勧誘トラブルなどの110番を実施（11年12月「悪質“出会い系サイト”被害110番、13年６月「ネット回線勧誘トラブル110番」）した。また、12年１月には、医師にも同席していただいた「美容医療・契約トラブル110番」を５日間にわたって行った。さらに、大学生等が金儲けに関するソフトをマルチ商法的手法で勧誘されるトラブルについての相談が近畿圏でも目立ってきたことから12年７月には京都府、滋賀県、京都市と連携して大学生等を対象とした「110番」を実施した。

14年11月には「キャッシュレスでの買い物トラブル110番」を行った。17年の年末から18年の年始にかけては、販売預託商法によりトラブルが増加していた事業者の破産を受け、「ジャパンライフ専用ダイヤル」を設けた。

さらには、16年4月に発生した熊本地震、18年６月から７月の西日本を中心とした豪雨災害、18年９月の北海道胆振東部地震、19年秋に発生した台風による被害の災害に関して、被災地域及び被災者の方の支援と地元消費生活センター等のバックアップのために「110番」を実施した。20年度は５月から「新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン」、７月から令和２年７月豪雨に関連した「豪雨関連消費者ホットライン」を実施。

(8) 各関係機関との連携

“サクラサイト商法”（サイト業者に雇われたサクラが異性、タレント、社長、弁護士、占い師などのキャラクターになりすまして、消費者の様々な気持ちを利用し、サイトに誘導し、メール交換等の有料サービスを利用させ、その度に支払いを続けさせるサイト（主に出会い系サイト）に関する深刻な相談が、国民生活センターや各地センターに多数寄せられていることから、本トラブルの拡大防止をより一層推進するために、12年５月22日から６月29日まで関係機関等の協力を得て「詐欺的“サクラサイト商法”被害撲滅キャンペーン」を実施した。なかでもタレントになりすます案件が多く見られたことから、芸能事務所や業界団体、各地弁護士会等とも連携し、所属芸能人に向けて啓発の呼びかけを図り、芸能人タレントを一日国民生活センター長（上地雄輔氏）として消費者庁と共催で啓発イベントを実施した。そのほか、啓発グッズ（うちわ）も作成し、各地センター、全国のネットカフェ等に配布した。

14年５月には、未成年のオンラインゲーム

啓発うちわ

によるトラブルの増加に鑑み、「子どものオンラインゲーム」トラブル未然防止キャンペーンとしてクリアファイルを作成し、各地センター等に配布した。

また、キャッシュレス化の進展に伴い、その利便性を利用した新たなトラブルが増加してきた。なかでもプリペイドカード等を不正に取得しようとする業者とのトラブルもみられるようになったため、14年11月に110番を実施するとともに15年３月26日から５月末日までを「プリカ詐欺撲滅強化期間」として設定し、一般社団法人日本資金決済業協会とも連携してチラシやのぼり旗、クリアファイル等啓発グッズを作成、コンビニエンスストアなどにチラシを配布する等啓発を行うとともに、各地でも講演等を行った。

啓発チラシ

17年には成年年齢の引き下げも見据え「若者の消費者トラブル」に関する広報用クリアファイルを作成し、全国の大学生協等に配布した。

16年４月の電力、17年のガスの小売全面自由化を見据え、経済産業省電力・ガス取引監視等委員会と覚書を交わし（16年２月及び12月）、以降、連携して関連する消費者トラブルの情報提供を行っている。

３．越境取引の増加や訪日外国人への対応

(1) 越境消費者センター移管

越境消費者センター（Cross-border Consumer center Japan 以下「CCJ」）は、日本の消費者と海外事業者のトラブルの解決支援を行う相談機関として、11年11月、消費者庁による調査事業として設立された。当初は民間委託により運営され、オンラインシステムの利用や、海外機関との連携による相談処理の仕組みなど、新しい枠組みの構築のために、民間の技術やノウハウが十分に活かされた。

一方で民間委託では、ノウハウの継承や海外機関との連携の継続にリスクを抱えていたことから、調査事業で得られたCCJの成果を継続的なものとするべく、15年４月、当センターの恒常的事業として移管され、内製化に向けての準備が進められた。15年６月に当センターでの相談受付業務を開始し、その後、約３年をかけて、委託先から段階的に相談処理ノウハウをはじめとする業務を引き継ぎ、18年４月に完全にCCJ業務を内製化した。

15年４月の当センターへの業務移管前は、海外連携機関が７機関だったのが、移管後の安定的な運営を背景に、現在は15機関まで拡大した。また、相談受付件数についても、17年度まで年間約4,000 ～ 4,500件ほどで推移していたが、完全内製化した18年度は約6,300件の相談が寄せられた。これは、内製化を機に、スマートフォンによる相談受付を開始したことが大きいとみられる。

(2) 訪日観光客消費者ホットラインの開設

日本政府観光局（JNTO）の統計によると、日本を訪れる外国人観光客は、この10年間で約５倍になっており、18年は3,000万人を超えた。こうした背景に伴い、日本国内での訪日観光客の消費者トラブルも増加すると考えられたことから、当センターでは、18年12月より、訪日外国人観光客向け専用の電話相談窓口「訪日観光客消費者ホットライン（Consumer Hotline for Tourists）」を開設した。

この電話相談窓口は、一つの回線の中で相談者と相談員が通訳を交えて三者間で通話ができるシステムを利用したものであり、英語、中国語、韓国語、タイ語、ベトナム語、日本語の計６カ国語で相談の受付を開始した。さらに、20年度からはフランス語も加え、７カ国語での対応を可能とした。

４．消費者トラブルメール箱

開設時（02年度）は１日平均９件程度の受信ペースであったが、受信件数は順次増加、18年度には、１日平均27件の情報提供が寄せられるようになり、トップページへのアクセス件数は12万690件であった。

寄せられた情報を基に事業者に事実確認を行う追跡調査を実施し、その結果をまとめ、公表している。また、よくある問合せとその対応を「身近な消費者トラブルQ&A」に年間30件程度の更新を行い、19年３月現在262件を掲載している。19年度のアクセス件数は53万4,840件であった。

20年６月には「Q&A」をもとに、SNS（LINE）において、消費者トラブル解決に役立つ情報を提供するリッチメニュー方式のチャットボットを開始した。

５．消費者判例情報評価委員会

あっせん交渉等の相談処理における活用を目的として消費者問題に関連する判決を収集し、弁護士や大学教授など法律専門家で構成される委員会で検討を行う。委員会における見解を解説として付し、消費者判例情報検索ツールとしてデータベース化している。

年４回の委員会を通じ、判決概要のみのものと合わせて、最高裁判決から簡裁判決まで約4,300件のデータが収載されている。

WEB版「国民生活」への掲載を通じ、消費者へも情報提供している。

６．消費者契約法に関連する相談の分析

相談現場での活用状況を踏まえ法改正を視野に、相談事例に基づき、消費者庁との意見交換等を随時行い、法に関する委員会や検討会においても、委員やオブザーバーとして対応している。

７．情報提供

相談処理で得たノウハウや情報は、さまざまなマニュアル等を作成・改訂し、各地センターに情報提供している。また、相談処理やPIO-NET情報の分析等を踏まえ、消費者被害の防止のために手口等の問題を明らかにし、広く消費者に対して注意喚起を行うとともに、行政機関や事業者団体等に対して情報提供や、制度等に関する改善要望を行っている。

また、19年には「消費者トラブルからみる立て替え払い型の後払い決済サービスをめぐる課題」についての「特別調査」を行い、関係省庁や事業者等に情報提供を行った。

財産事案に係る消費者庁との情報共有については、「国民生活センターの在り方の見直しに係るタスクフォース」取りまとめ（11年８月26日）を受け、11年10月に「財産事案の

情報分析・提供業務に係る試行の実施について」を策定し、「財産事案情報共有打合せ」を原則毎週開催し、手口公表による注意喚起はセンターの判断と責任において行うこととした。

その後、12年10月に「消費者被害に関する情報の共有等に係る連携の強化について」を新たに策定し、引き続き財産事案情報共有打合せを実施する一方、関係省庁への要望や、業界への具体的な取組要請等については、消費者庁に意見を事前に提出する従前の在り方を見直し、センターが自らの判断と責任において独立的に行うこととなった。なお、11年10月５日より開始した「財産事案情報共有打合せ」は19年12月末までに356回開催した。

８．新型コロナウイルス関連

20年１月に中国で新型コロナウイルスの感染が確認されたのち、日本も２月に入り、感染者が増え続け、マスク等の欠品が相次いだ。相談窓口には、「どこで入手できるのか」「高額で転売されている」といった苦情のほか、新型コロナウイルスに便乗した悪質商法も出始めたことから被害の未然防止のためホームページ上で速報や事例掲載など、随時情報提供を行った（20年２月28日、３月12日、３月31日、４月３日、４月13日、７月10日）。

また、新型コロナウイルスに関する特別定額給付金を狙った消費者被害の未然防止・拡大防止の観点から、５月１日に「新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン」を開設し、２週間・１カ月・３カ月のまとめを公表した。

商品テスト業務

Ⅰ　創立から20年

1．試験室の発足から商品テスト施設の完成まで

国民生活センターが設立された約２年後の72年７月に消費者保護施策の一環として､｢試験室｣（現在の｢商品テスト部｣の前身）が設置され、商品をチェックする商品テスト業務を開始し、当初、３人の室員でスタートした試験室は、現・東京事務所の８階に事務室と実験室を構え、当初の１年間は、機器及び体制の整備に追われた。まず、試験室運営方針の諮問機関として技術顧問会及び商品テストの実務レベルでのアドバイスを行う技術研究委員会が設置された。第１回技術研究委員会は、試験室発足の翌73年11月に開催され､｢海外における商品テスト｣を議題として、消費者問題の先進国である､アメリカ､イギリス､スウェーデン、西ドイツ及びフランス等における商品テストの方法を参考に比較検討し、以後の商品テスト業務の方向付けについて意見を交換した。また、74年２月には、第１回技術顧問会を開催し、マクロ的見地から、試験室の運営方針について検討を行った。技術顧問会は､84年諸般の事情により廃止したが、技術研究委員会は、商品テストの企画立案及びテスト結果に関し､外部の有識者が､基本方針や実施計画、結果の分析・評価、公表などの事項について審議を行う商品テスト分析・評価委員会として現在に至っている。

また、商品に関わる苦情・相談解決のための苦情処理テストは、試験室発足の半年後には、すでに業務を開始し、初期の中核的業務の位置を占めていたが、73年から74年の石油危機を契機に大型耐久消費財を中心とした比較テストに重点が移り､そのための設備機器･人員・予算等の整備計画が進められた。80年２月に相模原市の｢商品テスト・研修施設｣が竣工し､｢試験室｣は｢商品テスト部｣に改組した。さらに、83年には、商品テスト２号棟が完成し、諸設備の整備により、テスト業務の内容は質・量ともに充実した。

2．苦情処理テスト

この業務は、商品に関わる苦情・相談解決のため、苦情の原因解明を行うことを目的とするもので、試験室発足の数カ月後にはすでに開始された。時まさに高度経済成長のさなかであり、水俣病の有機水銀やカネミ油症のPCBに代表される安全性に消費者の関心が集まり、苦情の内容も、合成洗剤中のABS（アルキルベンゼンスルフォン酸塩)、合成添加物、柑橘類のOPP（オルトフェニルフェノール)、カーボン紙のPCB（ポリ塩化ビフェニル)､プラスチック製品の可塑材（フタル酸エステル)、食品中の酸化防止剤――BHT（ジブチルヒドロキシトルエン)、BHA（ブチルヒドロキシアニソール)、ハム・ソーセージ類の発色剤（亜硝酸塩等）並びに食品中の重金属及び残留農薬等安全性に関するものが半数以上を占めた。このほか、この時期多かった苦情として､｢高麗人参茶のサポニン含有の有無｣､｢ローヤルゼリーの偽和物｣､｢プルーンエキスの成分｣などがある。これらは、いずれも健康志向の心理をくすぐり、高額の買い物をさせる販売方法もからんだ苦情処理テストである。以後十数年にわたって、この種の苦情は、その都度苦情処理テストとして対

応したが、85年これらを「健康食品」という一つのテーマで包括的に比較テストで取り上げ、その問題点を指摘した。

79年には、ヘアードライヤーの発火苦情が約２年間にわたって集中的に発生した。また、カラーテレビの発火苦情も81年に初めて発生し、83年には、さらにファンヒーターの点火不良の苦情が寄せられた。これらの苦情は、以後も年間１、２件程度発生し、このように成熟度の高いと思われる商品でも苦情が根絶しないものもある。

安全性を主体とした苦情処理テストの傾向は70年代後半まで続くが、その後比較テストにも重点が移るにつれ、苦情処理テストについては、比較的複雑かつ高度なものに絞って効率的に行うこととなった。また、全国の消費生活センターで実施された苦情処理テストのデータを情報管理部のコンピュータに蓄積し、端末機で検索し、情報の相互活用ができるシステムを導入した。苦情処理テストの受付件数の推移を見てみると、72年度は、年度途中から業務が開始されたことや整備に追われたこともあって、36件と少ないが、73年度142件、74年度111件、75年度113件、76年度149件、77年度130件、78年度122件と100件台で推移してきた。それ以降、比較テストが開始され、こちらにも力点が置かれるようになってからは、約60～90件となった。

苦情処理テストは、苦情現象の「再現」→「原因の推定」→「推定原因の立証」の手順を踏んで行われるが、経験の蓄積と設備機器の充実にその質的内容は左右される。前述の「カラーテレビの発火原因調査」も初めて苦情が持ち込まれた当初は、苦情検体の解体と観察により、事故原因の推定を行わざるをえず、その他は外部依頼により、問題の解決を図った。その後、設備の充実により、苦情品と同様の商品を用いて、人為的に過電圧・過電流を付加する等して苦情内容の再現を行うことにより事故原因推定の幅が広がった。また、スポーツシャツの変退色原因調査でも、当初は、汗、日光、洗濯等の染色堅ろう度を単発的に行っただけであったが、その後、「日光にあたって運動し」→「汗をかき」→「洗濯をする」というスポーツシャツのサイクルを想定して、耐光・耐汗・耐洗濯複合染色堅ろう度を測定して、変退色原因を推定する等の工夫がなされていった。これらはいずれも事故原因推定の幅と奥行きを深め、原因究明の信頼性を高めていった好例といえよう。

また、苦情処理テストは、内容の明らかでない商品の性能・効果の解明を問われることが多々あった。その一例を挙げると、永久脱毛機がある。これは、高周波により、毛根を焼ききり無駄毛を根絶するというもので、とくに毛深い女性の深刻な悩みには極めて魅力的な商品であったに違いないが、原理的にわかっても実際にその性能・効果を立証する方法が見当たらなかった。仕方なく、テスト担当職員（男性）が、実際にこの機械を使って、自分のすね毛を抜いてみて数週間経過を見るということを試みたこともあった。

いわゆるオイルショック後の物価の高騰とトイレットペーパーなどの物不足が深刻化した後の時期には、消耗の激しい生活必需品にとりわけ消費者の関心が集まった。この世相を反映して商品の量目に関するものがクローズアップされた。この傾向に関連した苦情のうち、この時期を象徴するものは、トイレットペーパーの１ロールの長さについての問い合わせであった。同時に、テスト施設の完成にともない、新たにテストが可能となった商品の苦情が一挙に顕在化し、テスト依頼が増えた。代表的なものは、乗用車を始めとする

オートバイ等車両及びその付属品関係の商品であった。また、家電製品の発火・発煙事故や自動車のリコールが増え、それら成熟商品を含めて、消費者被害の拡大防止に向けて、当センターの対応が求められた。

3．比較テスト

比較テストは、市販商品について、品質・性能・経済性・使用性等のあらゆる角度から銘柄別の比較評価を行うもので商品テスト業務の中心的業務として行われ、89年までに、約300品目の比較テスト結果を公表してきた。比較テストの第１号として「ガステーブル」のテストを行い、75年２月に結果を公表した。具体的には、グリル付き二口コンロであったが、オイルショック後のエネルギー価格高騰の折でもあり、ガス消費量と熱効率に重点をおいたテストであった。

比較テストは、開始以降徐々に、消費経済において大きな比重を占める大型の耐久消費財を中心としたものに移行していくが、その象徴ともいえるのが、76年１ ～ ３月に初めて実施し、同年６月に結果を公表した乗用車の比較テストであった。テストのうち、高速道路実走行テストは、東京～仙台、東京～岐阜間で行ったが、排ガスの測定と燃費試験等は外部委託により行った。

翌77年後半以降数年間に商品テストは、質・量ともに大きな飛躍を遂げた。80年２月、「商品テスト・研修施設」の竣工により、温暖・寒冷環境室、微生物テスト室、人工降雨室、人工日照室等の設備が整備されるとともに、専門技術者の確保により、比較テスト対象商品の範囲が拡大し、テストの質的内容が向上した。殊に、温暖・寒冷環境室の整備により、ルームエアコンその他の暖冷房器具のような季節商品や冷凍冷蔵庫等のテストが、より消費者の使用実態に近い条件で行えるようになった。さらに、微生物テスト室の整備と専門技術者の確保により、従来外部に委託してきた微生物テストの内部実施が可能となった。これらの設備機器が拡充され、人員も増加して翌81年には、年間公表品目は、33品目と過去最高を記録した。83年には、商品テスト２号棟が完成し、電波音響機器テスト室が整備されたことにより、テレビ・VTR・ステレオ等の電波音響機器のテストの内部実施が可能となった。また、この年の９月には、「シャシーダイナモメータ」と「自動車排ガス測定装置」が設置され、台上テストによる10モード燃費と排ガス等の測定が可能となり、76年に初めて乗用車の比較テストを開始して以来、外部委託によっていたが、テストコースを必要とする定地走行テストを除いて、ほぼすべてのテストの内部実施が可能となった。テストの範囲になお制約はあるものの、消費者行政の立場から、商品全般にわたるテスト体制が一応整った。

また、77年には、各地の消費生活センターとの共同比較テストを発足させた。この業務は、全国ブランドの商品だけでなく、産地及び流通面で地域性が出ると思われる商品について、全国的規模のテストの必要性が生じたことに対応し、また各地の消費生活センターと共同で同一の商品についてテストを行うことにより、相互の技術の向上及び交流を図ることを目的とした。最初の共同比較テスト品目は、食品から「即席めん」が選ばれ、参加したセンターは18センターであった。その後、共同比較テストは、衣料品、住居品及び雑品も加えて、各年度における実施品目は、多いときで３ ～ ４品目を数えた（83年～ 86年）。

比較テストは、開始当初から70年代後半に至るまでは、主として食料品や衣料品等の品

目を中心としたものであったが、80年代に入って、「商品テスト･研修施設」が竣工した時期を境に、本格的に高額かつ大型の耐久消費財を重点としたテストの実施が方向づけられた。この時期のテストの内容は、同一グレードの銘柄間比較が中心であった。

80年代後半に入って、より多くの情報をより迅速に消費者に提供することを目的として、テスト対象品のポイントとなる問題点に的を絞ってテストを行う方針を取り入れた。このテストの好例は、加速性と燃費向上を宣伝文句とした「新ハイオクガソリン」のテストである。また、従来の同一グレード間の銘柄間比較からさらに一歩進めてグレード間やタイプ別の比較を行う方式も導入した。さらに、同類商品を一つのテーマに集約してテストを実施する方法を導入した。このテストの好例としては、87年に公表した「防災用品」(「防災頭巾・ヘルメット」、「非常用持ち出し袋」、「非常食・飲料」、「固型燃料」、「緊急警報受信機」等)、89年に公表した「暖房」(「電気・ガス・石油ストーブ」、「電気インバーター式エアコン」、「石油ファンヒーター」、「ガスファンヒーター」) 等が挙げられる。なお、84年には、情報の相互活用及び業務の効率化の観点から各地消費生活センターで行った比較（試買）テスト結果をコンピュータに入力し、各地消費生活センターの端末機とのオンライン化を導入した。

比較テストの歴史のなかで大きな社会的反響を呼んだものが多々あったが、代表的なもの三例を記す。

(1)「みそ」の比較テスト結果

日本人の食事に欠かせない「みそ」の品質について、比較情報提供のため、銘柄間の比較テストを行い、79年６月に結果を公表した。異物として、ダニの死骸が混入していることがマスコミに大きく取り上げられ、みその製造工程が一般によく知られていなかったこともあり、公表後数週間にわたって消費者や事業者等関係者から問い合わせの電話が殺到した。

(2)「新ハイオクガソリン」の比較テスト

87年、加速性と燃費の向上を宣伝文句として、レギュラーガソリンの一割以上の高値で売られていた「新ハイオクガソリン」について、加速性能と燃費向上に的を絞ってテストを行った。この結果、必ずしも広告どおり燃費が向上するものでないことが明らかとなった。テスト結果を公表した88年の３月から４月にかけて通産省でも同様の結果が確認された。

(3)「健康食品」の比較テスト

いわゆる健康食品が、健康志向ブームにのって、法に抵触するような薬効表示や過大表示が目立ってきたので、高麗人参茶･エキス、カキ・シジミエキス、プルーン、梅肉エキス等７種について、85年４月にテスト結果を公表し、原材料や衛生面の問題点を指摘した。

４．その他の業務

(1) 商品テスト資料の作成

前年度における全国の消費生活センターで実施された比較（試買）テスト及び苦情処理テストの実績をまとめた「商品テスト年報」（年次報告）が、74年３月に第一号が刊行され、88年に「消費生活年報」に統合され現在に至っている。

また、各地の消費生活センターでは、消費者ニーズの多様化につれて、多様な商品テストの必要性が高くなった。これらのことから、商品テストマニュアルを要望する声が高まり、それに応えて、難解なテスト事例を収録した「商品テスト事例集」を74年に刊行し

た。この「商品テスト事例集」は、コンピュータに入力することにより84年をもって終了したが､マニュアル作成の声に応える趣旨は、翌85年に発足した商品テスト技術協力事業として発展的に受け継がれた。当初の「商品テスト事例集」は単発的なテスト事例の紹介だけであったが、新規のマニュアルは、商品のジャンル別に商品テスト技術及び方法の体系化を目指すものであり､「簡易テストマニュアル」（86年）及び「クリーニングトラブルに関する苦情処理テストマニュアル」（88年）が作成された。

(2) 商品テスト技術・評価研究会及び商品テスト企画会議

消費生活の成熟化とこれにともなう商品の多様化とともに、商品テストも複雑化し、ますます多くの分野を網羅した技術及び評価方法が必要となった。各地消費生活センターからこの種の研究会の要望が高まり、80年３月に第１回「商品テスト技術・評価研究会」を開催した。

これは、各地の消費生活センターで実施した具体的テスト事例をもとに、その技術及び評価方法について、参加者全員で討議が行われた。特に、84年に「商品テスト企画会議」が発足してからは、商品テスト企画会議で当研究会の統一テーマを設定し、これに沿った事例をもとに討議が行われた

このほか、国民生活センターと各地の消費生活センターとの業務協力、テスト品目の調整、情報交換等を行い、商品テストの効率化・情報の相互交流に資するため、84年４月に「商品テスト企画会議」を発足させた。東北・北海道、北関東、南関東、東海・北陸、近畿、中国、四国、九州の８ブロック（翌年北関東と南関東は関東・甲信越として統合されて７ブロックとなる）でブロック会議を開催するとともに、相模原施設で各ブロックの代表者により、全体会議を開催した。

84年度は、商品テスト企画会議の初年度であるため、各ブロック会議では、当企画会議の趣旨・目的及び会議の構成についての説明が中心となったが、以後、テスト実施品目、テスト技術・評価研究会のテーマやテストマニュアルのテーマ・内容等を検討するため、毎年開催を重ねた。

５．当時の課題

商品テストの内容や方法についても高齢化や情報化並びに輸入商品の増加などこれからの社会の変化に応えていかなければならないが、そのほか、大きな課題の一つにテスト装置・機器の整備が挙げられた。

試験室がスタートして20年近く、相模原市に商品テスト施設ができてから、ほぼ10年経過した。この間､科学技術は飛躍的に向上し、高度技術商品が次々に登場してきていた。しかし、それに対応して、機器のレベルアップがあまりなされなかった。

テスト機器の整備・再新にあたっては、当面のネックを解消するというのではなく、やはり10年、20年先を見通した中で考慮する必要があり、テストの方向としては、商品の及ぼす身体・生命・財産の危害等の未然防止・拡大防止を図る予防的テスト、実際の商品の使用環境等をシミュレートしたテストが重要となった。

また、商品単体のテストでは、特に問題がなかったものでも、商品と生活環境、商品と他の商品との関係で分析すれば、新たな問題が発見されるものもあった。これらのテストが実施できるよう、重点的に整備する必要があった。

Ⅱ　1990年代

1．1990年代の特徴

90年代の商品テスト業務の舵取りの大きな背景となったものは、PL（製造物責任）法の施行（95年７月）とPL法以前から焦眉の急とされていた、環境問題や高齢化社会への対応であった。PL法が施行され、制度的に原因究明機関としての位置付けが確立されたことにより、比較テストの規模が相対的に縮小され、苦情処理テストや原因究明テストに重点がシフトされた。折しも、95年に初めて「こんにゃく入りゼリー」で幼児２名の死亡事故が報告され、その後も継続的に死亡事故が発生したことから、３回の原因究明テストを実施し、各部とも連携しながら事故の未然防止の注意喚起を行った。

また、商品テスト技術協力の業務においても、90年代の商品テスト企画会議及び商品テスト技術・評価研究会のメインテーマは、PL法下の商品テストのあり方及び環境問題、高齢化社会への対応であった。

2．PL法の施行と施設の整備

PL法の施行にともない、商品に係る事故被害の救済と事故の未然防止のためのテストに対する需要が増えることが予想されたため、情勢の変化に対応するための設備面での整備も行われた。原因究明テストの成否を決めるものは、事故当時の情況、気象条件（天候、温度、湿度等）、商品の使い方、周辺の情況等をいかに忠実に再現できるかがカギであったことから、以下に述べる施設・設備の充実にあたっては、この点に力点が置かれた。

(1) 商品テスト３号棟とテストロード

94年４月には商品テスト３号棟が竣工し、さらに96年６月にはテストロード（自動車走行試験路）が施設内の敷地に整備された。これは、各地消費生活センターでは解決が困難な車両及び車両付属品のテスト需要の増加に対応するためで、設備・機器及び人員の面での条件が整備された。

商品テスト３号棟の主要設備は、自動車テスト室、走行シミュレーションテスト室（従来の二輪駆動だけでなく四輪駆動の自動車用シャシーダイナモメータを装備している）、温度可変式自動車計測室、オイル関係テスト室、タイヤ・車輪関係テスト室、金属強度テスト室などであった。

テストロードは、直線走行路（全長260m）、ISO路（材質等を国際規格に合わせた路面）、スキッドバーン（圧雪時を想定して制動時における滑りやすさをテストする）、旋回試験路（自動車の旋回性能を調べる）等のテスト機能を備えた。

これらのうちで特に、テストロードの整備は、苦情処理テスト（原因究明テスト）ばかりでなく、比較テストにおいても、従来、定地走行テストの場合、他機関のテストロードを借用していたものが、テスト可能な項目に制約はあるものの、自前でテストが可能となった点で意義深いものであった。

(2) 家庭内事故解析棟

屋外の事故のみならず、急増する家庭内での事故原因の究明もPL法施行に伴う時代の要請であった。この要請に応えるべく、98年６月には、家庭内事故解析棟が竣工した。

主要設備として、間仕切りを変えられる厨房・トイレ・個室、浴槽の高さを変えられる可変浴室、気密室等の装備を持っている。

これらにより、家庭内での事故をシミュレートして、家庭内事故の原因を究明することが可能となり、苦情処理テストのみならず、比較テストにおいても、商品が使用される環

境をも考慮に入れることが可能となり、情報の質・量両面での厚みが加味された。

３．中核的機能の充実

全国の消費生活センターの中核としての機能を遺憾なく発揮した業務が共同比較テストであった。この業務は、全国の消費生活センターと共同で同一の商品について比較テストを行うことによってテスト結果に地域性を加味するとともに、標準品について行ったテスト結果を相互にチェックすることにより、テスト技術の向上を図ることを目的としたもので、77年に開始された。

一時期３～４品目を数えたこともあったが、90年代には、毎年１品目で定着していた。各地消費生活センターの予算・設備・人員等の条件を勘案すると、大規模な家電製品や電波音響機器及び車両・車両関係商品は取り上げられないという限界があった。しかし、国民生活センターが実施する共同比較テスト品目が１品目に減った分、各ブロック単位での共同試買テストが活発化し、予算ひっ迫の情況下での商品情報の減少を補足する効率的な方策として、地方に定着することになった。

４．当時の課題

従来から実施してきた商品テスト、すなわち独自に直接テストを行って情報を提供する比較テスト等は、将来も続けていかなければならない重要な業務であることに変わりがない。しかし、予算・人員・設備の面で一定の制約がある以上、無制限の拡大を望むことは困難であった。

さらに科学技術の進歩の著しい分野、例えば電子・通信やバイオテクノロジー等の分野における問題は、商品テスト部が独自で解決できる次元のものではない。しかしながら、当然これらの分野に属する問題であっても、時代の要請に応じて適宜適切な情報を提供していかなければならなかった。

このような状況を考え合わせると、すべてを自力で解決しようとするのではなく、各種の試験研究機関との提携を密にして、それらの機関が保有する研究成果を必要に応じて抽出し、これを加工して情報化する方向が賢明であり、現実に各種の機関のリストが作成されつつあり、準備が進められた。このような動きは、各地の消費生活センターレベルでも見られるところであり、近隣のセンター同士で設備機器の共同使用やブロック内に中核となるセンターを作る構想などが見られた。

このような高度技術の面での対処のほか、例えばモバイル機器等の落下衝撃テスト、耐久消費財の長期使用による耐久性テスト、環境面に特化した比較テストなど、特に比較テストについては、テストの切り口・着眼点についての新しい研究が待たれた。

この10年間、商品テスト部も全国の消費生活センターの中核としての機能の充実に努めてきた。例えば、商品テスト情報システムの構築はその一例である。99年度末で約700件の各地消費生活センターで行われたテストの情報が蓄積されているが、質・量ともに十分とは言えない状況であり、今後はこのような情報の共有化・相互活用のためのシステムを一層充実させることが必要であると考えられた。

Ⅲ　2000年代

１．2000年代の特徴

00年代の商品テストは、①「特殊法人整理合理化計画（01年12月19日閣議決定）」の商品比較テストの廃止に始まり、②「独立行政法

人整理合理化計画（07年12月24日閣議決定）」では、生活実態に即した商品テストと関係機関との連携強化、③「消費者行政推進基本計画（08年６月27日閣議決定）」で商品テストの拡充がうたわれるなど、この10年の間に商品テスト事業そのものの見直しと、各地消費生活センターの中核機関としての商品テスト機能の強化に向けた様々な方向性が示され、特に、商品テスト強化の一環として関係する独立行政法人とのさらなる連携の強化は今後の課題として、検討が必要になった。

２．商品比較テストについて

「特殊法人整理合理化計画」で「商品比較テストは廃止し、人の生命･身体等に重大な影響を及ぼす商品テストに特化する」とされ、02年３月に商品比較テストを廃止し、重大な消費者被害に関する問題提起型テスト（独法に組織変更となる03年９月までは、苦情分析テスト）をスタートすることとなった。

商品比較テストは、新商品や話題の商品などを対象に品質、性能、安全性、使用性等について銘柄間の優劣を調べて、消費者が商品を選択する際に必要な情報を提供する目的で74年11月から約28年間に渡って実施してきた。この間、様々な商品について、消費者の視点から様々な問題を指摘し、消費者の商品選択に役立つ情報として、また業界に対する要望により商品が改善されるなど、消費者などから廃止を惜しむ声も少なくなかった。

また、商品比較テストの一環として、テスト対象銘柄を幅広く取り上げ、各地消費生活センターのテスト技術職員の技術向上などを図る目的で、各地消費生活センターの参加のもと実施してきた共同比較テストもテスト部門の縮小により参加センターも減少し、01年度の「折りたたみ自転車」「無洗米」を最後に廃止することとなった。

３．問題提起型テストへ移行

一方、新たに実施することとなった問題提起型テストは、商品比較テストと比べ発信される情報が大きく変わることとなった。

「問題提起」という名前のとおりPIO-NETなどに寄せられた苦情相談や事故情報等を分析し、消費者被害の原因となっている問題点を明らかにして、消費者被害の未然防止・拡大防止のために消費者に情報提供するとともに、業界に対しては商品の改善を、また規格･基準の問題があれば行政に様々な政策提言をしてきた。

具体的には、法律の対象外で重度の眼障害の原因となっていた「おしゃれ用コンタクトレンズ（06年２月公表）」のテスト結果により、薬事法が改正され高度管理医療機器として規制対象となったほか、子どもの窒息死亡事故を受けて実施した「電動リクライニングベッド（08年２月公表）」では、注意喚起とともに製品の改修と部品の無償交換が実施されるなど様々な成果に繋がった。また、00年代に入ってもこんにゃく入りゼリーの死亡事故がなくならないことから、２回のテストを実施し、行政や業界へ早急な事故防止策を要望した。

電動リクライニングベッド

その後、問題提起型テストは、独立行政法人として第２期中期計画（08年度）をスタートするときに、原因究明テストと一元化された。

４．各独立行政法人間での連携

「独立行政法人整理合理化計画（07年）」では、関係機関との連携強化がうたわれたことから、製品評価技術基盤機構、農林水産消費安全技術センター、国立健康・栄養研究所の３独立行政法人と08年１～３月の間に事故情報の共有や各法人が保有する技術や知見の活用を図るために連携合意文書を締結した。

この連携を実効あるものとするため、製品評価技術基盤機構とは定期的にTV会議を開催し、重大事故と原因究明に関する情報の迅速な共有により、テストの効率化と事故の未然防止・拡大防止を図った。

また、その他、専門性の高いテストを実施するため大学や研究機関に対して積極的に協力要請を行った。例えば「ソフトコンタクトレンズ用消毒剤のアカントアメーバに対する消毒性能（09年12月公表）」では、日本コンタクレンズ学会と共同でアカントアメーバに対する消毒効果の実態を明らかにするなど、国民生活センター単独で実施するには困難なテーマを外部専門機関の協力を得てテストを実施し、非常に有意義な成果を上げることができた。

５．テストの強化と消費者庁との連携

消費生活センターからのテスト依頼は、07年度が前年度比15%増の134件、08年度はさらに25%増の167件と増加の一途という状況にあり、「消費者行政推進基本計画（08年６月）」で国民生活センターは国の中核的実施機関として商品テストの拡充が示された。

このため、使用状況等を反映した商品テストや事故原因の究明に必要な施設・機器として、高精度、かつ質量分析により成分の識別判定が可能となる高速液体クロマトグラフ質量分析計や事故品を分解せずに非破壊で内部を高倍率、高精度で透視し事故原因の調査が可能となるマイクロフォーカスX線CT、燃焼器具などによる有毒な一酸化炭素等の気中濃度を測定するガス分析計など計10点の整備が図られた。

また、消費者庁が発足した09年度は、消費者庁からのテスト依頼により「乗用車用フロアマットのアクセルペダル等への影響に関する調査結果（10年３月公表）」など３件のテストを実施するとともに、各地消費生活センターからの依頼で実施した重大事故の原因究明結果を８件消費者庁へ情報提供するなど積極的に連携を図り、事故の未然防止・拡大防止に努めた。

Ⅳ　2010年代

１．2010年代の特徴

当初の３年間は、第２期の中期計画や年度計画に基づき、重大事故や表示に問題のある案件等についてテストを実施し情報提供するとともに、規格・基準の制定や改定等の政策提言を行った。13年度からは第３期中期計画に基づき、地方公共団体（消費生活センター等）から依頼のあった「相談解決のためのテスト」や公表を前提とした「注意喚起のための商品テスト」を実施し、これまで以上に地方支援並びに、消費者への注意喚起とともに、行政、業界団体への要望、情報提供を行い、現在も継続してこれらのテストを実施している。この10年間（10年度から19年度）で注意喚起のための商品テスト等公表したテストテ

ーマは111件を数えた。

また、09年９月１日に消費者庁が設立され、この10年余りの間に、特に重大事故情報の共有や必要な協力を実施し、必要に応じて同庁との連名公表も行った。

さらに、他の独立行政法人や研究機関、大学等の関係機関との連携強化が求められ、「カラーコンタクトレンズの安全性（14年５月）」や「美容を目的とした「プエラリア・ミリフィカ」を含む健康食品（17年７月）」など専門性の高い品目のテストを関係機関と連携して実施した。

２．商品テストの２本柱

10年代は、主に第３期、第４期の中期計画に基づき、次に示す二つの商品テストを実施している。

(1) 相談解決のための商品テスト

消費者が使用した商品で事故に遭ったり、商品の表示に疑問を持つなどして、最寄りの消費生活センターに相談が寄せられ、当該消費生活センターが、事故の原因究明や商品の問題点を明らかにする必要があると判断した場合、当センターはテスト依頼として受け付け、テストを実施する。その結果をもとに消費者と事業者のトラブルのあっせん等の活用を目的として「相談解決のための商品テスト」を実施している。当センターでは、09年以前は問題提起型テストやそれ以前の比較テストを業務のメインとして実施してきたため、消費生活センターからの依頼テストの実施件数は２ケタにとどまっていた。10年度の途中からは「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針（10年12月７日閣議決定）」を受け、地方の消費生活センターの支援を行うことの基本的な考え方の下、地方センターからのテスト依頼は原則として全件対応することとなり、その後は毎年ほぼ200件のテストを実施してきている。テスト報告書は、14年度に構築した「商品テストのデータベース」（消費者行政フォーラム内）に登録し、全国の消費生活センターで共有されている。

また、11年度からは、商品テストの結果を受け、事業者等が製品改善などの対応を行うなど、相談解決に至った案件について、市場に流通する商品の品質向上や消費者への注意喚起を目的に、「相談解決のためのテストから」として、19年度末で141件をホームページに掲載している。

(2) 注意喚起のための商品テスト

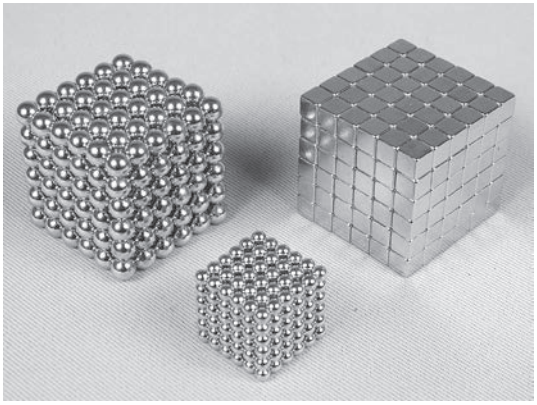
13年度からの第３期中期計画では、「注意喚起のための商品テスト」は、毎年10件以上の実施を求められ、これに対応した。18年度からの第４期中期計画では、情報提供した結果を受け、商品の改善や規格・基準等に関する改正などの成果や効果が求められるようになり、対応しているところである。

10年代の主なテストを挙げると、当センターでは、一口サイズのいわゆる「ミニカップ」に入ったこんにゃく入りゼリーについて、乳幼児や高齢者の窒息事故が相次いだことから、95年以降繰り返しテスト結果や警戒情報を公表してきた。10年５月にも表示、形状、物性、販売実態の調査とともに、事業者へのアンケート調査を実施し情報提供を行った。

また、この10年間は子どもの事故に関するテストを毎年複数件実施し、12年７月の「首掛式の乳幼児用浮き輪を使用する際の注意について」のほか、誤飲事故が多くみられたことから、14年には「ボタン電池」（６月）や「ボタン電池を使用した商品」（10月）、15年10月には「水で膨らむボール状の樹脂製品」、17年11月には「加熱式たばこ」に関しての注意喚起をいち早く行った。これに加え、18年

４月に公表した「強力な磁石のマグネットボールで誤飲事故が発生」では、多くのマグネットボールがインターネット通販サイトで扱われていたことから、インターネットショッピングモール運営事業者へ出品事業者の指導等の協力依頼を行った。19年６月には、消費者の商品事故の未然防止、拡大防止等を図るための効果的な情報発信を行うため、アマゾンジャパンと連携・協力に関する合意文書を締結した。

さらに、13年には医療機関から処方された「漢方クリーム」について、「ステロイドが含有していないとうたっているが、効果がありすぎるので調べてほしい」旨の相談が各地の消費生活センターに寄せられ、テストした結果、当該品には医薬品として承認されているステロイドが同程度含まれていることが判明し、「ステロイド不使用をうたった医療機関で処方された漢方クリームにステロイドが含有」（14年３月）を公表した。医療機関が処方したクリームの成分を調べるなど商品テスト部ならではの出来事でもあった。このほか、16年にはブームとなった水素水に関し、「水素水生成器を購入したが、水素水ができているのか疑わしいので調べてほしい」旨のテスト依頼が複数あり、「容器入り及び生成器で作る、飲む「水素水」」（16年12月）を公表した。溶存水素濃度が表示値よりも少ないものや溶存水素が検出されないものもあり、消費者だけでなく事業者からも大きな反響があった。このように、消費生活センターからのテスト依頼がきっかけになり、全国の消費者への注意喚起や情報提供につながった事例は少なくなかった。



マグネットボール

３．消費者庁との連携

09年９月に消費者庁が発足し、この10年代は、消費者安全課と毎週実施するテレビ会議を通じて、積極的に情報共有を図るとともに、首掛式の浮き輪での乳幼児の溺水事故や刈払機の使用中の重篤な事故などに関する注意喚起を含め13件を連名で公表し、連携を図った。このほか、消費者庁からの依頼によるテストや商品テストの再現映像の提供など、積極的に協力を行った。

さらに、12年に消費者安全調査委員会が設置されてからは、商品テスト部職員は様々な事故調査に専門委員や臨時委員として関わっている。

４．他の独立行政法人等との連携

「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針（10年12月７日閣議決定）」において、商品テスト事業については、製品評価技術基盤機構（NITE）及び農林水産消費安全技術センター（FAMIC）との間で商品テストの一部を迅速にできるようにするため、協定を締結する（一部略）とされたことから、独立行政法人国立健康・栄養研究所（栄養研）（現、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所）も含め３機関と協定を結んだ。

NITEとは08年５月から月１回の頻度でテレビ会議を開催し、製品事故の原因究明に関連したテスト情報や技術情報などを継続して

共有・活用するとともに、テスト品目が重複しないように互いの公表予定を確認している。さらに、栄養研や大学等の研究機関と連携し、その機関の知見を活用した専門性の高いテストを実施している。

なお､FAMICについては他機関からのテスト依頼には対応しておらず、当センターからテスト委託は行わなかったが、事故情報を定期的に共有するとともに､FAMICが主催の研修会への講師派遣等、情報共有や連携を図っている。

５．放射線測定器貸与事業

11年３月に発生した東京電力福島第一原子力発電所事故の影響による食品と放射能問題の消費者からの不安の声を踏まえ、生産・出荷サイドだけでなく、消費サイドでも食品の安全を確保する取組みを進めるべく、消費者庁と共同で地方公共団体に放射性物質検査機器の貸与事業を行っている（12年11月までに278の地方公共団体に対して392台配備）。また、全国の検査を担当する職員を対象とした研修会も随時開催している。さらに、本事業のフォローアップとして、スクリーニングレベル（基準値の1/2以上）を超えた食品の精密検査も受け付け、より精度の高いGe半導体式検出器でテストした結果を報告している。なお、依頼件数は13年度の81件をピークに徐々に減少してきている。

６．消費者行政新未来創造オフィスでの商品テスト業務

「政府関係機関移転基本方針」（16年３月22日まち・ひと・しごと創生本部決定）において、当センターは、消費者庁の検証と並行して検証を行い、移転に向けて16年８月末までに結論を得ることを目指すとされた。この決定を受け、当センターでは５月から一部の商品テスト業務を徳島県で試験的に実施し、その結果を取りまとめた。

その後、まち・ひと・しごと創生本部会合において「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」が決定され（16年９月１日)､当センターは17年度に徳島県に開設する「消費者行政新未来創造オフィス」へ参加し、商品テストにおいては、徳島県を実証フィールドとした、先駆的な商品テストのプロジェクトを実施するとされた。

そして、17年度は「地震による転倒の防止策」において、徳島県内の100件のモニター宅を訪問し、電気温水器の貯湯タンクの設置状況を調査した。また、18年度は「錠剤・カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査」において、消費者の利用状況等が錠剤・カプセル状の健康食品の品質に影響を及ぼすかを調べるために、徳島県内で利用途中の健康食品を約100名から収集し、品質や機能性成分を調査した。３年目の19年度は「スプレー缶製品・カセットボンベによる事故の防止策」において、フィールド調査の一環として100件のモニター宅を訪問し､エアゾール製品

徳島県でのフィールド調査

やカセットボンベの使用実態を調査した。

検証３年目に当たる19年８月に宮腰内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）から、20年度以降は、消費者行政新未来創造オフィスは恒常的な拠点として、名称を「消費者庁新未来創造戦略本部」とすることが発表され、当センターの商品テストについては、実証フィールドの活用が必要なテーマが限定的であること、商品テスト全体の効率的な運用への影響が懸念されることといった課題があることから、今後は必要に応じて徳島県内を実証フィールドとして活用することとされた。

危害情報業務

Ⅰ　創立から20年

1．危害業務の変遷

1974年度、相談業務が軌道に乗り、相談件数が増大するにつれて、消費者被害の拡大防止、未然防止対策が重視されるようになったため危害情報システムの開発に着手した。

危害情報システムは、①商品・サービスに関連した消費者の身体・生命の危害に関する事故、及び、②危害には至らなかったものの商品・サービスの爆発、発火・発煙、腐敗など、人身に危害を与える危険に関する事故を危害情報として収集・分析・評価して情報提供し、被害の拡大防止・未然防止をはかろうとするものであった。アメリカでは、68年、ジョンソン大統領によって「製品の安全性に対する国家委員会」が設置され、69年の全国調査で、「２千万人のアメリカ人が、毎年、家庭において、消費者製品に関連する事故のため、傷害を受けていた。そのうち、11万人が永久に障害者となり、３万人が死亡していた。製品関連の被害によって国の支払う年間費用は、55億ドルを超すであろう」との結論に達し、70年には消費者製品安全法が成立し、消費者製品安全委員会が設置され、73年には全米119の救急病院をオンラインで結んだNEISS（National Electronic Injury Surveillance System：ナイスシステム）が活動していた。

国民生活センターの危害情報システムは、このNEISSを参考として構築したものである。

75年度には、経済企画庁国民生活局長名で知事宛、理事長名で県宛に、消費生活センターの消費生活相談の中から、危害情報を収集することを依頼した。76年度には部内に、危害情報委員会を設置した。75年度に「危害」284件、「危険」348件の合計632件、76年度上期には、「危害」203件、「危険」213件の合計416件が収集され、相談総件数のおよそ１％に相当するようになり、88年度は、消費生活センターからの危害情報は、相談総件数約35万件中２千５百件で0.7％となった。

76年８月、職員２名がアメリカCPSC（消費者製品安全委員会）のNEISSを視察し、病院を利用する患者の中から、商品関連事故を収集する方法をつぶさに学んだ。また、76年11月に開催された第9回消費者保護会議は、消費者安全の徹底を重要な施策として、消費者被害の予防と拡大防止を図るため、危害情報システムの確立が必要であるとした。77年度には、国民生活センターに、部内限りの危害情報室が設置され、消費生活センターからの危害情報収集のほかに、病院からの危害情報収集を本格化することとなった。

病院からの危害情報収集は、第１回予備調査を77年３月～ ６月、第２回予備調査を78年３月～ ６月に、それぞれ３病院の協力を得て実施した。

78年度には、総務部に危害情報室を置き、消費生活センター及び全国９病院からの危害情報収集に着手した。78年９月８日、国民生活審議会消費者政策部会は、「危害情報の収集・提供システムのあり方について」（中間報告）をまとめ、「一般商品による危害を統計的に信頼しうる程度に大量に収集するための一つの現実的方策としては、国民生活センターの危害情報システムを整備拡充していくことが考えられる」とし、また、情報連絡方法と

してオンラインの検討が必要であることを指摘したことから、国民生活センターは、79年度から９病院中３病院のオンライン収集を開始した。

病院からの危害情報収集を本格化するに当たり、78年６月、ロンドンで開かれたOECD消費者政策委員会第三作業部会に、危害情報室員1名がオブザーバーとして参加した。当時の世界各国の危害情報システムは、アメリカのCPSCのNEISSの他に、イギリスのHASS（Home Accident Surveillance System）が77年に20病院から、北欧5カ国は76年から５カ国各１病院ずつから、オランダは83年に14病院からPORS（Prive Orgevallen Registratie System）を開発し、フランスも73年N.E.L.S.Sを８病院から危害情報を収集していた。危害情報室では、95年までCPSCとHASSの年次報告書を翻訳し、危害防止、消費者保護に関連する業務の参考資料として刊行していた。

国民生活センターの危害情報システムは、消費生活センターと協力病院から、生活全般にわたる商品、サービス関連人身事故を集める唯一のものであった。

86年には、行政改革に伴う組織再編により、総務部危害情報室は廃止となり、当該業務は、相談部に統合され、これに伴い相談部は相談・危害情報部に改称された。

２．主な事例とその原因

(1) 単相三線式分電盤の事故

分電盤の中にある漏電ブレーカーの中性線が焦げたため、200Vの電圧がエアコンやテレビ等にかかり故障する事故が発生した。中には98万６千円の修理費、買い替え費用を支出したケースもあった。

漏電ブレーカーの端子部にねじのゆるみなどがあると、電気抵抗が発生して発熱し電線がさびる。この繰り返しで切断する。なぜビスがゆるんだのかは、事故品が処分されていたため究明はできなかったが、事故から見ると、接触不良→欠相の発生→端子部、リード線、分電盤の焼損→100V機器の故障、の過程を経て起きていて、その結果、各部屋で使っている電気機器が故障してしまう現象であった。しかし、故障した電気機器などの補修費用について、電力会社や分電盤製造会社、工事業者のいずれにも責任の追求は困難な状況であった。

このため、当センターでは、関係省庁、電気事業連合会などに対して、電気事業法の改善検討、分電盤点検の強化などについて要望書を提出した。

(2) 家庭内階段からの転落事故

「10段あたりから玄関の土間まで転落し左腕骨折（３歳女）」「４段目から転落して尾てい骨にひび（33歳男）」「11段目で足をすべらせ転落し腰椎骨折（52歳女）」など、階段からの転落は、89年12月までに3,513件にのぼり危害総件数32,251件の10.9％を占めていた。特に、80年代後半では病院情報の第1位で増加の傾向にあった。

国民生活センターでは、82年度に、階段事故解析委員会で階段事故の解析を行ったが、さらに89年度には、実際に起きた階段事故の事例を追跡して、なぜ階段から転落するのか調査した。その結果、蹴上げ・踏面寸法が不ぞろいの場合、手すりがなかった場合などが主な原因であったことや建築基準や施工業者の安全性への配慮不足、消費者自身もマイホームの階段の危険性に気づかないことなどの問題が明らかになった。

82年に国民生活センターは、建築基準法にもとづく基準の改善によって家庭内の階段による転落等の事故防止を図るよう、関係省庁、

業界団体あてに要望書を提出した。

(3)「一日新患全数調査」

78年度に本格的な病院からの危害情報収集を開始してから10年を経過したことを機に、情報収集のあり方を再検討するため89年３月、危害情報協力病院8病院の中から４病院を選んで、「一日新患全数調査」(注) を実施した。

「一日新患全数調査」の結果は、従来の通常調査と比べると、次のとおりいろいろな点で違いがあった。

(注) 外来患者のうち全科の新規の患者に対して全数調査を実施。

①危害情報該当率

外来新患中の商品関連事故該当率は、第１回予備調査（77年3月）で1.9％～ 6.4％、第２回予備調査（78年3月）で1.4％～ 2.9％、通常調査（88年度）で0.6％～ 2.9％と推定されたが、「一日新患全数調査」では、3.4％～ 10.0％ときわめて高い状況であった。

②被害者年齢別構成比

通常調査の被害者年齢別構成比は、10歳未満が28.3％と最も多く、10代の12.5％を加えると10代以下が40.8％であるが、「一日新患全数調査」では、10歳未満15.0％、10代9.6％で、10代以下は24.6％と４割も少なくなる。かわりに、50歳代が9.8％から15.1％に、60歳代が6.6％から8.2％に、70歳代が5.4％から15.1％に、それぞれ増加した。

③被害者年齢別危害場所

危害を受けた場所をみると、通常調査では６割以上が家庭であり、12 ～ 13％が道路、９～ 10％が公共施設であるが、「１日新患全数調査」では、家庭内は47.9％と５割を割り、道路や公共施設が増えていて、とりわけ、被害者年齢別にみると、50歳代～ 70歳代の〝道路〟や〝公共施設〟における危害が多い状況であった。

これらの結果を踏まえて、89年度には、「病院からの危害情報収集検討委員会」を設けて、病院からの危害情報の的確性を検討した。85年度にも、「危害情報収集病院の適正な病院数と配置に関する検討委員会」を設置して、「現行300床以上の大規模公的病院よりは、病床規模を若干下げて200床以上の公的病院とし、若干の小規模公的病院を追加することが望ましい」との結論を得た。しかし、小都市や郡部で発生するであろう危害を拾いかねる懸念があるとされた。

Ⅱ　1990年代

１．危害情報業務の状況

90年代の危害情報業務は、前半は協力病院を増やすことへの尽力、後半は、情報の収集・分析・提供に本格的に取り組んだ時代であった。

特に特徴的な事項として、①94年７月１日のPL法の制定により、消費者の商品の安全性に対する関心が高まり、消費生活センターへの商品関連事故の相談が増えた、②94年に協力病院が20病院となり、医療機関からデータを収集する危害情報システムが全国的レベルで整備され本格運用するとともに、協力病院と連携した事故解析を行うようになったことなどが挙げられる。

国民生活センターが、全国の消費生活センターの協力を得て75年に「危害情報システム」を構築し、３年後には、システム創設当時から懸案であった、怪我をした消費者が治療に赴く「医療機関」からの危害情報の収集に着手した。当初は、３協力病院からスタートしたが、特に92年から全国的なデータを収集するよう協力病院を順次増やし、94年には全国

20病院の協力を得て、年間1万件以上の危害情報を収集する体制が整備された。

なお、病院から寄せられる一次データの中で、さらに詳細な聞き取りが必要であると判断した案件については病院からの協力を得て当該患者にアンケート調査も行った。これらの情報は、情報提供する際の貴重な参考データとなった。

また、92年に病院内に端末機を設置し、データの収集方法を郵送方式から、伝送方式に切り替え、さらに、99年に操作性を向上させた新端末機への入れ替えを行った。消費生活センターからの危害情報は、PL法の施行後、消費生活センターに商品関連事故の相談が増え、危害情報も90年度の約3,000件から、99年度には約10,000件とこの10年で大幅に増加した。

なお、これまでの「取引情報」と「危害情報」は個別のデータベースであったが、97年に一つのデータベースとして統合した。

さらに、危害情報システムに、東京都監察医務院、大阪府監察事務所、兵庫県監察医の３機関の協力を得ることとなった。

この後、危害情報システムで収集したデータを分析し、事故の解析と防止のための方策を検討する事故解析委員会等を随時立ち上げ、積極的に報告書を取りまとめ、情報提供を行うようになった。

また、PL法の施行に伴い、95年から当センターでPL法に基づく訴訟の収集を開始した。これは、日本で唯一であった。PL訴訟の収集は13年度まで当センターが行っていたが、その後は消費者庁が収集を行うこととなった。

２．事故情報分析報告書

・「乳幼児の商品事故分析報告書」1991年６月
・商品に関連する熱傷事故解析委員会報告書「熱傷を防ぐために」1993年７月
・事故解析委員会報告書「自然排気式ガス風呂釜に関する一酸化炭素中毒事故」1994年２月
・事故解析委員会報告書「商品等に関連する転倒事故」1994年６月
・事故情報分析報告書「浴室内での死亡事故 高齢者の入浴中突然死を防ぐために」1998年11月
・特別調査報告書「家庭内事故－その実態を探る」1999年６月　他

３．情報提供

PIO-NET、危害情報システム業務の中で、収集・蓄積した情報を編集・加工して消費者に有意義な情報として提供することを最重要業務と位置付け、90年代は、前に開発を終えていた消費者被害早期警戒指標（WI）算出プログラムからPIO-NETに蓄積した情報を分析し、危害・危険情報について、消費者被害注意情報や消費者被害速報等をシリーズ化して情報提供を行った。

［主な公表物］

①消費者被害注意情報（危害情報システムから）

消費者に注意を促すことに重点を置いて提供する情報。主に記者説明会において発表。

（例）

・家庭の中の落とし穴　玄関ドアで子どもが大けが（96年７月４日）

玄関ドアの事故が91年度から95年度までに144件寄せられており、約4割は幼児の事故。商品テスト部のテスト結果では、ドアのすき間に挟まれたときに最大で500kg／㎠近い力がかかり大けがをする危険性があることから注意喚起を行った。

②消費者被害速報（危害情報システムから）

入力件数が少ないうちに消費者にとりあえず危険を知らせることを目的に情報提供する情報。マスコミへのファクス送信により公表。

（例）

・お年寄りも死亡！一口サイズのこんにゃく入りゼリー（96年８月14日）

「こんにゃく入りゼリーの被害は高齢者にも起きている。乳幼児だけの問題ではない」という情報が3件寄せられたことから公表。96年8月8日時点で26件であった。

③消費者被害警戒情報（危害情報システムから）

原因究明テスト、追加調査等の事実確認結果を含め、被害防止のために警告を発することに重点を置いた情報。記者説明会で公表。

（例）

・続発！一口サイズのこんにゃく入りゼリーによる死亡事故（96年６月21日）

当センターでは、95年度に２度にわたって「一口サイズのこんにゃく入りゼリー」による窒息事故についての情報を公表したが、その後も窒息事故が続いたため、事故事例、最近の業界の対応等の他、商品テスト結果の詳細を含めた内容で、再度情報提供を行った。商品テストや表示の実態調査を行い、事故防止策として「乳幼児には与えてはいけない」旨の表示や商品を口腔内で簡単につぶせる程度に柔らかくするなどの改良の提案を行った。また、こんにゃく入りゼリーは乳幼児には与えない、簡単に口の中でつぶれるものであることを確認したうえで必ず親がそばについて与えるなどを消費者に助言した。

Ⅲ　2000年代

１．危害情報業務の状況

75年に導入された危害情報システムの業務は、機構改変に伴い96年度に相談・危害情報部から情報管理部に移った。相談・危害情報部は97年度に相談部となり、危害情報室の名称はここでいったん消えた。

その後は、情報管理部で危害情報システムのデータを活用した危害・危険情報の提供等を、一方、相談部では、相談や消費者トラブルメール箱からの危害・危険情報を追跡調査し、情報提供等を行うという体制となった。しかし、消費生活相談の８割を契約問題が占める状況で、情報提供等も契約問題に重きを置く時期が続いた。

そのような中、2005年にパロマ工業製のガス瞬間湯沸器による死亡事故や2006年８月の家庭用シュレッダー等による重篤事故が相次ぎ、消費者の製品安全に対する関心が急速に高まった。さらに、2008年１月、中国製の餃子による中毒事故発生を契機として関係機関相互の情報共有のあり方が問われるようになった。

そこで、国民生活センターが保有する事故情報の共有と有効活用により消費者被害の未然防止・拡大防止に資するため、06年９月、総務企画部に９年ぶりに、部内限りで危害情報室が設置された。

その後、危害情報室は、本格的に情報収集・分析、国民への情報提供を行うため、翌07年４月より相談調査部に置かれ、本格的に再稼動を始め、08年には商品テスト機能との連携をより強化するため、商品テスト部に置かれることとなった。

２．情報提供

危害情報室では、ハインリッヒの法則を念頭に置き、危害情報システムを活用して事故やヒヤリハットをいち早く見つけ、調査を行いスピーディに情報を提供することで、事故の未然防止・拡大防止につなげることを目標とした。特に事故回避能力が低い人に発生した事故（高齢者や乳幼児等）や不可逆性（死亡事故や後遺症が残る等）にも注視し、これらについては数が少なくても重視していくこととした。

危害情報室では、毎日危害情報システムの危害・危険データをチェック・分析し、必要に応じて追跡調査や検証を行い、可能な限り迅速に消費者への情報提供を行った。

折しも、危害情報室が再稼働を始めたばかりの07年４月に、こんにゃく入りゼリーによる小学生の死亡事故が２件寄せられた。当センターでは、追跡調査を行った上で５月23日に８度目の注意喚起を行った。しかし、その後も幼児の死亡事故が発生し、08年９月18日にも注意喚起等を行った。

こんにゃく入りゼリーによる窒息事故は、消費者庁設立の契機となった、既存の法規制等では対応できない､いわゆる「すき間事案」の象徴と捉えられているが､当センターでは、95年から事故防止への取組を行ってきた経緯がある。

（公表一例）

･「ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーによる事故防止のために－消費者への警告と行政･業界への要望―」（07年７月５日公表）

95年以降、過去８回にわたりテスト結果や警戒情報を出すとともに業界及び行政への要望を行った。農林水産省の指導もあり表示等の改善が図られてはいたものの、死亡事故が発生したことから事故の再発防止のために、かたさ・弾力性のテスト結果も含めた情報提供を行った。併せて行政及び業界に要望を行った結果、全日本菓子協会は事故対策として、一口タイプのこんにゃく入りゼリーは、子供及び高齢者には不適な食品であることが一目でわかる警告表示（マーク）を包装袋表面に、注意事項及び緊急時の対処法を裏面に記載することとした。

･「絶対に目を離さないで！浴槽用浮き輪で乳幼児の溺死も！」（07年７月５日公表）

小児科医から情報が寄せられたことをきっかけに注意喚起を行った。同種事故の調査と製品の検証を乳幼児のダミー人形を用いて行い、乳幼児の身体がしっかりシート部に納まっていないで身を乗り出したような場合や、浴槽の水量が不足気味で乳幼児の足が底につくような場合には、重心が高くなり、後ろにバランスを崩すと転覆・転落する可能性があることが分かった。安全のために考案された構造と思われるものがかえって致命的な要因となっていた。メーカー及び販売店はその後販売を自主的に中止。業界から回答があり、安全基準、製品が見直されることとなった。

･「電動リクライニングベッドに挟まれて幼児が窒息」（07年12月26日公表）

･「電動リクライニングベッドの安全性」（08年２月６日公表）

被害者の家族から消費者トラブルメール箱に情報が寄せられたことがきっかけであった。

危害情報室及び商品テスト部の職員とで現地へ調査に赴き、事故の状況について聞き取りを行うとともに、事故の原因となったベッドを引き取り調査を行った。

第１報として、被害の再発防止のために、事故発生の事実と製品情報、消費者への注意を速やかに公表した。その後、商品テスト部において、事故原因となったベッド及び同種の電動リクライニングベッド数台をテストした。その結果、事故原因となったベッドについては、リモコンの不具合により下降ボタンを押さなくてもマットが下降し続ける誤作動があったことがわかったが、それと共に他のベッドに比べマットが下降する際の挟み込み力が著しく大きいことがわかった。そこで事故の再発防止のため、業界及び行政へ対し、改善要望及びより安全性に配慮した製品の製造・販売を要望した。

当案件は、重大事故に際しての危害情報室と商品テスト部の、迅速でそれぞれの専門領域を生かした連携例の一つとなった。

このほか、乗車中シートベルトで遊んでいた子どもがシートベルトに絡められた事故が発生したことからシートベルトのロック機構に関しての注意喚起や、00年に注意喚起を行った玩具として販売されるレーザーポインターについて、法規制後も違法な玩具が出回っていることから再度注意喚起を行うなど積極的な情報提供を行った。

３．情報共有

06年10月から、関係省庁との事故情報共有のため、PIO-NETに入力された死亡事故、重篤事故を内閣府へ通知していたが、関係省庁へのPIO-NETの配備完了と共に08年6月で終了した。

09年９月、消費者庁が設置され、消費者安全法施行、重大事故は消費者庁へ通知されることとなった。危害情報室に直接重大事故の報告が寄せられることは少なくなったが、事故を消費者の視点で分析・調査し、消費者へ伝えるというスタンスは変わらず、積極的な情報提供を続けた。

４．病院危害情報収集の終了、医療機関ネットワーク事業へ

09年、消費者庁では国会審議、国民生活審議会等を踏まえて、消費生活上の事故発生時の状況などの詳細情報を医療機関から収集し、同種・類似事故の再発防止に活かしていくため、国民生活センターの病院危害情報収集システムを活用した「医療機関ネットワーク事業」の構築を決定した。

これに先立ち、当センターでは、内閣府国民生活局消費者安全課からの協力依頼を受け、新たな医療機関ネットワークの構築の検討を共に行ってきた。約１年をかけて、事業の具体化の計画策定を行い、当センターの危害情報収集協力病院20病院へ、会議及び個別説明等により新事業の説明・協力依頼等を行った。当初は、20病院すべてに新事業へ移行してもらうことを期待していたが、病院の体制や患者情報の収集の難しさもあり、移行は一部にとどまった。

これにより、77年の予備調査から始まり30余年続いてきた、全国20ヶ所の協力病院からの危害情報収集は、10年3月をもって終了し、10年11月から医療機関からの事故情報収集は「医療機関ネットワーク事業」という新たな形で発展し、活用されることとなった。新規の「医療機関ネットワーク事業」は13医療機関の参画により開始した。

Ⅳ　2010年代

１．テスト部の強みを生かした情報提供へ

危害情報業務は、09年４月から当時の相談

部に置かれていた危害情報室で行っていたが、11年４月に商品テスト部に移った。商品テスト部では、危害情報室の名称はなくなり、管理課（現、企画管理課）で業務を実施している。商品テスト部では、PIO-NETに寄せられる危害、危険情報のほかに、医療機関を利用した患者等の情報を収集している医療機関ネットワーク、また、14年から開始した直接医師から情報を得ている医師からの事故情報受付窓口（愛称「ドクターメール箱」）の情報をもとに、商品や役務、サービスによる危害・危険情報を分析・調査し、消費者に情報提供している。

商品テスト部の強みを活かし、衣食住・乗り物等、消費生活に関する幅広い商品に関する技術的、専門的な知見を活かした調査、分析を行っている。また、内容によっては、商品テストを実施することで、商品の問題点を指摘、明らかにするなど幅広い観点から調査し、危害情報案件と商品テスト案件とを区別せず、消費者へ情報発信し、さらに事業者や業界団体、関係省庁への要望を行っている。

２．危害情報業務

(1) 危害情報業務の状況

危害情報業務は、PIO-NETの危害・危険等の情報並びに医療機関からの事故情報等を調査、分析している。患者、担当医師へのヒアリング調査、インターネットを利用したアンケート調査などを実施している。また、必要に応じてテスト第１課、第２課と連携、協力し商品テストを実施し、情報発信している。

(2) 情報提供

役務、サービスに関する注意喚起としては、ブライダルエステや脱毛施術による危害情報、また、整体、カイロプラクティック、マッサージ等などの手技による医業類似行為を利用した際の危害情報、商業施設内の屋内遊戯施設などの有料の施設を利用した際に子どもがけがを負った危害情報などを取りまとめ注意喚起を行った。

商品に関わる情報としては、11年７月、小麦加水分解物質を含有する「旧茶のしずく石鹸」による注意喚起がある。本件は、湿疹やかぶれなどの事例であったが、なかには当該石けんの使用により全身性アレルギーを発症している例があり、もともとアレルギー体質ではなかった人が突然に小麦アレルギーを発症している事例も寄せられた。薬学、化学系の知識を有するテスト第１課と連携協力しつつ、医師からのコメントをとりまとめ、迅速な情報提供を行った。また、00年代後半から香りの強い海外製の柔軟仕上げ剤がブームとなったのをきっかけに、芳香性を工夫した商品の品ぞろえが広がり、柔軟仕上げ剤のにおいに関する事例が多く寄せられ、その多くの申し出内容はにおいによる体調不良であった。そのため、13年９月にテスト第１課の知見も生かしつつ、専門家の意見等も取り入れ実情を踏まえた情報提供を行った。

商品テストを実施し、テスト第２課と連携した案件としては、次のようなものがある。スマートフォンの充電中に端子が焼損する事故や使用中、充電中に本体が発熱した事例などの相談が急増し、なかにはやけどを負った事例が寄せられたため、事例を分析調査するとともに、原因究明テストの結果を含め情報発信した。また、首掛式浮き輪を浴槽で使用していた乳幼児が溺水するなどの事故が発生し、人間工学の専門家の協力のもとテストを行い、消費者庁と連名で２度の注意喚起を行った。さらに、幼児が強力な磁力のマグネットボールを複数個誤飲して、消化管に穴があき、開腹手術等したという事故情報が２件続

けて寄せられた。当該商品は「パズル」や「おもちゃ」などとうたって売られていたが、磁力の測定などをテストした結果、玩具安全基準よりも遥かに大きな磁力であり、より危険性があることがわかり、注意喚起を行った。

３．医療機関ネットワーク事業

(1) 事業開始の経緯と事業の概要

国会審議や国民生活審議会意見等を踏まえて、消費生活上の事故の概要や発生状況などの詳細情報を医療機関から適時収集することで、同種・類似事故の再発防止に活かしていく取り組みを着実に推進していくことを目的として消費者庁と連携し「医療機関ネットワーク事業」を構築し、10年11月から運用を開始した。これには、当センターの病院危害情報収集システム（1977 ～）で培われたノウハウを活用した。10年12月から情報収集を開始し、データベース（医療機関ネットワークシステム）に情報を蓄積している。医療機関から寄せられる事故情報は、正確な診察情報と、消費者相談窓口を通じて収集されるPIO-NET情報には寄せられにくい使用上の問題を含む情報を幅広く収集することができることが特徴と言えよう。

事業当初の第１期（～ 12年度）は13の医療機関が参画し、第２期（13、14年度）は24、第３期（15、16年度）は30の医療機関が参画となった。他方で17年度からは個人情報保護法に則り、情報提供に対する患者の同意取得の方法を従来より厳格に扱うようにする等の運用を変更した要因等で、第４期（17 ～ 19年度）は、24の医療機関の参画となった。事業当初から19年度末までに59,058件の情報が収集されている。本事業は、参画医療機関の多大なる協力のもと成り立っている。

(2) 情報提供

収集した情報は、消費者庁、当センターから発信される注意喚起のほかに、メール配信やリーフレットにも活用されている。子どもが歯ブラシを持って転倒し、口腔内のけがを負う事故や、ショッピングセンター等で使用されるカートからの子どもの転落事故などが寄せられ注意喚起を行った。また、東京都商品等安全対策協議会においても子どもの歯ブラシによる事故事例は活用され、対策が施された曲がる子ども歯ブラシなどが販売されることにつながった。

４．医師からの事故情報受付窓口

(1) 事業開始の経緯と事業の概要

13年に問題となったカネボウ製品の白斑トラブルを受け、消費者庁は独自に消費者事故と関係の深い医療関係の学会（皮膚科、眼科等）と連携した。当センターでは、医療機関ネットワークの参画機関以外からの情報収集を強化するため、開業医などの医師からも事故情報を収集する体制を整え、ホームページ上に医師からの事故情報受付窓口（愛称「ドクターメール箱」）を開設した（14年８月）。

(2) 情報提供

ドクターメール箱に寄せられた事例を活用した注意喚起としては、強力な磁力のマグネットボールの誤飲事故、角質ケアをうたった酸を使ったフットケア商品での化学やけど、健康食品の摂取により薬物性肝障害、コンタクトレンズによる目のトラブルが挙げられる。

教育研修業務

Ⅰ　創立から20年

1．研修班から研修部へ
―研修施設開設により講座拡充へ―

研修事業は設立当初、情報提供業務の一環として位置付けられ、普及部の“研修班”として発足した。研修業務は、まず地方消費者行政のニーズを把握し、それに応えようとするところから始まった。

最初の講座は71年９月の「展示業務セミナー」である。これは、消費者啓発事業の一つとして、各地方公共団体で数多く実施されていた消費生活展について、各地方公共団体間の情報交換と、専門家のアドバイスを得ることを内容としていた。そしてその年度内に、消費者行政全般について習得を目指す５週間にわたる「一般講座」と、実務に対応した「業務セミナー」など５講座を実施した。講座以外では、地方公共団体との共催により、「消費者問題シンポジウム」と「生活講演会」を行った。また、海外の生活事情を視察するために、関係諸団体から希望者を募り研修団を欧米に派遣した。

その後、73年度には、消費生活相談員が必要とする知識を得るための「専門講座」と、それまでは行政職員のみだった受講対象を、消費者、企業職員にまで広げ、その年のカレントな消費者問題を３者で討議する「消費者問題特別講座」を開講した。74年度には、行政で消費者相談業務に従事する者を養成する「消費生活相談員養成講座」を開講した。

相模原市に商品テスト・研修施設が開設される前年度（79年度）まで、消費者行政職員と消費生活相談員を二本柱とした研修体系であった。

商品テスト・研修施設が開設されるまでの研修会場は、71年度は都道府県会館の会議室を借り、72年７月に、現・東京事務所が竣工してからは、６階の２つの研修室を使用した。

商品テスト・研修施設が80年度に開設されるのに先立ち、79年に研修準備室（部内限り）が設置され、普及部の一事業であった研修業務が施設の開設を機に“部”となり、一段と飛躍するにあたって、研修体系を再構築することと、研修受講者用の教科書を作成することがその主たる業務となった。79年10月、研修準備室は研修部となり、新しく相模原市に完成した商品テスト・研修施設へ80年４月に移った。

この施設は宿泊設備をはじめ、視聴覚教室、図書室等を備え、研修施設として必要な設備等が完備されたものとなった。これによりそれまで消費者行政職員と相談員が中心であった研修に、消費者リーダー、企業職員を対象としたものが加わるなど、研修事業の対象が広がり、講座数も大幅に増加した。また、行政職員研修も「一般講座」のほか、短期間のものを新設し、管理職と一般職員に分けて実施するなど、きめ細かな研修を行うようになった。研修参加者は、89年度までに6.8万人を超え、研修施設を利用し、複雑・多様化した消費者問題を学習する者も年々増加した。

2．各講座の概要

(1) 消費者行政職員研修

国民生活センターの教育研修は、消費者行政職員研修に端を発しており、研修事業開始当初から、常にその中核を成してきた。この

研修は、消費者行政を推進する上で必要な知識の修得と資質の向上を図ることを目的とし、国民生活センター発足の翌71年度からスタートした。当初は、基礎講座としての「一般講座」と、実務講座としての「業務セミナー」を実施していた。

「一般講座」は、5週間という長期にわたるもので、経済社会の変化と消費生活、国・地方公共団体における消費者行政、消費者関連法や消費者問題など、基礎的知識の体系的な修得を目指した。当初は、消費者行政が発足して間がなく、「一般講座」は消費者行政職員研修の草分け的存在であった。

また、「業務セミナー」は、「展示」「啓発」「出版」「相談」「調査」「情報管理」「商品テスト」と、具体的な業務に対応した内容で、実習を取り入れて実施してきた。「商品テスト」については、商品テスト・研修施設の竣工を機に、「消費生活センターテスト技術職員研修」の名称で実施していたものである。

消費者行政職員研修については、その後、受講者側から、「一般講座」だけでなく、“もっと短期間に集約した講座を”、“管理職向けの講座を”などの要望が出てきた。研修施設の竣工を機に、それらのニーズに沿って設けたのが「短期講座」と「管理職講座」である。これらの講座を開設した80年度は、商品テスト・研修施設が完成して初めて研修を実施した記念すべき年であった。

その後、講義形式の研修ばかりでなく、受講者間の情報交換・意見交換を主にした研修方法を取り入れ、「政策フォーラム」の開設（83～87年度）、行政職員研修の中では、経験者向けの時宜を得た問題を扱い、討論会形式の運営によって積極的成果を得るという「専門講座」を開設（86～88年度実施）した。

(2) 消費生活相談員研修

消費生活相談員研修は、「養成講座」「専門講座」「研修講座」を実施した。

「養成講座」は、地方公共団体における消費生活相談業務の円滑な運営に必要な基礎的知識および技法の修得に資することを目的に、74年度から89年度の間、延べ25回にわたって実施した。主要開催地は東京、相模原であるが、地方開催の要請に応え、名古屋で1回、大阪で6回実施した。当初、地方公共団体等で消費生活相談業務に従事している者および当該業務への採用予定者のみを受講対象にしていたが、最初の相模原開催である80年度冬期（夏期は大阪開催）からは、将来的に消費生活相談業務に携わることを志す一般消費者にも門戸を開放した。実施期間は、開始当初は8週間にわたったが、この時、効率化を図り、7週間に短縮した。修了者数は89年度までに延べ804名に達した。講座内容は、消費生活相談員としての必要最低限の知識を修得するために、経済社会の変化に関する最新事情、相談員の基本理念、商品・サービスの情報および消費者保護に係る基礎的な法理論、消費者行政の理念と現状、相談実務、相談事例研究、実務実習などに及んだ。

養成講座とほぼ並行して、地方公共団体等において消費生活相談業務に携わる消費生活相談員が、相談業務を適切かつ迅速に処理する際に必要な知識および技法について、講義と相談事例研究によって修得することを目的に、73年度から「専門講座」を毎年数回実施してきた。期間は3日間で、講座ごとに食、衣、住生活などのコースを設定し、相模原のほか全国各地で開催した。80年代後半は、取引方法に係るトラブルの増加と、複雑化という相談内容の変化に対応し、契約中心のテーマで実施した。この「専門講座」は、参加者

が100名を超えることもあり、高度化･複雑化する相談の処理にあたる相談員にとって必要不可欠な講座となっていた。

さらに、相談内容の急激な変化に対応し、相談員に対してより広い視野に立った知識および技法の修得の場を提供し、水準の高い相談処理を全国的に普遍化させる目的で､「研修講座」を83年度から実施した。期間は１週間程度、ほぼ毎年２回開催し、商品の安全性、契約・解約に関する問題などの中から時宜を得たテーマを設定し、大阪で２回、名古屋でも１回開講した。

このほか、冒頭にも述べた養成講座の修了者を対象に、修了後の実務経験をもとに全国レベルで知識･経験の情報交換･交流を行い、資質向上を図ることを目的に「修了者の事後研修」を77年度から開始したが、養成講座の修了者が中心となって（社）全国消費生活相談員協会が87年度に設立されたことから、88年度以降は実施を取り止めた。

また、消費生活相談業務の地域格差の解消と水準の向上を目指し、相談員相互の連携の緊密化を図るため、78年度から84年度までの間、隔年に２日間程度の日程で「全国研修集会」を実施した。

(3) 消費者リーダー研修

消費者リーダーの研修として、「消費者フォーラム」「地域シンポジウム」「リーダー研修」を実施した。

「消費者フォーラム」は、79年度から１日ないし２日の日程で、主に東京で実施し、83年度までは「消費者政策フォーラム」の名称で、消費者問題の解決に寄与し、一般消費者の利益を増進するために活動する消費者団体の代表者クラスに対し、高度な政策問題についての討論・討議の場を提供することを目的に実施した。

84年度からは、消費者問題、消費者活動の多様化に対応するため、「消費者フォーラム」と名称を変え、消費者団体・グループのリーダー層を対象に、消費者問題の現状と消費者活動の方向について討論の場を提供することを目的に実施した。86年度までは講義とパネルディスカッションで実施し、87年度からは講義、活動報告、討論会という構成に変わった。

消費者問題に取り組んでいる全国各地の消費者リーダーが一堂に会し、学習・討論を行う場として、また各地の消費者問題や活動状況が把握できる数少ない研修会として現在も参加者の強い支持を得ている。

「地域シンポジウム」「リーダー研修」については、毎年度の当初に、地方公共団体（都道府県、政令指定都市）に対して共催希望を募り、国民生活センターと地方公共団体との共催事業として実施した。「地域シンポジウム」は、各地域における消費者活動に関するカレントな問題について、情報交換および討論の機会を提供することを目的に、71年度から実施した。また､「リーダー研修」については、地域で消費者活動を既に実践しているリーダーに対して、より高度の知識を提供し、活動水準の一層の向上と、併せて消費者グループ相互の有機的連携の発展を図ることを目的に、77年度から88年度まで実施した。期間は概ね２日程度とし、講義形式で実施した。

(4) 企業職員研修

企業職員研修は､企業の消費者志向を高め、消費者問題への理解を深めることを目的に、79年度からスタートさせた。当初は､「製造物責任」をテーマにした「特別コース」であった。翌80年度には消費者問題の現状と問題点について基礎的知識を提供することを目的に､「職員セミナー」を創設したが､この講座

は多くの企業担当者の好評を得て、その後も年2回ずつ開催した。一方、企業の消費者志向をさらに充実するためには、企業トップの理解が不可欠という内外の声に応え、83年度から「消費者問題企業トップセミナー」を開催し、年毎に参加企業が増え続け、着実に役員クラスの間に消費者問題に対する関心が高まっていることが窺えた。また、管理職を対象にした「管理職セミナー」も85年度から実施し、毎回多数の受講者があった。

企業職員研修がスタートした頃は、企業の社会的責任がようやく厳しく問われるようになった時代であり、市民の監視の目も鋭くなっていた。

この時期、消費財を生産している大企業や流通関連会社では、消費者関連部門を新設・拡充し、直接消費者からの相談や苦情・要望等を聞くための専任職員を配置する動きが活発化していた。

こうした企業側の動向を背景に、企業職員研修を開催することで、多様かつ豊富な消費者問題に関する情報を提供し、企業の消費者志向体制作りに寄与した。

一方、80年代後半には、中小企業やサービス業も消費者部門を設置し、専任担当者を配置する傾向にあり、企業職員研修の受講者もこうした新しい企業からの参加が増え、受講者層も広がった。

(5) その他の講座等

①消費者問題全国シンポジウム

地方公共団体と共催してきた「地域シンポジウム」の実績の上に、消費者問題の複雑化と広域化に対応する全国レベルでの情報交換を目指して、一般消費者および消費者活動に参加している者を受講対象として、「消費者問題全国シンポジウム」を76年度に実施した。83年度までは現・東京事務所内において２日間にわたって基調講演、分科会、全体会議と研修部の総力を注いで実施したが、84年度からは消費者月間の５月に東京で１日規模で実施することとし、対象も消費者・行政・企業の三者に広げ、基調講演とパネルディスカッションの構成で実施した。特に85年度には経済企画庁、日本経済新聞社との共催で、「'85消費者の日特別シンポジウム」として、ヴァージニア・ナウアー米大統領特別補佐官が、「アメリカにおける新しい消費者問題と課題」と題する基調講演を行った。また、87年度には経済企画庁との共催で、「消費者の日」制定10周年記念シンポジウムを開催し、その後は特別講座との一本化を図った。

②消費者問題特別講座

当面する重要かつカレントな消費者問題について、消費者・行政・企業の三者間で認識を深め、今後の消費生活の参考に資する目的で、73年度から「消費者問題特別講座」を開催した。当初は年間２回開催したこともあったが、76年度以降は各年度の集大成として年度末の３月に開催し、88年度からは、「消費者月間」の協賛事業として、毎年５月に開催するようになった。参加者はほぼ毎年600名を数えた。

③生活文化講座

広い視野で消費生活文化を捉え、新しい生活と文化の創造に資するために、85年から年２回開催した。毎回約200名の参加があった。

④海外生活事情研修

発足当初から、消費者問題の先進国である欧米諸国に調査団を派遣し、貴重な資料を収集した。「海外生活事情研修」の第１回は、71年10月に13名が参加し、約３週間にわたってイギリス、アメリカなどの代表的な消費者団体や行政庁、テスト機関等５カ国15機関を訪問した。以後、毎年秋に２ 〜 ３週間にわた

って調査団を派遣し、海外の消費者団体や行政庁とも緊密な連絡網を作り上げ、定期的に情報交換を行った。特にアメリカ消費者同盟（CU）、イギリス消費者協会（CA）といった国際的にも指導的立場にある消費者団体へは、毎年訪問して情報交換を行ったほか、「製造物責任」、「消費者教育」等のテーマを設定した上で、関係機関を訪問し情報収集を行った。

⑤教育関係者研修

87年度、研修の受講対象に学校教育関係者が初めて加わった。経済企画庁と共催で、消費者の日制定10周年記念事業として、「学校教育を中心とした消費者教育のあり方」をテーマにシンポジウムを開催したが、その際、6都府県・4政令市の教育委員会が後援したのを機に、研修の呼び掛けを行ったのが教育関係者研修の始まりである。

内容としては、消費者行政の立場から「消費者問題の現状と課題」、文部省から「消費者教育の意義」、消費者相談の現場から「最近の消費者被害の特徴」についてそれぞれ講義を、また、教育現場から実践報告がなされた。

この研修を開催した当時は、学校の教職員対象のセミナーを実施している地方公共団体は数えるほどであったが、国民生活センターが実施したことが契機となり、この後、地方公共団体においても当該研修が増加した。国民生活センターでは87年度と88年度に実施しただけであるが、その意味では呼び水的役割は果たしたと言える。

3．その他の事業

研修業務において蓄積された講師情報をもとに、各地方公共団体からの提供情報を加え、掲載候補者一人ひとりに調査・確認を行ったうえで編集した「生活問題専門家名簿」を72年度に刊行し、その後75年度には「生活関係専門家名簿」、79年度には「消費者問題・生活問題関係専門家名簿」と改訂を重ね、85年度には「'85くらしの専門家名簿」を刊行した。85年版には約1,600人が掲載され、各地方公共団体でも講師選定の際に利用されるなど、貴重な情報源となった。

また、商品テスト・研修施設開設当初より、施設を利用する講座受講者を対象として図書室が設置され、教育研修事業の一環として研修効果向上の一助を担った。図書室では各地方公共団体の消費者行政資料をはじめ、消費者問題を中心に、法律、経済、流通、情報、衣・食・住生活に係るものなど、広い分野にわたって関連図書・資料を収集し、閲覧・貸出に供している。当時、蔵書数は1万冊強。ほかに統計書40種、白書30種、雑誌80種、新聞15種を収集していた。図書室の特長として、宿泊をしている研修者のために朝7時から夜は10時まで開館し利用を図った。また、コピーはセルフサービス（有料）で利用できた。

Ⅱ　1990年代

1．研修部から研修生活研究部へ

71年度に教育研修事業を開始して以来、経済社会の変遷、消費生活の複雑多様化、規制緩和による消費者の自立支援ニーズの高まり等に対応すべく、随時、講座内容・対象の見直し、充実を図ってきた。

93年度には、地方開催講座の総称を「生活大学移動セミナー」とし、対象・内容の拡充を図った。94年度には、「消費者フォーラム」を「全国消費者フォーラム」と名称変更し、規模・内容の拡充を図り、それに伴い「消費者問題特別講座」は廃止した。また、94年度の製造物責任法（制度）の成立に当たって、制度の周知徹底を図るための研修を全国6ブ

ロックで開催した。

97年度には、組織機構改革で「研修部」から「研修生活研究部」と名称変更し、生活研究部門を設置した。生活研究部門における研究成果を生かした、質の高い高度な研修の実現に向け研修業務を強化する目的で設けられたものである。同年度には、消費者教育の講師を養成する目的の「講師養成講座」と、消費者活動の支援とリーダー養成を目的とする「消費者リーダー研修」をスタートさせた。

90年度に開催された第23回消費者保護会議で導入が決定された「消費生活専門相談員資格」を付与する事業を91年度に創設したが、97年度よりその事務は、研修部から総務企画部企画広報課に移管された。

2．各講座の概要

(1) 消費者行政職員研修

消費者行政職員研修は、研修事業の中心的講座と位置付け、地方公共団体職員を対象に消費者行政の推進に必要な基礎的知識の習得を目的として「管理職講座」「職員講座」を、また業務運営に必要な技術や実務知識の習得を目的として「業務セミナー」（啓発、商品テスト等）を実施した。また、地方公共団体において啓発講座等の講師としての人材を養成するため、効果的な話し方や組み立て方、研修機器の活用法など、消費者教育の実際的な手法を習得するねらいで「消費者教育に係る講師養成講座」を97年度に新設した。

(2) 消費生活相談員研修

消費生活相談員を対象とした研修には、「養成講座」「専門・事例講座」「相談員講座」および「相談実務講座」があった。

商品テスト・研修施設の開設後の「養成講座」は、主に相模原で開催してきたが、93年度から「生活大学移動セミナー・長期コース」としての地方開催と合わせて、年２回の開催となった。地方開催は消費者相談の多様化・複雑化に伴い各地において資質を備えた相談員を確保することを目的としており、札幌、仙台、名古屋、大阪、福岡で開催した。「専門・事例講座」は、消費生活相談員等を対象に、相談処理に必要な専門知識・技法の習得を図ることを目的として実施したが、受講希望者が多く、毎回定員を大幅に上回り盛況であった。

「相談員講座」は、消費生活専門相談員資格取得者、養成講座修了者のうち未就労者を対象に開催し、フォローアップ講座として位置付けられた。「相談実務講座」は、消費生活相談カード作成に係る知識・技術を習得するものであった。

(3) 生活大学移動セミナー

生活大学移動セミナーは、地方において消費者啓発に積極的に参加する人材の発掘・育成と、地域に根ざした問題解決を考えることを目的とし、「長期コース」「中期コース」および「短期コース」を実施した。

「長期コース」は、地方における消費生活相談員養成講座開催の要請に応えたものであり、93年度の大阪をはじめ、札幌、仙台、名古屋、福岡で開催した。「中期コース」および「短期コース」は、日程の前半はシンポジウム、公開講座、消費者活動の報告を、後半は消費生活相談員を対象に事例研究を行った。

(4) 企業職員研修

企業職員研修は、「トップセミナー」「管理職セミナー」および「職員セミナー」を開催した。「トップセミナー」は、企業の経営者や消費者関連部門担当役員を対象として83年度に開始以来、毎年多数の参加を得ているが、企業の社会的責任、消費者志向の高まりなどの時流が背景にあると考えられる。97、98年

度にはNHKの協力により、セミナーの模様が「BSフォーラム」で放送された。

他に、90年度には「初任者セミナー」を、91、92年度には製造物責任法（制度）の理解と周知を目的に「特別講座」「特別セミナー」を開催した。84年度から実施していた「交流会議」「研究会議」は、91年度で終了した。

(5) 消費者リーダー研修

消費者リーダー研修には、「全国消費者フォーラム」と「消費者リーダー研修」があった。

「全国消費者フォーラム」は、「消費者フォーラム」として、79年度から消費者リーダー層を対象に、消費者問題についての学習、活動報告、討論等を行ってきたが、参加者が増加傾向にあったことから、92、93年度には更なる参加と関心層を掘り起こすため分科会方式を試行的に実施し、94年度から規模を拡大し、「全国消費者フォーラム」と名称を変更したものである。参加対象を消費者・行政・企業とし、会場も外部に移した。１日目は全国から公募で発表者を募り活動報告や調査研究の発表及び討論を行う分科会、２日目は全体会として基調講演・シンポジウムを行った。また、97年度から消費者リーダーの養成と活動支援を目的に「消費者リーダー研修」を相模原で開催した。

(6) 三者研修

「海外生活事情研修」は、各国の消費者問題の動向を探ることを目的に、毎年欧米諸国を中心に視察団を派遣し、海外の消費者行政機関や消費者関連機関等を訪問し交流を図り、毎年視察の成果を報告書にまとめた。なお、「消費者問題特別講座」は、73年度から消費者問題について消費者・行政・企業の三者間で理解を深める目的で実施してきたが、「全国消費者フォーラム」の拡充に伴い、94年度の開催を最後に廃止した。

３．生活研究の概要

生活研究は、サービス取引に係る研究として「ホームヘルプサービスと消費者問題」「介護サービスと消費者契約」「介護事故の実態と未然防止に関する研究」を、市販図書として「消費者からみた介護保険Q＆A」を発行した。また、社会人の消費者教育に係る研究として「社会人の消費者学習」「消費者学習の体系と支援方法」を、消費者学習テキストとして「消費社会の暮らしとルール」を発行した。

Ⅲ　2000年代

１．消費生活相談員研修の拡充および消費者教育への対応

00年代は、消費者を取り巻く環境が急速に複雑化・多様化し、契約を中心とした消費者取引トラブルは大幅に増加した。これらを背景に教育研修事業は、消費生活相談員研修を中心として大幅に事業を拡大し、10年間でコース数は2.5倍、受講者数も２倍以上に増加した。新たに加えた研修としては、01年の「消費者契約法施行」「ヤミ金融の社会問題化」、05年の「個人情報保護法施行」に伴う講座の全国展開などがあるが、他方、消費者教育の重要性から学生や教員を対象とした講座の新設など、新たなニーズに即した研修も実施した。「独立行政法人整理合理化計画」（07年12月24日閣議決定）において、「消費者行政に携わる地方公共団体職員や消費生活相談員を対象とした研修に重点化を図る」と方針が示されたことから、全研修コース数のうち、これらを対象とする研修を９割以上とし、消費者行政職員や消費生活相談員を対象とした研修に重点化を図りつつ、地方への支援として地方開催を積極的に推進した。

また、組織の変遷としては、01年度より総務

企画部企画広報課から消費生活専門相談員資格制度事務局が移管されたほか、名称も04年度より研修生活研究部から教育研修部へ、さらに08年度より研修部へと変更されている。

以下、項目別に主なトピックを記すが、00年代の10年間で大幅にコース数が増加し、また年度により講座の名称を適宜アレンジしていることなどから、詳細は資料「教育研修事業におけるコース数･受講者数の推移」（資料編135頁～ 144頁）を参照されたい。

２．各講座の概要

(1) 消費者行政職員研修

消費者行政を担う職員の研修として､「管理職講座」「職員講座」および「消費者教育に携わる講師養成講座」を中心に実施してきたが、研修需要の増加に伴い、00年代後半では､「職員講座」は１回から２回に、「講師養成講座」は２回から３回と開催数を増加させて対応している。なお､「テスト職員研修」は、地方消費者行政予算の縮小に伴う受講者の減少から03年度をもって終了し、啓発等に係る「業務セミナー」も04年度をもって終了した。

(2) 消費生活相談員研修

社会の変化に最も迅速に対応して事業を拡大してきたのが消費生活相談員研修である。

相模原で実施する「専門・事例講座」はニーズに対応したテーマ設定や研修技法により好評を博し、00年代後半では予定人員を大幅に上回る状況であった。

地方では、01年の消費者契約法施行に伴い「消費者契約法講座」を新たに開始し､01年度は全国で11コースを実施した。03年度からは消費者契約法のみならず特定商取引法や割賦販売法も含めた「消費者契約に関する法律講座」として全国で13コースを開催し、06年度まで継続した。また、ヤミ金融の社会問題化等を受けて「多重債務相談への対応」をテーマとした消費生活相談員研修を02年度から相模原と地方で新たに開始した。07年度の多重債務問題改善プログラムを踏まえ、現在も引き続き同テーマの研修を実施している。さらに、05年の個人情報保護法施行に先立ち、04年度から「個人情報保護法講座」を開始し、全国で13コースを開催し、06年度まで継続した。これらの講座では、いずれも講座用テキストを作成し、全国統一の内容で実施した。

なお、消費生活相談員研修の地方開催コースとして93年度から用いている「生活大学移動セミナー」の名称は、07年度のみ「消費生活相談員移動セミナー」としたものの、08年度以降は使用していない。

(3) 消費生活相談員養成講座

「消費生活相談員養成講座」は､地方公共団体で消費生活相談業務に従事する人材の養成を目的として、74年度から長年開催してきた講座である。01年度からは開催期間を７週間から５週間（第１期は理論コース３週間、第２期は実践コース２週間）に短縮して実施した。09年度より地方消費者行政活性化に伴う地方支援事業として、基礎コース・実務コース各２週間、計４週間とし、全国６会場（札幌、東京、名古屋、大阪、神戸、北九州）で実施し、09年末の修了者数は2,304名に達した。

(4) 企業職員研修

00年に発生した集団食中毒やリコール隠し等の事件を背景に、当時の国民生活審議会では、企業における自主行動基準の検討が始まり、我が国の企業においても社会的責任(CSR)が熱心に議論されるようになった。これらを背景に、企業トップへの消費者問題に関する理解を深めることを目的とした「消費者問題・企業トップセミナー」や、職員向け研修（07年度まで実施）などで企業への情報

発信を行ってきた。

08年度以降は、地方消費者行政活性化に伴う地方支援事業として、地域における企業の消費者目線での活動を促進することを目的とした「地域コース」を開始し、08年度には４コース（札幌、仙台、大阪、福岡）、09年度には７コース（札幌、仙台、東京、名古屋、京都、大阪、福岡）を実施した。

(5) 消費者教育を志す学生や教員への研修

消費者取引の複雑化や情報通信技術の飛躍的な発展に伴い、消費者教育が一層重要となった。これを受け、03年度より教員を目指す大学生を対象として将来の消費者教育の担い手を育成することを目的に、日本消費者教育学会との共催で「消費者教育学生セミナー」を新たに開始した。同じく03年度より小・中・高等学校の消費者教育の充実を図るため、（財）消費者教育支援センターの協力を得て「教員を対象にした消費者教育講座」を新たに開始した。

(6) 消費者団体の会員等への研修

「全国消費者フォーラム」は、00年度より従来の２日間の日程から１日で完結する形式で開催した。消費者リーダーを対象とした研修は、消費者行政職員、消費生活相談員の研修に重点化を図ることとしたため、07年度をもって終了し、その役割を「全国消費者フォーラム」に委ねた。また、「生活大学移動セミナー」の一部として地方で実施してきた「公開講座」も07年度をもって終了した。なお、企業、行政、消費者を対象に実施してきた「海外生活事情研修」は、01年度に対米テロの影響で中止を余儀なくされ、その後復活したものの、04年度を最後に終了した。

３．その他の事業

72年度から刊行していた「くらしの専門家名簿」は、2000年度に発行し終了した。また、研修講座用のテキストとして、「消費者契約法を活かした相談処理」（01年度発行）、「多重債務相談への対応」（02年度初版、04年度三訂版発行）、「相談処理における法律の活用」（02年度初版、05年度改訂版発行）、「個人情報保護法　講座用テキスト」（04年度初版、05年度第２版発行）を作成した。

Ⅳ．2010年代

１．2010年代の特徴

(1) 相模原事務所研修施設の廃止とその後の活用再開

09年の消費者庁設置に伴い、当センターには地方消費者行政活性化に向けた地方支援事業として、消費生活相談員などを対象とした研修の全国展開が求められた。その対応をしている最中、「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」（10年12月７日閣議決定）において、「研修施設における研修の廃止」が閣議決定された。

この廃止決定は、地方開催の研修を優先し、相模原事務所研修施設（以下、「相模原研修施設」という）における研修を減らした結果、宿泊室や研修室の稼働率が低下したことが大きな要因であった。このことが、10年代における教育研修事業激動の契機となった。

当該閣議決定を踏まえ、80年度から相模原研修施設（80年度当時は商品テスト・研修施設）に執務室を置いてきた教務課は、11年度の後期から東京事務所に執務室を移転した。また、相模原研修施設で行っていた研修を、東京事務所の大会議室や外部会場（都内の民間施設、地方都市の会場）を借用して実施することとなった。

11年３月には東日本大震災が発生した。こ

の時は、研修実施のために確保した外部の会場が使用できなくなるなどの影響が出た。また、被災地の地方公共団体職員や消費生活相談員などの受講が困難となったことから、被災地からの研修受講者の受講料を免除する支援を行った。

その後、13年４月、参議院の「消費者問題に関する特別委員会」において、担当大臣から「国民生活センターの相模原研修施設を活用すべき」旨の発言があり、事態は一変した。早急に相模原研修施設の活用を検討することとなり、「国民生活センター相模原事務所研修施設の活用に関する懇談会」（消費者庁が開催）における検討結果が14年８月に取りまとめられた。これらを踏まえ、「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（13年12月24日閣議決定）の「14年度フォローアップ結果」として、15年度から相模原研修施設を再開させ、活用することが決定された。

再開の決定からほぼ半年間で遊休施設の状態から稼働施設へ移行させるため、インフラ面の整備や宿泊施設の管理業務の再開準備など、慌ただしく準備が行われた。

改めて相模原研修施設を研修の拠点として活用することになったことを踏まえ、グループごとに討議室に分かれて「事例検討」や「グループワーク」を行うなど、施設の特性を活かした実践的かつ参加・体験型の研修の実施を積極的に行ってきている。

なお、研修施設における集合研修の実施回数は10年度は23回であったが、19年度は約2.5倍の58回と大幅に増加しており、全国から集まる受講者間の交流が大いに促進されている。

(2) 新たな研修手法として、D-ラーニング（遠隔研修）がスタート

集合研修の拠点が廃止されたことで、これを補完する研修手法の開発が課題となった。

情報技術を活用し、インターネットを通じて講義コンテンツを配信することで、「いつでも、どこでも」研修を受講できるＤ－ラーニング（遠隔研修）を、試行を経た上で、13年度から本格的に実施した。

なお、D-ラーニングのＤは、Distanceの頭文字から取ったものである。

(3) 徳島県における研修の実施・検証

「まち・ひと・しごと創生総合戦略2015（改訂版）」（15年12月24日　まち・ひと・しごと創生本部決定）を受けて策定された「政府関係機関移転基本方針」（16年３月22日まち・ひと・しごと創生本部決定）により、当センターは、消費者庁とともに徳島県への移転に関する検証を行い、16年８月末までにその結論を得ることを目指すこととなった。

この決定を受け、16年５月９日から８月２日までの間、徳島県鳴門合同庁舎おいて、「消費者行政職員研修」「消費生活相談員研修」「消費者教育推進のための研修」を試験的に６回実施し、業務が円滑に遂行できるかという視点から検証を行った。

この試験的実施の検証結果等を踏まえ、改めて「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（16年９月１日　まち・ひと・しごと創生本部決定）が出され、17年７月より、消費者庁および当センターは徳島県庁内に「消費者行政新未来創造オフィス」を開設し、消費者行政新未来創造プロジェクトを実施することとなり、プロジェクトの一環として、徳島県における研修事業を展開した。

徳島県における研修は、「主として関西、中国・四国地域の対象者を中心とした研修」「徳島独自の研修」を実施し、３年後を目途に再度、検証を行うこととなった。

17年11月から、消費者委員会の「消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会」

における検証が行われ、19年５月に報告書が取りまとめられた。

この検証結果等を踏まえ、当センターは20年度以降、「全国的に地方開催研修を拡充するとともに、内容やコース数を見直し、徳島県にふさわしい研修については、引き続き徳島県内で開催する」こととされた。

(4) 消費者教育研修の充実

12年に「消費者教育推進法」が施行され、新たに消費者教育に関する参加・体験型の研修などが求められた。しかし、当時は外部会場において研修を実施していたため、座学が中心となり、取り入れられる研修手法は非常に限定的であった。

相模原研修施設が再開した15年度以降は、「消費者教育に携わる講師養成講座」を対象別に実施するなど、より実践的かつ参加・体験型の研修を実施している。相模原研修施設再開後まもなく、受講対象者をさらに広げ、従来から実施している「大学生・大学院生向け」や「教員向け」の研修に加え、「消費者教育コーディネーター」や消費生活相談業務に就いていない「消費生活相談員資格（国家資格）」などの消費生活関連の有資格者を対象とした研修も実施している。

さらに、民法における成年年齢の引き下げ（2022年４月施行）に向けて策定された「若年者への消費者教育推進に関するアクションプログラム」（若年者への消費者教育の推進に関する４省庁関係局長連絡会議：18年２月決定、７月改定）において、当センターにも若年者への消費者教育の担い手となる教員などへのさらなる研修の実施が求められた。

このため、従来より実施している「教員を対象とした消費者教育講座」に加え、19年度からは、新たな取組として、「教員免許状更新講習」を実施する大学に消費者トラブルの現状や対策に関して専門的知見を有する講師を派遣することで、免許状を更新するタイミングの教員に対して、消費者教育を学ぶさらなる機会を提供した。

なお、14年度に部署名が「研修部」から「教育研修部」へ変更された。

２．研修カテゴリにおける事業概要

以下では、研修カテゴリ別に主なトピックを記すが、受講者のニーズに合わせて講座の内容や名称、回数等を適宜変更しているため、詳細は資料編「教育研修事業のコース数・受講者数の推移」（135頁～ 144頁）を参照いただきたい。

(1) 消費者行政職員研修

「消費者行政職員研修」は、最も基本的な研修として、当センター設立の翌年度（71年）から実施している研修である。10年度は「管理職講座」（１回）、「職員講座」（２回）であったが、13年の消費者委員会「地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議」を受け、順次、行政職員向けの研修の種類などを増やしてきた。基礎的な知識・技法のみならず、相談対応や情報発信、PIO-NETデータの活用など、実践的な技法の習得を目的とした講座を幅広く実施している。

(2) 消費生活相談員研修

「消費生活相談員研修」は、現在、実施回数が最も多く基幹カテゴリという位置づけの研修である。情報技術の進展や高齢化に伴い、複雑・多様化する相談への対応が求められるようになってきたことに加え、消費者庁設置に伴い整備された「地方消費者行政活性化基金」の活用により、受講希望者が急増した。これらの状況を踏まえて「専門・事例講座」をはじめとするレベルアップ研修を大幅に拡大した10年間であった。

特に10年代中盤から「消費者契約法」「特定商取引法」などの消費者法の改正内容の習得をはじめ、キャッシュレス決済、インターネット取引、災害関連の消費者トラブルなど、極めて多岐に及ぶテーマで研修を実施している。地方開催の研修を含めると、16年度以降年間70回を超える研修を実施している。

なお、長年継続してきた「消費生活相談員養成講座」は、前述の基金を活用して都道府県が実施する業務となったため、12年度をもって中止した。

(3) 消費者教育推進のための研修

12年の「消費者教育推進法」の施行を踏まえ、新たに本カテゴリを設定した。以前より、消費者教育の講師となるために必要な基礎知識・技法の習得を目的とした「消費者教育に携わる講師養成講座」を、消費者行政職員研修や消費生活相談員研修として実施していたが、その後本カテゴリに整理し、若年者・高齢者・見守り関係者等対象者別に研修を実施し、現在に至っている。実施に当たっては、ワールドカフェなどの新たな討論の手法を導入した。また、16年度より「消費者教育コーディネーター育成講座」を新設するなど、順次拡大を図ってきた。

従前から継続している「消費者教育学生セミナー」「教員を対象とした消費者教育講座」においても、消費者教育推進法第２条第２項の「消費者市民社会」構築に向けた取組を積極的に取り入れて実施してきた。

18年の通常国会において、成年年齢を引き下げる「民法の一部を改正する法律案」が成立し、それに伴う消費者教育が急務となった。このため、教員対象の講座を増加させ、19年度から地方開催の研修も実施した。加えて、前述のとおり、「若年者への消費者教育推進に関するアクションプログラム」を踏まえ、新たな取組として、教員の免許状更新講習を実施する大学に協力する形で、教員に対し、消費者教育を学ぶさらなる機会を提供している。

(4) 企業職員研修

12年度までは全国主要都市で実施していたが、地方支援事業の終了とともに13～14年度は東京事務所で実施した。15年度からは、相模原研修施設の活用再開に伴い、消費者庁所管法令の最新情報を提供することを目的に「コンプライアンスセミナー」という名称で、会場を相模原事務所に移して実施した。

17年度からは消費者部門担当者に限定せず、企業職員全体を対象に、消費者志向経営・消費者関係法令や消費者に関連する制度の理解を促進することを目的に、「消費者問題に関する企業職員セミナー」という名称で実施し、SDGｓ（持続可能な開発目標）と企業経営の関連について取り上げるなど、時宜に合わせ幅広い内容で実施してきた。

19年度以降、受講しやすさを重視して会場を東京事務所に戻すとともに、１日でコンパクトに学べるカリキュラムで実施している。

なお、長年継続してきた「消費者問題・企業トップセミナー」は、経営者層の参加が減少したことから、11年度をもって中止した。

(5) 消費者支援のための研修

消費者問題などに取り組む関係者のために、年に一度の集い・情報交換の場として継続してきたのが「全国消費者フォーラム」である。この10年間は、「消費者市民社会の構築」「エシカル消費への取り組み」「成年年齢の引き下げ」など時宜に合わせたテーマで発表・討論を実施し、毎年600名前後が参集する恒例イベントとして定着している。

さらに、改正「消費者安全法」の施行に伴い、16年度以降、地域の消費生活サポーターを育成・支援する研修も新たに開始した。

(6) D-ラーニング（遠隔研修）

11年度の後半から相模原研修施設という研修拠点を失い、外部会場で研修事業を実施することとなったため、集合研修を補完する研修手法として、情報技術を活用して東京から地方にリアルタイムで講座を配信することや、作成した講義コンテンツを全国へ配信する試行・検証を11年度より実施した。

検証の結果、講義コンテンツを全国の消費生活センターなどにインターネット配信する方法が最も効果的と判明したため、13年度から本格的に実施している。

消費生活相談や消費者教育などに関する知識について、地元にいながらにしていつでも習得可能なため、配信先が増えており、19年度の総配信箇所数は、約1,000カ所となった。

(7) 東日本大震災への対応

11年３月の震災発生に伴い、被災した地方公共団体から「震災対応経費が膨大になることから、研修負担金を捻出することが困難」との申し出がなされた。このため、11年度には被災地４県（岩手県、宮城県、福島県、茨城県）から「消費者行政職員研修」「消費生活相談員研修」を受講する場合は、研修受講料を免除する措置を実施した。

また、震災直後の11年３月に実施予定であった「全国消費者フォーラム」は、参加者の安全確保を最優先してやむを得ず中止したほか、11年度に仙台で実施予定であった「消費生活相談員養成講座・短期コース」は会場が使用不可となったため、東京事務所に会場を変更して実施した。

(8) 新型コロナウイルス対策への対応

新型コロナウイルスの感染が拡大し始めた20年２月下旬、参加者の健康と安全を最優先に考え、「全国消費者フォーラム」の中止を決定した。また、２月下旬から３月に相模原施設や徳島県内で予定していた４講座（消費生活相談員研修：３講座、消費者教育推進のための研修：１講座）も中止することとした。

20年度に入り、４月７日には、新型インフルエンザ等対策特別措置法に基づく「緊急事態宣言」が発出され、都道府県をまたぐ移動の自粛が要請されたことや、当センターでも職場の「密」を回避するため交代で在宅勤務が実施されるなど、講座の準備・実施に支障が出ることが明らかとなった。このため、７月第３週までに相模原施設等で予定していた17講座（行政職員研修：４講座、消費生活相談員研修10講座、消費者教育推進のための研修：３講座）を中止することとした。

なお、地方開催の研修については、研修参加のための移動距離や時間が少なくて済むなどのメリットがあることを踏まえ、原則中止とせず、共催先の道府県と調整の上、実施を秋以降に延期した。

中止した講座の代替措置として、18年度と19年度に配信したＤ－ラーニング（遠隔研修）のコンテンツ24本を４月24日～７月10日まで急きょ再配信し、地方公共団体の職員等の研修の機会の確保に努めた（延べ5,120人が受講）。また、20年度に配信を予定していた新規コンテンツ12本に加え、さらに３本新規コンテンツを配信することとした。

中止を余儀なくされた研修は、地方公共団体の職員等を対象とした研修にとどまらず、９月に予定していた「消費者教育学生セミナー」、７月下旬から８月に予定していた「教員免許状更新講習」（４講座）についても、共催先の意向等を踏まえ、開催を見送った。

９月以降、１講座当たりの受講者数を制限し「密」を回避するとともに、検温等の健康チェックの実施や施設や備品の消毒など、感染対策を徹底して研修を再開することとした。

調査研究業務

Ⅰ　創立から20年

1．調査研究業務の変遷

国民生活センター法（＊）第19条で､｢国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究を行うこと｡｣と規定されたことから､組織として調査研究部を設置し、調査研究事業と研究図書出版事業を実施した｡(＊国民生活センターが特殊法人だった際の設立根拠法)

調査研究事業では、担当業務部門である調査研究部内での討論をもとに幾つかの研究テーマを選定し、アンケート調査を主体とした方法で実態調査を行い、国民生活の実情と動向の把握に努めた。この言わば、自主研究が調査研究事業の中心であり、調査研究業務の主要業務でもあった。

当センターにおける初年度研究とも言うべき71年度研究は、次のような研究テーマのもとに開始された。

(1) 主要商品・サービスについての実用知識に関する研究
(2) 主婦のための買物チェック・リストの作成に関する研究
(3) 総合福祉指標の作成に関する研究
(4) 国民生活環境施設、社会資本充実に関する研究
(5) 国民生活意識の現状と社会的緊張に関する研究
(6) 公害防除対策とその効果に関する研究
(7) 情報化時代における職場・家庭・地域生活に関する研究
(8) 年齢別賃金・所得パターンの変化と人口老齢化対策に関する研究

ここには当時の時代状況の反映がみられ、GNPにかわる福祉指標、生活環境、公害といった高度経済成長への反省を込めた経済的・社会的問題を研究対象とし、非経済的側面では、生活意識研究を課題として設定された。また、〝情報化〟社会、〝高齢化〟社会の到来を見通した課題も既に射程に入っていたが、消費者情報の提供はまだ調査研究事業の一隅を占めるにとどまっていた。しかし、この研究テーマは、前掲した他のテーマが国民生活研究所時代の研究領域と研究方法を継承しているのに対して、当センターの調査研究事業にとって新たに必要なテーマとして「実用的調査研究」の名のもとに設定された点に特色があった。

一つの研究テーマは通常３年程度の期間をかけて追究されるが、研究成果は単年度ごとに出せるよう取り組まれ、毎年度研究報告としてまとめられた（３年にわたる研究成果の蓄積は、後述するように、別途「研究双書」として公表される場合がある)。71年度から89年度に至る間の研究報告は、調査報告書をはじめ海外資料の翻訳等を含め、また発表形態では一冊の報告書として刊行したもの、当センターにおける調査研究分野の機関誌『国民生活研究』に掲載したもの等を含め、総数にして130点余に上った。

2．調査研究事業の変遷

調査研究報告をその目的と内容から便宜的に幾つかの問題領域別に分類し、以下、調査研究事業の変遷を記す。

(1) 福祉

センター発足当初の調査研究事業では「国民生活の総合的把握と将来展望」を一つの重

要な研究テーマとしていた。このため、総合福祉指標の作成と国民生活構造の体系的把握、および国民福祉の向上の二側面から研究テーマを設定し、71、72の両年度にわたって「社会指標」に関する外国文献の翻訳および関連文献の概要紹介等の文献研究、「国民福祉向上の課題と展望」について講述による広い分野からの意見の聴取を行っている。その後、同種目的の研究として、77年度に生活の質の概念や最低水準に関するアメリカ環境保護庁の研究資料を翻訳した。

このほかに、具体的な公共サービスを対象とした福祉問題についても事例研究を行った。

(2) 住宅、生活環境、公害

住宅、生活環境、公害といった領域を対象に都市問題等の新しい貧困問題を継続的に究明した。

まず71年度から73年度にかけては「生活環境」問題を取り上げ、大都市、大都市ニュータウン、地方都市（総合的都市機能、ベッドタウン的都市機能、工業的都市機能の各都市）といった都市タイプの異なる地域を選定し、そこに居住する世帯を対象に住宅、通勤、生活環境施設、公害、自然保護等の現況とこれらに対する不満と要望を調査し、環境整備と街づくりの在り方を探った。74～77年度には中核都市および隣接の中小都市の人口急増地域の世帯に前記と同内容調査を実施した。

このほか、大都市圏の「住宅」問題を手がけた。77年度研究では、首都圏周辺部の建売住宅急増地域において一戸建建売住宅を取得した世帯を対象に、取得住宅の質量水準・取得経過・取得価格・資金調達・前住宅等の状況調査を行った。またその後、これらの調査と同一地域を中心に、住宅問題の10年後の変化を調べた（86～87年度）。また、持家の住宅問題のほかに、「賃貸住宅居住」の問題も東京都区部の公営および民営アパート居住世帯を対象にした調査や（80年度）、住宅に関する消費者問題も取り上げた（81年度）。

71年度から75年度にかけては、公害問題として、公害防止計画、鉱山公害、公害被害者救済制度、家庭および産業廃棄物を事例に、「公害行政・公害対策」の特質と問題点について実態調査を含めて理論的・実証的に究明した。

(3) 生活意識

「生活意識」に関する研究はすでに62年度より始められており、当センターにおいても71年度から87年度にかけて継続され、調査研究事業の主要課題であった。「暮らしむき満足感」、「収入満足感」、「階層帰属意識」といった生活意識については基本項目として長期的な時系列変化を読み取れるよう調査設定をするほか、各時期の社会的・経済的課題を組み込んで実態調査を行った。例えば71年度には「社会的緊張」を課題として、人びとの不安や不満の実態および不安・不満の理由を掘り起こそうと試みた。

72～73年度には、70年代における新しい生活価値観の発見、価値観変化の方向性を探ることを課題とし、人びとの生活領域を6領域に区分し、それぞれの領域における生活行動に随伴する価値意識の把握を行った。続く74～75年度では、これからの生活の方向性を見い出すべく、生活行動のうち経済的行動、社会的行動、文化的行動の三つの行動についてその態様を調査し、それらの行動との関連で生ずる欲求を捉えようとした。

76年度では、急激な物価上昇と不況下における所得・消費・貯蓄の実態および生活意識を問題として、経済的行動と生活意識の相互関連性を究明しようと試み、80～81年度は、

低成長期に入って大きく変わったと言われる消費者の意識に焦点を当て、消費者意識変化の階層性を確認する作業を行った。

さらに、このような消費者意識が現実の消費行動面にどのように反映されているか等の観点からも実態分析を加えている(83～85年度)。また、〝情報化〟が進展するなかでの消費者情報に注目し、消費生活に影響を及ぼす消費者情報の利用実態を明らかにした（87年度)。

以上の生活意識研究の中には余暇問題も一部取り上げているが、独立した研究テーマとしても「余暇」にかかわる領域を扱い、79年度と85年度に余暇に関する実態調査を行った。

(4) 高齢者問題

人口の〝高齢化〟に伴う問題としては、71年度に、大企業定年退職者および中小企業雇用者（いずれも1912年以前に出生の男性）を対象とした「高齢者生活」の実態を、職業歴、現在就業中もしくは非就業中である理由、本人と妻の所得、家計収支、住宅所有の有無と面積、貯蓄保有状況、退職金受給状況、高齢期生活についての意見等の面から調査した。

73年度には、東京都在住の60～74歳男性のいる老人夫婦世帯を対象にその生活実態を調べるとともに、職業、年金、住宅、医療に関する高齢期のソーシャルニーズについても実態把握を行った。さらに5年後の78年度には、年金給付の大幅な改善と高齢者の雇用事情悪化という新たな状況を迎えた高齢者世帯を対象に、再度調査を行った。その後、高齢者事業団に加入している60歳以上の男女を対象に生活実態を解明すべく調査を行った（88～89年度)。

(5) 地域生活

都市と農山漁村を対象に地域特有の生活問題も扱っている。都市の「生活問題」では、高度成長に伴う急激な経済的・社会的変化およびオイル・ショック後の不況による生活問題に視点を据え、74年度から76年度にかけて、住宅と地域の環境条件、家庭の暮らしむき、地縁・血縁関係等について調査し、それら諸側面の相互関連性を検討する一方、都市住民の生活基盤や生活の安定性が男性世帯主の有無・世帯主の労働力状態・就業条件（職種、企業規模など）によってどのような違いをみせるかについても考察を加えた。

農山村地域についても、農家家計、医療、保育、教育、共同利用施設、消費者問題、住民意識等の広範囲にわたる側面から「住民生活」調査を行い、農山村における生活の変化を総体的に捉えた（81～82年度)。

さらに、農山漁村地域における生活の在り方と同時に生産の在り方を構造的に捉え直すため、「地域自給」システムに着目した作業を試みた（82～84年度)。

(6) 農水産物の流通・共同購入

74年度から、消費者グループによる産直活動、地域生協による協同組合流通、有機農産物をめぐる生産者と消費者の提携運動に関しての研究を行った。

この分野では、まず、価格安定という観点から「産直」の理論的・実証的分析を手がけている（74年度)。次いで、消費者グループによる産直活動のもつ意味と社会的役割を実態調査によって把握し、そこから消費者グループの産直活動の発展と方向性を展望した（76年度)。また、地方公共団体による産直活動の試みについても検討を加えた（77年度)。

さらに77年度からは、食品公害を問題とする視点から、有機農業生産者と消費者の提携運動を中心とした「有機農業運動」の調査を始め、消費者グループと有機農業生産者を対象にした事例調査と実態調査を実施した（77

年度～80年度)。これによって、有機農業運動の到達点と問題点を明らかにし、運動の拡がりと方法の可能性を探った。

このほか、生協と農協の活動にも注目し、地域生協による産直活動の具体的活動例および生協組合員の購買行動の実態をもとに生活協同組合の流通機能の実証的分析を行い、「協同組合流通」の発展方向について検討し（83～84年度)、また、単位農業協同組合と消費者グループによる生産と流通にかかわる独自のシステム作りを事例に、農協と都市消費者との結びつきを可能にする条件を求めた（85年度)。

その後、消費者運動の経済活動分野である「消費者流通」を取り上げ、水産物と米の共同購入運動について事例調査を行っている（86～87年度)。また、共同購入や生協といった流通ルートのほかに、デパートや大手スーパーでも有機農産物を取り扱うところが現れてきたことから、全国のデパート・スーパーを対象とした調査に取り組み、そこでの有機農産物取り扱いの現状と問題点についても考察した（88年度)。

(7) 消費者問題

消費者問題への取り組みは、「消費者のための商品実用知識」を提供することから始まり、電気洗濯機、電子レンジ、生命保険を事例とした「買いものチェック・リスト」を作成した（71～72年度)。このような消費者情報の提供は消費者教育に資することを目的に行われたが、その後は、実用的知識への関心から「消費者教育」そのものの研究へと進んだ。まず73年度に、わが国における消費者教育の歴史的背景を明らかにし、その現状については学校、消費者行政、消費者団体、企業など諸分野で実施されている消費者教育の実態調査に着手した。

そしてこの調査により、学校教育の分野における消費者教育がとくに立ち遅れていることが分かり、学校における消費者教育の現状把握、北欧の学校における消費者教育関連資料の翻訳紹介を行った（74～76年度)。併せて、講座・講演会の開催を中心とする地方公共団体の消費者教育についても現状と問題点を明らかにするなど、消費者教育の体系化のための作業を実施した（75～76年度)。

その後ほぼ10年を経て、87年度より、「消費生活センターにおける消費者教育の現状と課題」、「子供の消費生活と消費者教育－家庭における消費者教育を中心に－」など、消費者教育に関する研究を再開し、報告書を取りまとめた。

消費者教育に続く消費者問題として消費者訴訟と消費者運動に取り組んだ。「消費者訴訟」の研究では、まずアメリカにおけるクラス・アクション（集団訴訟）の動向を紹介する翻訳作業を手がかりとし、次いでわが国において裁判所が消費者の権利主張をどこまで認めているかを『判例時報』掲載の判例をもとに考察した。表示、訴訟救助制度、取消訴訟の可能性、債権者代位、文書提出義務・提出命令、消費者運動・住民運動の方法の限界を事例とした判例研究であった（76～78年度)。「消費者運動」に関する研究も、まずアメリカの消費者団体の活動状況を紹介することから始まり、続いてわが国の消費者団体の結成状況と組織・活動の実態を調査し、消費者運動の課題を探った（77～79年度)。

次いで、「自治体の消費者行政」を取り上げ、オイル・ショック以降の物価急騰を契機に地方公共団体では消費者の生活の安定と向上を図ることを目的に消費生活条例の制定に乗り出していたが、この条例の制定過程および運用の現状をとくに消費者運動との関連で

――消費者運動がどのように関与しているかという視点から――事例調査を行った（81年度）。消費生活条例の制定が進展するとともに、これに続く地方消費者行政の新たな動き（たとえば生活文化施策の導入など）が問題となり、その動向を促える調査を加えた（82～83年度）。

消費者被害の具体的事例を俎上にのせた調査研究も行った。82年から83年にかけてサラ金や信販会社等のクレジット関連トラブルが多発し、深刻な消費者被害として社会問題化したことから、サラ金被害者を対象としてサラ金など消費者信用の借入状況、サラ金利用後の家族生活への影響等を調査すると同時に、サラ金二法（83年11月「貸金業の規制等に関する法律」、「出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律の一部を改正する法律」）施行後のクレジット・サラ金業界の実態をも調査し、消費者信用にかかわる消費者被害の実態と問題点を摘出した（84～86年度）。

その後、経済の〝国際化〟の進展に伴う新しい消費者問題として、「輸入食品」の増大にかかわる消費者問題を取り上げた（88年度）。

89年度研究では「地域における消費者教育」、「消費者条例」、「国際化のなかの消費者教育」が主なテーマである。前述のように国民生活センター発足当初には狭義の消費者問題は僅かに消費者教育に関連するテーマに限られていたが、最近では、後述する消費者問題基礎調査の新設を含めて、消費者問題は調査研究事業の主要な研究領域となった。

(8) その他の生活問題

65年度より71年度にかけて家族の「ライフ・サイクル」研究を行い、60年代前半以降の急激な社会変動の過程で家族がどのように変容したかを歴史的に追究することによって、戦後における国民生活の構造変化を明らかにし、転換期にあるといわれた国民生活の展開方向に光を当てようとした。当センターでの作業はこの一連の研究作業の最終段階にあたり、社会変動が集約的にあらわれている東京に居住する世帯を対象に、生活歴の実証的分析を行った。

このほかの生活問題としては「食生活」がある。主婦を対象に、食生活の現状にみられる特徴と問題点を検討した（77年度、80年度）。次に、東京の大企業勤労者世帯を対象に調査を行い、夕食面からではあるが、勤労者世帯の食生活実態を捉えた（81～82年度）。

(9) 世帯主こづかい実態調査

この調査は、世帯主が個別に行う収支行動の調査で、第1回調査は旧国民生活研究所時代の67年に実施されたが、その調査目的は、家計簿では捉えられない世帯主の個別収支部分を家計簿に計上されている収支部分に加えることによって、従来では家計簿のみから得られていた収支の大きさと支出構成を修正し、世帯の生活費の大きさと支出構成をより正確に把握しようとすることにあった。調査は、首都圏の公団賃貸住宅居住勤労者世帯を対象とする1カ月間の家計簿調査に併行させて、世帯主の個別収支部分を1カ月間にわたり日々記帳する「こづかい帳」調査を1組にして行われた。

この調査結果は新聞等マスコミで〝サラリーマンのこづかい〟調査として取り上げられ、67年度調査の結果をもとに〝260円亭主〟なる言葉も造られ、広くマスコミを賑わした。

第2回調査は72年度、第3回が75年度に行われ、77年度の第4回以降は毎年度継続実施され、86年度の第13回をもって終止符を打った。

(10) 消費者問題基礎調査

87年度からは、「世帯主こづかい実態調査」にかえて「消費者問題基礎調査」を継続テーマとしている。この調査の特徴は、当センターに蓄積された全国的な相談事例や社会変化の動向などから、とくに問題があると思われるものを取り上げて調査を実施することにあった。

初年度の調査では、最近の消費生活相談の30%近くが若年層で占められている点に着目し、当センターに寄せられた消費生活相談のうち当事者が29歳以下の者を対象に、商品・サービスの購入・契約の動機、販売手口、トラブルの内容等の追跡調査を行い、「若年層の消費者相談」の実態を報告している。次いで88年度には、商品先物取引、現物まがい取引、原野商法など詐欺まがいの販売方法８種を取り上げ、当センターに蓄積されている苦情事例を中心にその販売手口や苦情の実態を明らかにした、「利殖商法にかかわる消費者トラブル」の資料を作成した。

89年度には、主に株式市場上場企業の消費者窓口など消費者対応部門を対象に、その組織の現状、苦情・相談の動向、消費者情報の収集状況、消費者啓発の実施状況、消費者対応部門のこれからの課題についてアンケート調査を行い、〝情報化〟〝国際化〟のもとで新たな産業活動を展開している企業の「消費者対応」の実態を知るための基礎資料を作成した。

以上の研究結果、調査結果は前述のように「報告書」として取りまとめており、主に第一次源泉資料として「国民生活白書」等各方面に利用された。

３．研究図書出版

研究図書出版は調査研究事業に次ぐ大きな調査研究業務である。この事業では「研究双書」、「国民生活研究」、「消費生活年報」の編集・発行を行った。

(1) 研究双書

調査研究事業の成果は報告書として発表され、関係機関等に提供されているが、このような公表方法とは別に、研究成果をより広く世に問う目的で「研究双書」を市販した。前述のように、一つの研究テーマは通常では3年前後をかけて取り組まれるが、これが終了した段階で、数次にわたって発表された報告書を再検討し、必要によっては補足調査を加えて、この間の研究成果を新たに一冊の書籍に取りまとめて上梓する――これが「研究双書」であった。

この20年間の双書の発行点数は19冊に上り、シリーズの内容は、生活意識、コミュニティ、生活環境、ライフ・サイクル、高齢労働、表示規制、サラリーマンのこづかい、消費者運動、住宅、食生活、山村生活、公共サービス、サラ金・クレジット、有機農業・地域自給など多岐にわたっていた。

(2) 国民生活研究

「国民生活研究」は旧国民生活研究所の機関誌として62年４月（第１巻第１号）に創刊され、70年10月（第9巻第10号）から国民生活センターに受け継がれた。以後、71年３月（第10巻第３号）まで当センターの機関誌としてほぼ毎月発行を続け、創刊から数えて通算100号を刊行した。しかし、当センターの事業分野が拡大するのに伴って、本誌一誌でその活動を代表させることが不可能となったため、71年６月より当センターの調査研究分野の機関誌として発行を続けることになり、編集は当センターの調査研究部内に設ける編集委員会が行う体制へと移行した。雑誌の性格も従前の総合誌的性格から調査研究誌としての性

格を明確にした専門誌へと装を変えた。巻数も第11巻に改め、月刊から年４回（６、９、12、３の各月）の季刊発行に変えた。

季刊「国民生活研究」は、当センターが行った調査研究の成果と、併せてセンター内外の国民生活に関する調査研究成果を掲載することを目的とし、原稿は原則として未発表のものに限り、論文（400字づめ100枚以内）、調査報告（同前）、研究ノート（同50枚以内）、書評（同30枚以内）等を掲載した。大学、都道府県等の地方公共団体、各地の消費生活センター、図書館など当センターとの関係が深い機関・研究者に提供され、他は書店等を通して購読された。

(3) 消費生活年報

88年度からは、新たな事業として「消費生活年報」の定期刊行を始めている。消費者行政、内外の消費者運動、企業の消費者対応など消費者問題の動向を広く多方面から把握し分析するとともに、従来当センターが個別に発行してきた「生活相談概要」、「全国消費生活相談統計年報」、「危害情報報告書」に掲載されている詳細な相談情報・危害情報データのエッセンスを集約して、消費者相談の動向を明らかにした。加えて、消費生活関連資料として、当センターが作成している諸統計・業務資料をコンパクトにまとめるほか、消費生活関係調査報告書の抄録、消費者問題年表等を付し、消費者問題に関心を持つ人たちの活用に供した。

以上のように、調査研究の主要業務は自主研究を主体とした調査研究事業であり、これに研究図書出版事業が加わる。しかし、予算面からみると、「消費生活年報」の発刊もあって、研究図書出版の事業費が年々比重を高め、調査研究事業費は絶対的にも相対的にも縮小傾向となった。

調査研究業務では、このほかに調査研究の受託事業も実施した。受託は、調査研究事業の推進に寄与すること、調査結果が原則として公表されること、営利を目的としたものではないことを条件としており、総じて当センターの目的と業務内容に添うことを原則として当センター外からの調査委託を受け付けた。都道府県や市など地方公共団体、経済企画庁など中央省庁、農協等から調査委託を受け、「国民生活選好度」をはじめ「生活ニーズ」、「消費生活の動向」、「生活環境条件・施設等の現況」、「家計簿からみた生活実態」などについて調査を行った。

Ⅱ．1990年代

１．調査研究業務の再編

90年代の機構再編に伴い調査研究業務の体制・内容ともに大幅に変化した。同業務は、従来、調査研究部の担当業務として、①一般研究（国民生活の実情と動向に関する自主研究）、②研究図書出版（研究双書、「国民生活研究」の編集・発行）、③消費者問題基礎調査（基礎調査の実施及び「消費生活年報」の発行）の業務を行ってきた。

96年度には、調査研究部は縮小・再編成されて、調査研究室として総務部内の組織となった。翌97年度は、業務・組織の再編が大規模に実施される中で、調査室に改称されるとともに、業務内容のうち、従来、一般研究の中で実施されてきた高齢者問題、消費者教育関連分野の研究業務は研修生活研究部（現・教育研修部）に、「消費生活年報」の作成業務は企画広報課に移管された。

また、97年度には、情報管理部で実施していた、国民生活動向調査及び消費生活関連比較情報等の調査関連業務は企画広報課に移管

され実施することになった。

２．90年代の調査室関連業務

(1) 一般研究

一般研究は、「国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究」という業務の目的から、研究対象・領域についても、その時々の社会・経済状況を反映したテーマが選定されている。以下では90年代の一般研究を問題領域別に概観してみる。

①有機農産物の流通・食関連テーマ

80年代から継続している消費者集団による提携運動の現状をまとめるとともに、有機農産物の表示・基準とその問題点を明らかにしている。また、93年の冷害に際しては、産直運動の動向を特別栽培米との関連でまとめ、94年には食品の日付表示問題を考察した。

②環境問題

従来、環境問題は、住宅問題、公害問題、生活環境問題を含めた総合的都市問題として実施されてきたが、90年代では、生活環境問題を中心として展開されてきた。具体的には、生活環境と農地（生産緑地関連）、都市農地と住環境整備（まちづくり運動等）、環境問題に対する消費者行政の動向など地方公共団体の住環境政策及び消費生活条例における環境への配慮条項などの課題を取り上げる一方、健康住宅、大型小売店の環境対応に関する調査を実施している。

③PL（製造物責任）制度関連

90年代の新たなテーマとして製造物責任制度問題が挙げられる。法律問題については、77年度の「消費者訴訟に関する判例研究」、81年度の「消費生活条例に関する資料」等断片的に取り上げられてきていたが、90年代ではPL問題に焦点を合わせて、APEC諸国の消費者被害救済制度の現状などを調査した。

④高齢者問題

高齢期の生活問題は、70年代初期の定年退職者の生活実態調査以来、調査研究部の研究領域の一つとして定着してきた。90年代では、高齢期生活実態調査などを通じて高齢者の自立の条件及びサービスニーズの現状を探るとともに、在宅介護サービスの現状と問題点などを取り上げている。

⑤消費者教育

70年代初期、消費者教育の歴史的背景とその動向から出発した消費者教育に関する研究は、90年代では、社会人に対する消費者教育の動向を中心に展開された。95年には、横浜国立大学との共同研究「社会人に対する消費者教育のシステム化」が行われた。

高齢者問題及び消費者教育関連分野は、97年度から、研修生活研究部の生活研究部門に移管された。

(2) 消費者問題基礎調査

基礎調査は、87年度から継続テーマとして実施されており、90年代では、企業の消費者対応部門を対象とした消費者対応に関する実態調査を実施する一方、96年度に行われた消費税率引き上げ後の消費動向に関する研究などが行われた。なお、99年度からは、従来の一般研究と消費者問題基礎調査を併せて、「消費者問題基礎調査研究」として実施されている。

(3) 研究図書出版

90年代に出版された研究双書は、「高齢者の自立をめぐる消費者問題」（90年）以下7冊があるが、一般研究が「消費者問題基礎調査研究」に名称変更された99年度から、研究双書は廃止され、97年度に刊行された「戦後消費者運動史資料編」が最後の研究双書となった。

「国民生活研究」は、99年度末で第39巻第４

号を刊行した。

この他、調査研究の委託事業も実施しており、90年代では、経済企画庁、横浜市、全国農協中央会からの委託調査を実施した。

(4) 消費生活年報

88年度から刊行している「消費生活年報」は、PIO-NETのデータ集計等全国的な消費生活相談の動向をまとめる他、当センターが作成した諸統計・業務資料をまとめ消費者問題に関わる年鑑としての役割を担ってきたが、97年度の業務・組織の再編に伴い、調査室から企画広報課に移管された。

(5) 国民生活動向調査

71年度に開始された「国民生活動向調査」は、大都市に居住する主婦を対象とした全国規模の意識調査であり、調査項目は大別して、商品やサービスに対する不満・被害等の時系列テーマと各回ごとに設定される特定テーマから成り、90年代の特定テーマは、老後、ゴミ問題、商品の安全性、クレジット契約、プライバシー関連、表示問題、暮らしと情報、家事関連サービス、社会参加活動への意識と実態、購買行動とグリーン購入であった。

(6) 消費生活関連サービス比較情報

比較情報は、サービスに対する情報需要の増加を受けて、73年度から開始された。90年代では、有料老人ホーム、クレジットカードなど消費生活に関連するサービス比較情報を提供し、消費者がそのサービスを利用する際の選択情報とする他関連業界の傾向を把握する資料としての役割も担った。

(7) サービス情報データ・バンク

「サービス情報データ・バンク」は、さまざまな新しいサービスが出現するなかで、サービス内容が消費者にあまり知られていないニューサービスについて、事業者への調査・取材などを中心に周辺情報を加えて、サービス内容・仕組みの実態、選定の目安、利用上の注意事項など消費者情報をまとめたものであった。

90年代では、在宅介護サービス、介護保険、介護用品レンタルサービス、高齢期の「住まい」ガイドなど高齢者向けのサービスのほか、電子マネー・電子決済・デビットカードなどについて情報を提供した。

Ⅲ．2000年代

１．調査研究業務の再々編

調査研究業務は、00年代初頭は総務企画部（元・総務部）調査室と研修生活研究部（現・教育研修部）で実施していたが、04年度以降は、組織再編のなかで、04年から07年までは相談調査部（現・相談情報部）に調査室を設置し同業務を実施し、08年からは情報部（現・情報管理部）で実施した。

２．調査研究

調査研究事業はPIO-NET情報等を活用し、①消費者問題の課題となっている分野においては、より踏み込んだ実態調査を実施、また、②消費者問題として顕在化していない生活問題の分野にも、消費者問題としての観点から実践的調査研究を実施して、報告書を作成し、情報提供を行っている。

さらに、調査研究に際して、専門家や有識者による研究会を設置して課題等の検討を重ね、提言や関係機関への要望を行った。

00年度以降は、措置から契約へ転換した高齢者福祉の課題、少子化社会の保育・学童保育の課題、情報化社会の課題、生活環境の問題、消費者契約のあり方、消費者被害の未然防止や消費者対応の課題などに関して、以下のとおり総数26件の調査研究を実施した。

00年：「介護契約にかかわる相談の実態」、「消費生活センターにおける環境対応の現状」

01年:「介護サービスと介護商品にかかわる消費者相談」、「ハウスメーカーのシックハウス対応に関する調査」

02年:「投資型金融商品の取引における消費者保護」、「知的障害者、精神障害者、痴呆性高齢者の消費者被害と権利擁護」、「介護が必要な高齢者のための住宅改修」、「米英韓三カ国の行政による消費者被害救済制度」

03年：「投資取引における消費者向け情報(英米日比較)」、「子どもの消費者トラブルの現状と特徴」、「入所施設とグループホームで暮らす痴呆性高齢者・知的障害者の金銭管理と権利擁護」、「消費者取引分野の違法行為による利益の吐き出し法制」

04年:「訪問販売業界等の自主ルールに係る問題点」、「美容医療にかかわる消費者被害の未然防止にむけて」、「子どもの個人情報に係る消費者トラブルの現状と対応」、「認知症高齢者、知的障害者、精神障害者のグループホームにおける消費者問題と権利擁護」

05年:「食品関連事業者の消費者対応」、「有料老人ホームをめぐる消費者問題」、「多重債務問題の現状と対応」

06年:「利用者と施設長がみた保育サービスの実態」、「第三者がとらえた高齢者ホーム」、「不招請勧誘の制限」

07年:「学童保育の実態と課題」、「消費生活相談の視点からみた消費者契約法のあり方」

08年：「学童保育の安全-求められる放課後の安全な生活空間、格差の解消、保険への加入」

09年:「学童保育サービスの環境整備－都道府県の取り組みに大きな格差」

なお、09年の学童保育の調査研究において、当センターからの要望を受けて、厚生労働省が都道府県等の担当係に対し、「放課後児童クラブの運営に当っての留意について」、「事故防止等について」が発出され、契約の健全化が図られるとともに、事故の報告様式が示されるなど、事故の実態把握に向けた取り組みが進められた。

このように、国や地方公共団体における政策の企画立案に貢献し、諸研究部門や実務家、消費者の抱えている問題の解決やトラブルの未然防止に貢献した。

３．研究図書の出版

消費者問題や生活問題に関する研究論文等を掲載した研究誌「国民生活研究」（季刊）の編集を行い、毎年４回発行した。

本誌の特徴は、①消費者問題をはじめとする幅広い生活問題についての調査研究誌であり、②当センターが行った調査研究の成果を掲載しているだけでなく、外部の専門家にも門戸を開放して、さまざまな国民生活に関する調査研究の独創的な成果を掲載した。

00年度の第40巻以後に掲載した「論文」数は130に上り、「調査」13、「研究ノート」等９、「書評」６、「図書紹介」６などもあった。

執筆者は、当センターの職員に加え、大学などの研究者、消費者団体のメンバー、医師、行政職員、法律家など、多方面の専門家が、調査研究の成果である論文等の執筆をしている。そのため、ひとつの消費者問題の課題に対して、研究者の立場、立法担当者の立場、被害者の立場、その救済をしている弁護士・医師の立場、消費者運動の立場からなど多角的な論文の構成になっている。

さらに、掲載論文の内容は、EUやアジアにおける消費者取引行為の規制、問題商法などの消費者被害防止の課題、消費者市民社会に向けた社会人教育や学校教育の課題、学童保

育の安全に関する課題、事故による子どもの傷害予防関連、食品に関しては表示の適正化の課題、トレーサビリティー制度、トータルな表示など、多岐の分野にわたった。

４．国民生活動向調査

「国民生活の実情と動向を把握するため」、全国の大都市に住む20～60代の女性3,000名を対象に、商品・サービスの不満や被害の実態を調べる時系列テーマと、年毎の暮らしにかかわる特定テーマを設定し、消費者の生活面の意識や行動などの動向を把握するため、アンケート調査を行った。

特定テーマは、00年度の「情報通信技術（IT）化と消費者意識」以降、「くらしの中の金融商品」、「食品の表示問題と消費者の購買行動」、「『訪問販売』や『電話』での勧誘、『問題商法』の勧誘」、「『健康食品』をめぐる主婦の意識と行動」、「家計の管理と金融トラブル」、「訪問販売と電話による勧誘－不招請勧誘－」、「高齢期の生活資金準備と金融商品」であり、07年度まで毎年実施した。

調査結果は報道発表するとともに、当センターのホームページへの掲載や報告書によって広く公表し、関係分野の研究資料等として活用されているほか、各地方自治体における消費者行政の推進に寄与した。

Ⅳ．2010年代

１．2010年代の特徴

(1) 調査研究業務の実施体制の変遷

「独立行政法人国民生活センター法」第10条１号４項「国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究を行うこと。」と定められていることから、調査研究と研究図書出版業務を実施している。

07年度までは専任職員が複数人配置され、①消費者問題に関する調査研究の実施、報告書の作成、②調査研究誌「国民生活研究」の編集・発行、③国民生活動向調査の公表、出版等を行っていたが、08年度以降、専任職員は１名体制となり、主な事業であった①は09年度で終了、10年度以降は②③の業務を遂行してきた。

また、調査研究業務の組織上の位置づけについては、以下の変遷があった。

10年度：消費者情報部内の情報班が担当
11年度：相談情報部相談支援課内で担当
12年度：相談情報部相談管理課内で担当
13年度：相談情報部相談第３課内で担当
14年度：相談情報部に上席調査研究員を新設して担当
15年度～：教育研修部上席調査研究員が担当

(2) 科研費による研究の実施

1）研究機関指定、科学研究費補助金申請

調査研究のための外部資金の獲得に向け、科学研究費助成事業による科学研究費補助金（以下、科研費という。）申請を視野に、14年度、相談第３課の一業務であった調査研究業務を独立させ、機構上の名称を「上席調査研究員」とした。

15年６月、科研費の応募資格となる「研究機関」の指定を文部科学大臣から受けた。同年、「科学研究費助成事業に係る検討会」を設置し、松本恒雄理事長を研究代表者とし、科研費の申請を行い、採択された。

2）比較消費者法研究会による研究

16年度～18年度は、科研費の交付を受け、「消費者被害の救済手段と抑止手法の多様化及び両者の連携に関する比較法政策的研究」と題して研究を行った。

日本の法制度に大きな影響を与えてきたドイツ、フランス、イギリス、アメリカの先進

国に加え、消費者裁判手続特例法のモデルとなったブラジル、有力新興国である中国の、６カ国の各国法の専門家からなる「比較消費者法研究会」を設置して、被害の救済と抑止に関する手法について、日本との比較を行った。

上席調査研究員は、研究会の事務局として、研究活動を補佐した。

3）研究成果の発表等

本調査研究では、年４回（最終年度は３回）の研究会を実施した。

そのうち、16年度には、「日本ブラジル国際シンポジウム2016 『ブラジルにおける集団訴訟制度を通じた消費者被害救済と抑止手法の現況』」を共同主催したほか、担当研究者による諸外国の現地調査による最新情報の収集結果を踏まえ、「消費者被害の救済と抑止の手法の多様化－文部科学省科学研究費補助金平成28年度報告書－」を公表した。

17年度には、比較法学会第80 回総会におけるシンポジウム「消費者法の発展―被害の救済手法と抑止手法の多様化」において、本調査研究の中間報告を行った。

18年度に行われた日本消費者法学会第11回大会シンポジウムでは、「消費者被害の救済と抑止の手法の多様化－実効性確保のための執行主体のあり方」をテーマとして、これまでの比較法研究の成果を踏まえ、論点別に日本の消費者法・消費者政策の進むべき方向性を打ち出すための報告を行った。

２．調査研究事業

(1) 国民生活動向調査（～ 13年度）

08年度までは、国民生活の実情と動向を把握するため、全国の大都市に住む20 ～ 60歳代の女性3,000人を対象に、①商品・サービスの不満や被害の実態を調べる「時系列テーマ」と、②年ごとの暮らしにかかわる「特定テーマ」を設定し、毎年アンケート調査を行ってきた。調査研究業務担当人員の縮減等に伴い、次の動向調査は10年度に実施することとなった。

10年度の調査においては、調査対象を見直し、男性、単身世帯を追加し、「第39回国民生活動向調査－身の回りの危険と安全への対応－」を行った。東日本大震災等の影響を受け実施が遅れたが、調査項目に震災に関連する質問項目を加え、11年度に公表を行った。

その後も、12年度は「第40回国民生活動向調査－くらしの中のインターネット－」、13年度は「第41回国民生活動向調査－くらしと海外－」について公表を行った。

(2) 特定テーマ調査（14年度～）

14年度以降は国民生活動向調査を行わず、特定テーマに関する調査研究を実施した。

14年度においては、「消費生活相談員を対象とした『越境消費者取引の相談対応等に関する調査』」を実施、翌15年度においては、「越境消費者取引の類型整理と相談事例－相談対応における課題を探る－」として事例研究を公表した。

その後、調査対象を消費者安全法に基づく消費生活センターとし、16年度においては、「消費生活相談における外国人対応の現況調査」、17年度「消費生活センターにおける障がい者対応の現況調査」、18年度「成年年齢引下げに向けた消費生活センターの対応に関する現況調査」を実施し、国民への情報提供を行った。

３．研究図書の出版

(1) 調査研究誌「国民生活研究」の発行

消費者問題や生活問題に関する研究論文等を掲載した調査研究誌「国民生活研究」は、

外部の専門家にも門戸を開放し、さまざまな国民生活に関する調査研究の成果を掲載している。

1962年４月に月刊機関誌として創刊し、1971年～ 2012年度までは年４回の季刊、13年度から年２回（７月、12月）発行となった。

年２回発行となってからは、12月発行号において特集を組み、特集テーマに沿って論文を掲載している。

(2) 掲載論文のホームページ公開開始へ

「国民生活研究」は、19年度12月発行号から紙媒体での発行も継続しつつ、当センターホームページ上で掲載論文の公開を開始した。

これまでの主な読者は消費生活センターや一部の研究者、研究機関であったが、ホームページに公開することで、「国民生活研究」掲載論文が閲覧される機会や他の論文に引用される機会が増え、また、論文投稿者のインセンティブになることを期待している。

資格試験業務

Ⅰ　1990年代

ー消費生活専門相談員資格認定業務の開始ー

消費生活専門相談員資格認定制度は、90年２月に開催された内閣総理大臣を会長とする第23回消費者保護会議において、「国民生活センター及び各地の消費生活センターで消費者相談に携わる相談員の能力、資質の向上等を図るため、相談業務に関わる公的資格制度を創設する」ことが決定され、経済企画庁長官の認可を受け、91年度より試験を実施、92年度より認定を行っている。

研修部教務課に資格制度担当調査役と担当職員を配置し（対外的には「資格制度事務局」と称した）、相模原市にある商品テスト・研修施設において資格認定業務を実施していたが、組織改編により97年度から総務企画部企画広報課に移管された。

試験合格者のうち、消費生活相談実務の経験がない者には、相談実務の実習等を含む実務講座を当初より実施した。

99年度末には認定者数は、2,200名を超え2,251名となった。

Ⅱ．2000年代

ー09年度に受験者が倍増ー

制度発足以後、受験申込者数は700 ～ 800人の間で推移してきたが、09年度の受験申込者数は1,563人と前年度の749人から大幅に増加した（背景については後述）。09年度末までの資格認定者数は4,348人となった。

制度開始当初より、更新制（５年毎）を導入していたところ、08年度からは、資格保有者の資質・能力の維持・向上を図るため、消費生活センター等での実務についていない資格保有者は更新手続きにあたり、当センターが指定する研修講座を受講する、とした。

なお、当初より実施していた実務講座（試験合格者のうち消費生活相談実務経験のない者を対象）は、00年度をもって中止した。

また、「資格制度事務局」は、08年度に総務企画部企画広報課より研修部教務課に移管された。

Ⅲ．2010年代

ー消費生活相談員資格試験（国家資格試験）のスタートー

14年６月に消費者安全法が改正され、「消費生活相談員」の職が法律上明確に位置づけられるとともに、その要件として「消費生活相談員資格試験」が規定された。

同法により、消費生活センターにおいて相談業務に従事する消費生活相談員は、「消費生活相談員資格試験」に合格した者又はこれと同等以上の専門的な知識及び技術を有すると都道府県知事又は市町村長が認める者から任用されることとなった。

同法は、16年４月１日に施行され、当センターは登録試験機関として、16年度から「消費生活相談員資格試験」（国家資格取得のための国家試験）を実施することとなった。

１．資格制度担当から資格制度室の創設

研修部教務課に資格制度担当調査役と担当職員（対外的には「資格制度事務局」）を置き、商品テスト・研修施設（独法化後は「相

模原事務所」）において資格認定業務を実施していたが、試験の実施における公正性及び透明性をいっそう高めるため、11年２月に執務室を東京事務所に移転、同年４月には、総務部内に資格制度室を創設し、組織内におけるファイアウォールを強化した。

さらに、14年４月からは、資格制度室を教育研修部に移す組織改編を行っている。

２．消費生活相談員資格試験（国家資格試験）事業

(1) 国家資格化の検討の経緯

消費生活相談業務の一層の質の向上と体制の整備を図るため、消費生活相談員の資格の法的位置付けの明確化等に向け、消費者庁において、「消費生活相談員資格の法的位置付けの明確化等に関する検討会」が、11年10月より開催された。

検討会では、相談員の役割・職務、相談員に求められる知識・技能・経験等とそれを反映した資格制度の在り方と相談員資格制度の運営の在り方（資格付与の実施主体等）について検討がなされ、消費者等にとって分かりやすく、かつ、消費生活相談員に必要な知識・技能等を十分に担保する新たな資格を創設し、法律に位置付けるべきとの中間報告が12年８月に取りまとめられた。

14年６月消費者安全法が改正され、「消費生活相談員」の職が法律上明確に位置づけられるとともに、その要件として「消費生活相談員資格試験」が規定された。

また、消費生活相談員資格試験については、一定の要件を満たす機関であれば試験を実施することができる「登録試験機関制度」が採用され、消費生活相談の質を担保する観点から、登録試験機関の要件や登録試験機関となるための手続きについて規定された。

同法の改正を踏まえ、消費者庁において、「消費生活相談員資格試験制度等に関する検討会」が開催され、14年11月に「消費生活相談員資格試験制度等に関する検討会報告書」が取りまとめられ、消費生活相談員資格の内容、消費生活相談員資格の運営や円滑な移行措置等について報告がなされた。

(2) 登録試験機関への登録

当センターは、15年度に登録試験機関に求められる試験実施体制の準備や登録に必要な準備を行い、消費者安全法に基づく「消費生活相談員資格試験」の登録試験機関として内閣総理大臣の登録を受け、16年度より、登録試験機関として試験を実施している。

なお、「消費生活相談員資格試験」を「消費生活専門相談員資格認定試験」が兼ねる形で実施しており、合格者には、「消費生活相談員資格」と「消費生活専門相談員資格」の２つの資格を同時に付与している。

(3) 受験者数の推移

受験申込者数の推移を見ると、08年度は749人であったところ、09年度は1,563人、10年度は1,580人と急増した。

これは、地方消費者行政活性化基金等を活用した消費生活相談員養成講座が各地で開催されたことや、消費者安全法で消費生活センター設置が都道府県においては義務、市町村においては努力義務とされたところ、地方消費者行政活性化基金等の活用により消費生活センター等が全国的に増加し、それに伴い相談員の需要も増大したことが影響していると推測される。

11年度は前年度比－28％の1,137人となった。一般受験申込者数の減少と、東京、大阪等の大都市部の受験申込者数減少の影響が大きかったと考えられる。また、東日本大震災の被災地県である宮城県会場と岩手県会場の

受験申込者数が大幅に減少しており、東日本大震災の影響も要因の一つと推測される。

13 ～ 15年度は845 ～ 909人と減少傾向にあったが、「消費生活相談員資格」（国家資格）の第1回目となった16年度は、現職相談員等の受験の影響により、前年度の倍近くの1,714人となった。第２回目、第３回目は徐々に受験申込者数は落ち着きを見せており、第４回目となる19年度は1,108人となった。

制度発足以来の認定者数は6,772名となった（20年１月15日現在 ）。

(4) 台風の影響による試験の中止、実施の延期

19年度の第1次試験日は、令和元年台風第19号の影響により、鉄道各社が計画運休を実施するなどしたため、予定していた20会場のうち、関東、中部・東海、近畿の９会場ついては、試験を中止した（受験予定者の約65％が該当）。試験を中止した９会場については、３週間後に延期して試験を実施した。

なお、12年度の消費生活専門相談員資格認定試験の第1次試験において、沖縄会場のみ台風の影響により試験を中止し、３カ月後に延期して試験を実施した経緯がある。

裁判外紛争解決手続業務

１．裁判外紛争解決手続(ADR)の整備

2000年以降、消費生活に関し消費者と事業者との間に生じるトラブルの発生件数が高水準で推移し、その内容も複雑化、多様化し、国民生活センター及び各地の消費生活センター等においてあっせんを行っても解決できない相談が増加する状況となっていた。

こうしたあっせん解決の困難な事案が紛争化した場合、最終的には訴訟による解決となるが、消費者と事業者が対等な立場を前提とする裁判手続のみで消費者の被害救済を図ることには限界がある。さらに比較的少額被害の多い消費者紛争の特性として、消費者が自ら訴訟提起して紛争解決、被害救済を図るには費用や時間の面で負担が大きいと言わざるを得ない。このため、裁判以外の手段により中立公正な第三者を介し、簡易・迅速・廉価に手続を進め、柔軟な解決を図る「裁判外紛争解決手続（ADR)」の制度導入が検討されるようになった。

こうした中、07年４月、裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律が施行された。また、同月、内閣府国民生活局（当時）内に「国民生活センターの在り方等に関する検討会」が設置（～ 07年９月）され、国民生活センターを中核とした裁判外紛争処理等の制度について検討が行われた。

国民生活審議会においても並行して、国民生活センター等における紛争処理機能の拡充などを提言し、さらに同年12月には、報告「国民生活センターによる消費者紛争の解決制度の在り方について」において検討結果をまとめ、政府に対し法制度の整備等の必要な措置を求めるなど、ADR制度の環境整備に向けた動きが加速されていった。

２．国民生活センター法の改正

多くの検討を踏まえ、各地の消費生活センター等における解決困難事案の受け皿として、国民生活センターに紛争解決委員会が設置されることとなった。

消費者と事業者との間に生じた紛争のうち、その解決が全国的に重要であるものについて、「和解の仲介」や「仲裁」といった、法的な手続により、専門家が紛争の解決にあたる制度が実現されることとなった。

国民生活センターにおいて紛争解決手続を業務とするために、従来の「独立行政法人国民生活センター法」を一部改正し、同法の目的及び業務に「重要消費者紛争」の解決を図ることを追加し、法案は国会に提出された（08年３月)。

衆議院・参議院の内閣委員会及び本会議における審議の結果、消費者のために積極的に後見的役割を果たすことが両院において附帯決議され、08年4月に全会一致で可決・成立し、５月２日に公布された。

３．紛争解決委員会の発足と業務の開始

08年4月、国民生活センターは紛争解決委員会の設置準備のためADR準備室（部内限り）を設け、同年12月には紛争解決委員15名の選任、業務規程の作成、紛争解決委員会準備委員会の開催などにあたった。

09年４月１日、改正独立行政法人国民生活センター法が施行となり、国民生活センターから独立した組織として、中立・公正な立場で非公開で手続を行う、紛争解決委員会が発

足した。

同日開催された第1回紛争解決委員会において、初代委員長は落合誠一準備委員会委員長が就任し、紛争解決委員会特別委員25名が新たに任命された。

ADR準備室は、紛争解決委員会の発足と同時に申請書の作成支援、判例情報などの情報・資料収集、論点整理、公表資料案の作成、調書の作成といった事務を担う、紛争解決委員会事務局として業務を開始した。

その後11年４月には特別委員が新たに10名任命され、紛争解決委員会は外部の委員15名と特別委員35名を合わせて50名の組織となった。

４．紛争解決手続について

紛争解決委員会では「和解の仲介」と「仲裁」の２種類の手続が定められているが、申請のほとんどが和解の仲介の申請となっている。

和解の仲介手続は、紛争の内容に応じて、委員会の委員、特別委員の中から指名された仲介委員が執り行う。手続は、原則として仲介委員と紛争当事者との対面により行われるが、遠方の当事者とは電話会議システムを利用する。また、事情によっては仲介委員が直接現地に赴くこともある。通常、2回～ 3回の手続によって紛争解決を目指すことになる。

仲裁の手続は申請前に仲裁判断に従うという当事者の事前合意が必要なことから、これまでの11年間で３件あったのみである。

これまでの手続実施状況を（表）に示した。

制度が発足した09年度の申請件数は106件、和解成立は26件であった。その後年々増加し、19年度では年間200件を超える申請件数となり、和解成立は120件となった（図１）。

19年度までに1,737件の申請が寄せられ、そのうち1,685件の手続が終了、993件（59％）の和解が成立した（図２）。

５．手続の結果概要の公表について

(1) 結果概要の公表制度

紛争解決委員会で取り扱う紛争は、「重要消費者紛争」として、その解決が全国的に重要な紛争に限られている。また、委員会は手続が終了した場合において、国民生活の安定及び向上を図るために必要と認めるときは、結果の概要を公表できることになっている。公表に際しては、事前に両当事者に公表案の事実確認、意見聴取を行っている。

さらに、手続の実施に合理的な理由なく協力せず、将来において当該事業者との同種紛争の解決が困難と認められる場合等には事業者名を含めた公表をすることができる。

19年度までに結果概要の公表を1,394件行ったが、これは全手続終了件数の８割を超え、そのうち事業者名を含む公表は203件であった。また、和解が成立したにもかかわらず、義務を履行しない義務者に対しては書面により勧告を行い、勧告後も義務を履行しなかった場合にも事業者名を公表している。

(2) 公表の役割

紛争解決委員会の業務は個別の重要消費者紛争の解決を図るだけでなく、消費者紛争の未然防止拡大防止を目的とした公表業務についても大きな役割を果たすものである。

そもそも公表については、法案審議の際、当時の担当大臣の「公表が消費者被害の予防、拡散防止を目的に国民に対する情報提供として行われるものであることを考えるならば、類似の事例を除いて原則として公表することが望ましい」との答弁があり、結果は原則として公表することとなった経緯がある。

重要消費者紛争は、通常、背後に多数の同

種紛争の存在があることから、紛争解決の結果の概要を公表することは消費者に注意喚起を図り、事業者の消費者対応の改善、向上につながることが期待される。

また、紛争解決委員会では、消費生活センター等の相談現場のあっせん等に資するための情報提供をはじめADR制度に関する研修会、他のADR機関との連携も積極的に行っており、これらの支援、連携業務についても紛争解決委員会の重要な役割となっている。

表　国民生活センターADRの年度別の実施状況

（件）

年度	和解の仲介および仲裁									
	申請	手続終了	和解成立	和解不成立			＊その他	結果概要の公表	事業者名公表	義務履行の勧告
					手続非応諾	応諾後不調				
2009	106	57	26	20	6	14	11	31	11	0
2010	137	103	53	37	13	24	13	76	17	8
2011	150	179	122	45	18	27	12	147	17	0
2012	151	159	84	46	15	31	29	120	17	4
2013	151	159	82	58	19	39	19	139	32	3
2014	167	155	83	55	20	35	17	132	26	4
2015	155	158	94	48	12	36	16	123	19	1
2016	167	181	103	67	15	52	11	148	23	2
2017	172	164	114	40	10	30	10	161	13	1
2018	177	178	112	53	14	39	13	139	9	0
2019	204	192	120	65	15	50	7	178	19	1
累計	1,737	1,685	993	534	157	377	158	1,394	203	24

＊「その他」は、取下げ及び却下。

図１　申請件数と和解件数の年度別推移

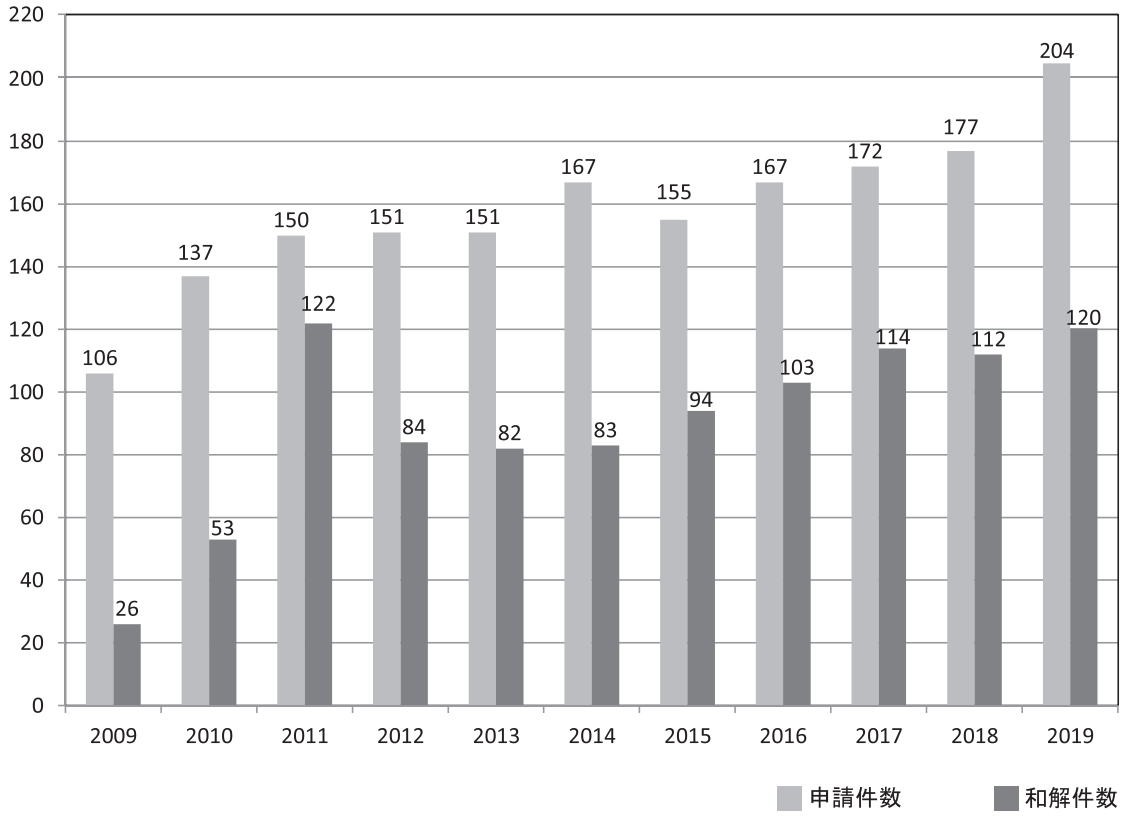
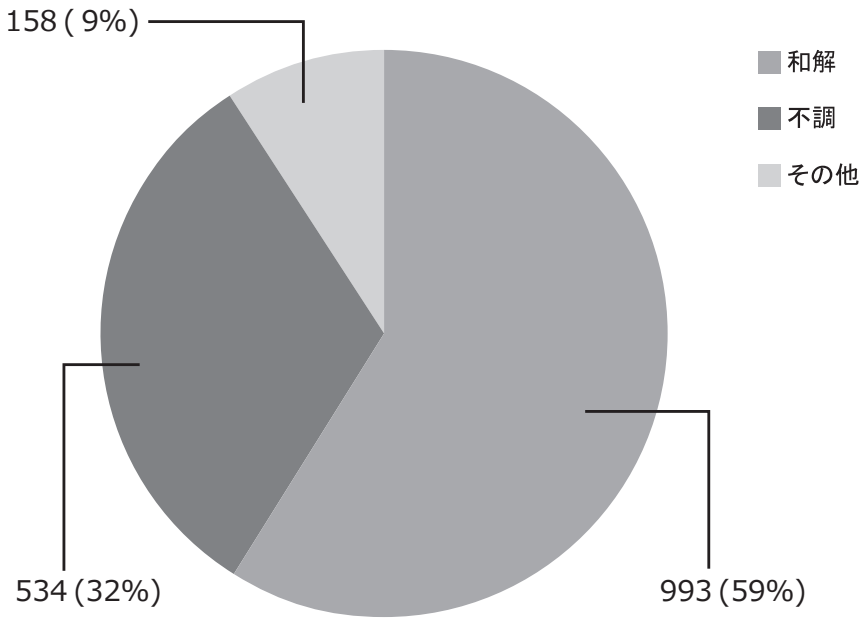


図２　11年間の紛争解決手続の結果



適格消費者団体支援業務

１．国民生活センター法の改正

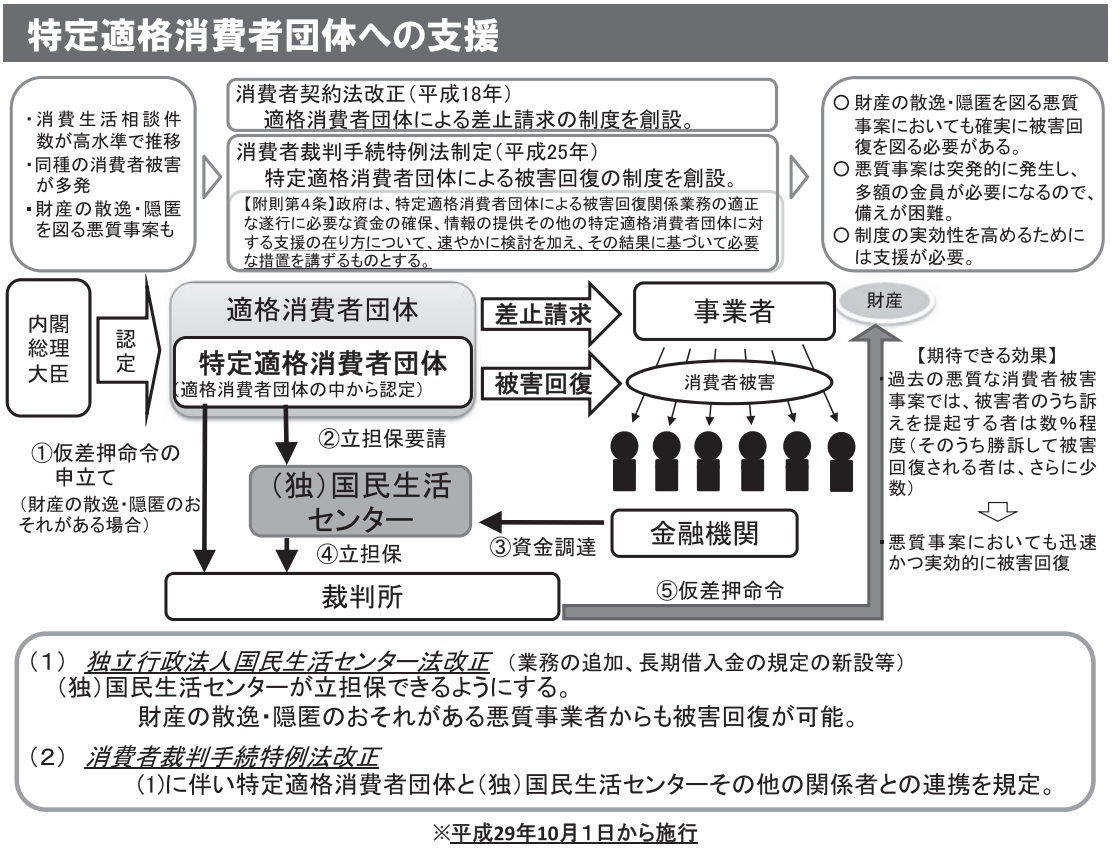
17年３月３日、第193回国会（常会）に提出された「独立行政法人国民生活センター法等の一部を改正する法律案」が、５月26日に成立し、６月２日に公布された（施行日は同年10月１日）。

この改正法は、「消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差に鑑み、消費者の被害の発生又は拡大を防止するとともにその被害を回復するため、独立行政法人国民生活センターの業務として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における特定適格消費者団体のする仮差押えに係る担保を立てる業務を追加する等の措置を講ずる必要がある」として、当センターに７つめの業務として新たに「立担保業務」が追加されたものである。

２．支援室の取り組み

改正法施行日の同年10月１日、総務部内に「適格消費者団体支援室」が設置され、また、同日に施行された当センターの「特定適格消費者団体に対する立担保援助規程」（以下「援助規程」という。）に基づき、立担保の審査委員会の審査委員として、法律及び裁判に精通している者を３名委嘱した。

10月20日に、第１回の審査委員との意見交換会を開催し、審査委員長及び審査委員長代理の指名、今後の運用方針等、意見交換を行った。



※平成29年10月１日から施行

その後、18年７月４日に第２回、19年３月13日に第３回、19年11月29日に第４回の審査委員との意見交換会を開催した。これらの意見交換会においては、特定適格消費者団体３団体も招聘し、各団体の取り組みについて報告を受け審査委員との意見交換等を行った。

また、当センターは、特定適格消費者団体である特定非営利活動法人埼玉消費者被害をなくす会が20年６月８日に提起した共通義務確認訴訟について、同団体から立担保援助要請を受け、20年３月26日に立担保援助開始決定をしたうえで、支払保証委託契約による立担保援助を実施した。

参考資料

国民生活センターの「使命」と「行動指針」

平成27年４月より新しい独立行政法人制度のもと、中期目標管理型の独立行政法人として再スタートすることとなった。新たな組織としてのスタートにあたり、平成26年１月より役職員全員で国民生活センターの組織としての使命と役職員の行動指針づくりに取り組み、このたび以下のとおり策定した。

【国民生活センターの使命】

国民生活センターは、消費者問題・暮らしの問題に取り組む中核的な実施機関として、消費者・生活者、事業者、行政を「たしかな情報」でつなぎ、公正・健全な社会と安全・安心な生活を実現します。

【国民生活センター役職員の行動指針】

わたしたち国民生活センター役職員は、「国民生活センターの使命」を達成するために、以下の指針に則って行動します。

○現場の強みと消費者・生活者の声を活かします

消費生活相談や商品テストなどの消費者問題・暮らしの問題に取り組む現場の強みと、日々寄せられる消費者・生活者の声を毎日の業務に活かします。

○消費者・生活者の目線を大切にします

いつでも、だれにでも起こりうる消費者問題・暮らしの問題に対応するために、消費者・生活者の目線で、広い視野から問題を深く掘り下げます。

○個人の主体性と組織の一体性を発揮します

個人の主体性と、組織のチームワーク・一体性を発揮し、絶えず創意工夫を重ねながら、消費者問題・暮らしの問題の解決に取り組みます。

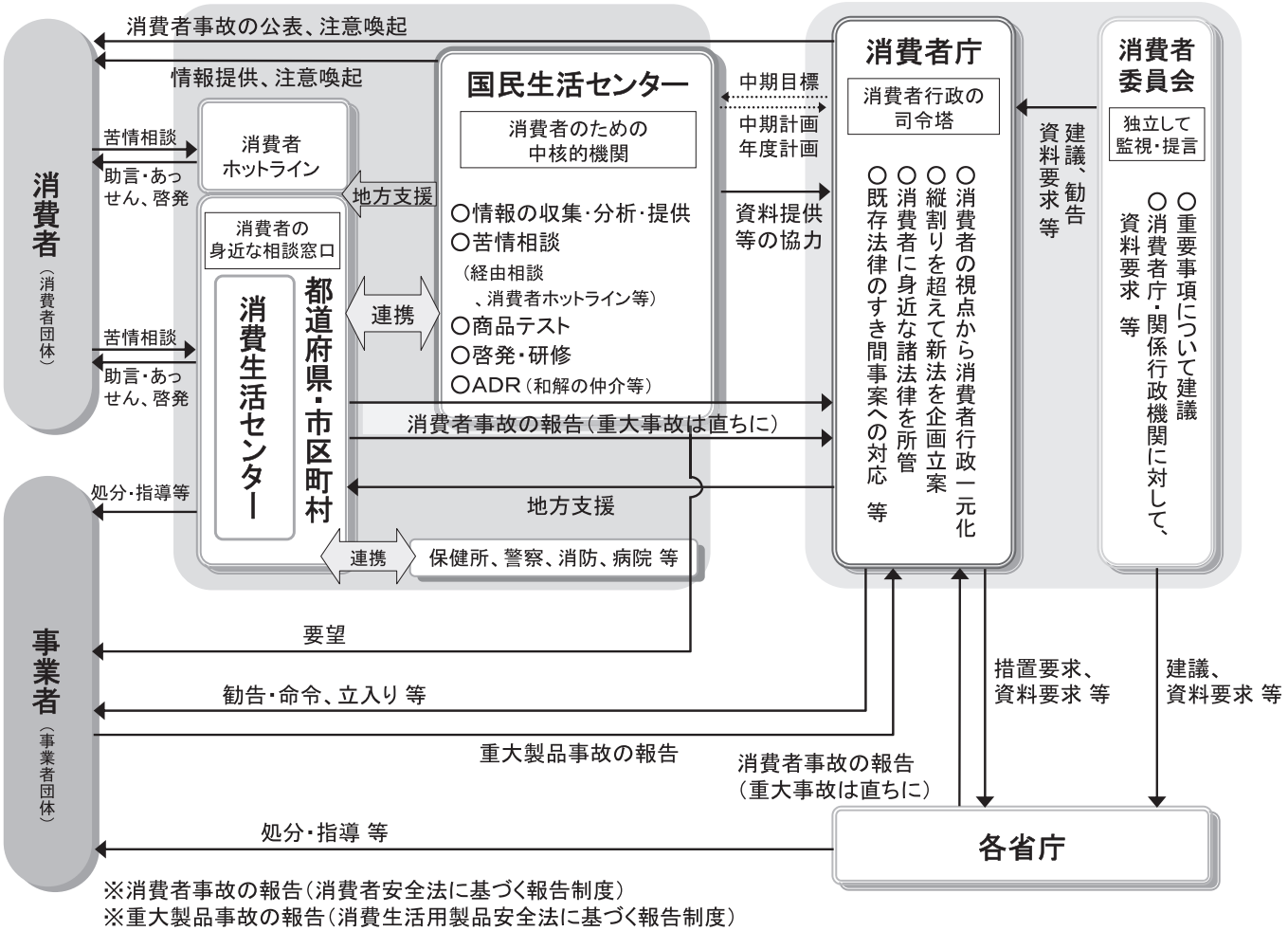
○すばやく・的確に・分かりやすくを心がけます

すばやく・的確に・分かりやすくを心がけ、消費者・生活者の声を「たしかな情報」としてまとめ、すべての消費者･生活者、事業者、行政に広く行き届くように努めます。

○専門組織としての知見と精神を引き継ぎます

消費者問題・暮らしの問題に取り組んできた専門組織である国民生活センターの一員として、これまで培ってきた知見と精神を引き継ぐとともに、専門性をさらに向上させます。

消費者行政の仕組みと国民生活センター



※消費者事故の報告（消費者安全法に基づく報告制度）
※重大製品事故の報告（消費生活用製品安全法に基づく報告制度）

国民生活センターとSDGs

独立行政法人国民生活センターは、公正・健全な社会と安全・安心な消費生活の実現のための業務を通じて、誰一人取り残さない社会を目指す持続可能な開発目標（SDGs）に貢献しています。

行政・事業者への情報提供

消費生活相談や商品テストを通じて収集した消費者・生活者の声から、制度や商品に関する問題点を分析し、行政機関や事業者に届けます。専門機関として培った知見を活かして公正な立場から「たしかな情報」を発信することで、よりよい制度づくりや安全・安心な社会の実現を、行政機関、事業者とともに目指し、すべての消費者・生活者が不平等のない健康的な生活を営むための環境づくりに貢献しています。

＜関連するSDGs＞

＜関連する業務＞　情報収集・分析、相談、商品テスト

地方消費者行政の推進を支援

消費生活相談解決に向けた対応方法のアドバイスや商品テストの実施、消費者啓発・消費者教育で利用できる情報・ツールの提供、研修事業や消費生活相談員資格試験による消費者行政・消費者教育の担い手育成など、全国の消費生活センターへの支援を通じて、だれがどこに住んでいても質の高い消費者行政サービスを受けられる体制づくりを、全国の消費生活センターとともに推進しています。

＜関連するSDGs＞

＜関連する業務＞　広報、情報収集・分析、相談、商品テスト、教育研修

消費者被害救済・防止のための情報発信

消費生活相談情報の収集・分析や消費者トラブルへの対応を通じて得られる情報を、ウェブサイトや冊子、リーフレット、マスコミ公表など多様な媒体であらゆる層の消費者へ迅速・的確にわかりやすく発信することで、消費者被害の未然防止・拡大防止や消費者意識の向上に努めます。これらの情報を一人ひとりの消費者が活用し、行動することで、持続可能で豊かな消費生活の実現を目指します。

＜関連するSDGs＞

＜関連する業務＞　広報、情報収集・分析、相談、商品テスト、教育研修、ADR

行政・事業者への情報提供

これまでもこれからも、性別や障害の有無などに関わりなく、職員一人ひとりが専門性やその能力を発揮できる環境を大切にしつつ、ワークライフバランス等の配慮や専門性のさらなる向上を目指した職場研修など、より良い職場づくりへの取組を実施します。

＜関連するSDGs＞

SDGs目標からみた国民生活センターの業務

SDGs目標	SDGs ターゲット	取組内容	主な業務
1（貧困） あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる	1.4	消費者トラブルや、消費生活上の事故等の情報を収集・分析し、「たしかな情報」を行政機関や事業者団体に伝えることで、すべての消費者が消費者被害に遭わない社会の実現に向けた取組を支援しています。 また、すべての消費者に対して、消費者トラブルの相談対応における財産的被害救済への取組や被害の未然防止・拡大防止のために、ホームページや見守り新鮮情報等による注意喚起を行っています。	・情報収集・分析 ・情報提供 ・広報 ・相談
3（保健） あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する	3.d	あらゆる商品やサービスについて情報を収集したり、商品テストをしたりすることで、問題点を分析し、行政機関や事業者団体に情報提供しています。 また、消費者に注意喚起や消費者問題・生活問題の調査研究に関する情報を提供することで、人々の安全・安心で健康的な生活の促進に寄与しています。	・情報収集・分析 ・情報提供 ・相談 ・商品テスト ・調査研究事業
4（教育） すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する	4.7	相談情報や危害情報の分析、商品テスト結果に基づく消費者への注意喚起や相談対応を通して、トラブルのない持続可能なライフスタイルへの消費者の理解の形成に貢献しています。 また、消費生活相談員等への研修や相談員資格試験事業の実施により、地方公共団体の相談体制の充実を図るとともに、研修等を通じた消費者教育の担い手育成を行うことで、より多くの人々が学習できる機会の促進に寄与しています。	・広報 ・情報収集・分析 ・相談 ・商品テスト ・教育研修事業 ・相談員資格試験事業
10（不平等） 各国内及び各国間の不平等を是正する	10.2	相談対応やADRにおいて、消費者が抱えるトラブルの解決に取り組み、また、相談情報の分析による問題点について行政機関・事業者団体に情報提供することで、制度や商品の改善が図られ、消費者への情報提供により消費者と事業者との間の情報量、交渉力の格差を埋めることで公正・健全な社会の発展に寄与しています。	・情報収集・分析 ・情報提供 ・相談 ・ADR
12（持続可能な生産と消費） 持続可能な生産消費形態を確保する	12.8	相談情報や危害情報の収集・分析により、消費者被害の未然防止・拡大防止のための消費者への注意喚起を行い、また、相談情報から制度や商品に関する問題点を分析し、行政機関・事業者団体に対して情報提供を行うことにより、トラブルのない持続可能な生産消費に貢献しています。 また、消費生活に関する「たしかな情報」を多様な媒体で提供することで、公正で持続可能な生産と消費への理解を深めることに貢献しています。	・広報 ・情報収集・分析 ・情報提供 ・商品テスト
16（平和） 持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する	16.6	相談対応やADRにおいて、公正な立場により、消費者と事業者に生じたトラブルにおける被害の救済に取り組み、これらを通じて収集した情報に基づき分析した結果を広くホームページで公表しています。 また、全国の消費生活センターにおける相談対応を、経由相談・商品テスト等により支援することで、多くの人々が消費生活相談を利用できる体制を構築しています。これらにより、トラブルのない平和で公正な社会の実現に貢献しています。	・情報収集・分析 ・情報提供 ・広報 ・相談 ・商品テスト ・ADR
17（実施手段） 持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する	17.16 17.17	消費者被害を防止し、持続可能で豊かな消費生活のため、「たしかな情報」で多様な主体をつなぎます。また、国内での消費者トラブルに加え、海外の事業者との消費者トラブル、訪日外国人観光客の消費者トラブルについて、その解決、未然防止・拡大防止に取り組むなかで、収集・分析した情報を伝え、国境を越えた健全な取引のためのグローバル・パートナーシップの活性化に貢献しています。	・情報収集・分析 ・情報提供 ・広報 ・相談 ・商品テスト

報道機関等を通じた情報提供一覧（2010年度以降）

2010年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2010年 4月 7日	「クレジットカード現金化」をめぐるトラブルに注意！ －利用者自身も思わぬ大きなトラブルに巻き込まれるおそれが－	情報部
4月 7日	高齢者をねらう、短歌・俳句の新聞掲載への電話勧誘 －趣味につけ込む商法に注意－	情報部
4月21日	風呂に入れるだけでラドン・ラジウム温泉になるとうたった商品	商品テスト部
5月12日	国民生活センター ADRを紹介するなどして金銭を取る事業者に注意	紛争解決委員会事務局
5月12日	「平成21年度 消費生活相談専門家による巡回訪問事業」の実施状況について	総務部企画調整課地方支援事業室
5月12日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成22年度第1回）	紛争解決委員会事務局
5月12日	乗用車の電子キーによるトラブルに注意！ －消費者アンケート等で見られた電子キー特有のトラブル－	商品テスト部
5月18日	ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーの現状について（2010年）	商品テスト部
5月26日	いまだ増加！高齢者を狙ったカニをめぐるトラブルに注意！ －サケ・エビ・ホタテも、セット販売も…－	情報部
5月26日	借金をするとき、家を借りるとき、就職するとき…保証人紹介ビジネスのトラブルにご注意！	情報部
5月26日	子どもに流行の「ローラー付シューズ」の事故 －使用者の骨折事故だけではなく、巻き添え事故も発生－	相談部危害情報室
6月 9日	国民生活センターを名乗り被害救済の調査をかたる電話にご注意！	相談部
6月 9日	ネット回線とテレビをつないで視聴する映像配信サービスに係る消費者トラブル－電話勧誘で「無料」と言われ契約したものの実は有料サービスであった－	相談部
6月 9日	電気ケトルによるやけど事故に注意！	商品テスト部
6月24日	イラク通貨（イラクディナール）の取引に要注意！ －高齢者等をねらった新手の投資トラブル－	相談部 情報部
7月 7日	「消費者トラブルメール箱」1年間のまとめ－2009年度に調査した事案を中心に－	相談部　情報部
7月 7日	高額な施術の契約をせかす美容医療サービス－きっかけはキャンペーン価格等の広告－	相談部
7月21日	パワーウインドウの安全性	商品テスト部
7月30日	地上デジタル放送に便乗した悪質商法にあわないために	情報部
8月 4日	2009年度の危害情報システムにみる危害・危険情報の概要	相談部危害情報室
8月 4日	2009年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	情報部
8月 4日	３Ｄ映画による体調不良	相談部危害情報室
8月 4日	住宅用火災警報器の訪問販売トラブルにご注意！	情報部
8月18日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成22年度第2回）	紛争解決委員会事務局
8月18日	火山灰を含む洗顔料の使い方に注意！	商品テスト部
8月18日	電子タバコの安全性を考える	商品テスト部
9月 1日	悪質な「有料メール交換サイト」にご注意！－「会いたい」「悩みを聞いて」「お金をあげる」というメールを安易に信用しないで！－	相談部
9月 1日	「独立開業で高収入？」軽貨物運送の代理店契約に関する相談が再び増加！ －支払いできず、多重債務に陥るケースも－	相談部
9月 1日	「金貨の即現金化」に注意！－後払い、転売で負債が膨らむトラブルが増加－	情報部
9月 1日	子ども用防災頭巾の安全性	商品テスト部
9月15日	注意！高齢者に目立つ薬の包装シートの誤飲事故 －飲み込んだPTP包装が喉や食道などを傷つけるおそれも－	相談部危害情報室
9月22日	小径タイヤの折りたたみ自転車（A-RideX）の強度不足に注意！	商品テスト部
9月24日	換金性の乏しい外国通貨の取引にご注意！ －イラクディナールに続き、今度はスーダンポンド…－	情報部
10月21日	「カラオケ著作権」の譲渡に関するトラブルにご注意！	情報部
10月21日	「個人情報相談」5年間の傾向と2009年度の相談概要 －相談件数は減少傾向、個人情報保護法への正しい理解が必要－	相談部
10月21日	住宅リフォーム工事の訪問販売トラブルが再び増加へ －認知症高齢者などへの見守りでトラブルの拡大防止を－	情報部
10月27日	「高齢者被害特別相談（高齢者110番）」実施結果	相談部
10月29日	ワールド・リソースコミュニケーションの自社社債に関する消費者トラブルの現状について	相談部
11月11日	2009年度の製品関連事故に係る消費生活相談の概要－最近の訴訟事案も含めて－	相談部危害情報室
11月11日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例	情報部　相談部
11月11日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成22年度第3回）	紛争解決委員会事務局
11月11日	結婚相手紹介サービスのトラブルが増加 －法規制後も目立つ、高額な解約料や説明不足によるトラブル－	相談部

11月11日	二酸化塩素による除菌をうたった商品－部屋等で使う据置タイプについて－	商品テスト部
11月18日	小径タイヤの折りたたみ自転車の安全性	商品テスト部
11月25日	二次被害としてリゾート会員権など金融商品以外にも広がる劇場型勧誘トラブル－過去に未公開株や社債トラブルに遭った人はご注意！－	相談部
11月25日	ますますエスカレートするマンションの悪質な勧誘 －増加する「強引・強迫」「長時間」「夜間」勧誘－	相談部
12月 1日	「クレジットカード現金化」をめぐるトラブルに注意！第2弾 －融資を得たいという目的での利用のほかに、紹介されて利用してしまうケースも－	情報部
12月 9日	「消費者トラブルメール箱」2010年度上半期のまとめ	相談部　情報部
12月 9日	消費者問題に関する2010年の10大項目	総務部企画調整課
12月 9日	モバイルサイト内職にご注意！ －サイト作成料等の支払いに、無理に現金を作らせることも－	相談部
12月21日	突然自宅を訪れる貴金属等の買い取りサービスに関するトラブル －いったん業者の手にわたったら取り戻せない－	相談部
12月21日	回転ハンガーの安全性	商品テスト部
12月27日	マグロやカツオの訪問販売に注意！ －味見しませんか？包丁を持って購入を迫る等のトラブルが起きている－	情報部
12月28日	「国民生活相談センター」からの架空請求に応じないで！	相談部
2011年 1月13日	不当な勧誘で誘う「競馬予想情報提供サービス」に注意－「絶対儲かる」「八百長レース」「デキレース」などのセールストークに惑わされないこと－	相談部
1月14日	国民生活センターを名乗り被害救済の調査をかたる電話に再度、ご注意！	相談部
1月24日	入札のたびに手数料が…！ペニーオークションのトラブルが急増	情報部
1月28日	使えなくなる商品券やギフト券などのご確認を!－消費生活センターへの相談も急増－	情報部
2月 3日	屋根設置の太陽エネルギー利用パネルからの落雪に注意	相談部危害情報室
2月 9日	ご存じですか？共同購入型クーポンサイトに関するトラブル	情報部
2月16日	アダルトサイトの請求画面がパソコン画面に張り付いて取れない！	相談部
2月17日	絶対に耳を貸さない、手を出さない！未公開株や社債のあやしい儲け話	情報部
2月24日	スーダンポンドの購入を持ちかける業者に注意！ －「買い取る」「代わりに申し込んで」と勧誘する手口－	相談部
2月24日	複雑・巧妙化するファンドへの出資契約トラブル －プロ向け（届出業務）のファンドが劇場型勧誘によって消費者に販売されるケースも－	相談部
3月 3日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成22年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月 3日	急増している「水資源の権利」と称する新手の投資取引のトラブル！	相談部
3月 3日	賃貸住宅の退去時に伴う原状回復に関するトラブル	相談部
3月17日	「国民生活センター土日祝日相談」開始後1年間の受付状況 －2010年1月16日（土）～2011年1月30日（日）受付分－	相談部
3月17日	自社割賦を支払手段とした販売方法に問題のある相談が増加 －強引な勧誘、支払能力を超えた契約は断って！－	相談部
3月17日	園芸用品の使い方に注意!－除草剤や殺虫剤、肥料や用土などの事故事例に着目して－	相談部危害情報室
3月17日	電気炊飯器による子どものやけどに注意！	商品テスト部
3月24日	法律に適合していないと思われるレーザーポインターに注意	相談部危害情報室
3月30日	有料老人ホームをめぐる消費者トラブルが増加 －相談の傾向と消費者へのアドバイス－	情報部

2011年度

公表年月日	事　　案	担当部課室
2011年 4月 8日	「震災に関連する悪質商法110番」の受付状況（第1報）－開設後一週間のまとめ－	相談情報部　情報提供課
4月 8日	加圧を利用したスパッツの使い方に注意！	商品テスト部
4月18日	「東日本大震災」で寄せられた消費生活相談情報（第2報） －発生1カ月間にみる相談の推移－	相談情報部　情報提供課
4月18日	震災に乗じた迷惑メールにご注意！	相談情報部　情報提供課
4月28日	被災者支援などを名目とした「温泉付き有料老人ホームの利用権」の買い取り等の勧誘に御注意ください	相談情報部　情報提供課
5月12日	国民生活センターを名乗り「相談」や「返金手続き」をすすめる電話にご注意！	―
5月12日	住宅用火災警報器の設置について	商品テスト部
5月13日	「震災に関連する悪質商法110番」の受付状況－開設後1カ月のまとめ－	相談情報部　情報提供課
5月23日	「東日本大震災」で寄せられた消費生活相談情報（第3報） －発生2カ月間における相談の推移－	相談情報部　情報提供課
5月26日	慌てて契約しない！屋根の修理サービス－震災に便乗した悪質な勧誘に注意－	相談情報部　情報提供課
5月26日	胎児の正常な発育に役立つ「葉酸」を摂取できるとうたった健康食品	商品テスト部
6月 1日	震災を口実に訪問する貴金属の買い取りサービスにご注意	相談情報部　情報提供課
6月 3日	震災をめぐる「電話」のトラブル－被災状況により事業者の対応も柔軟化－	相談情報部　情報提供課
6月 9日	「消費者トラブル解決」をうたう探偵業者にご注意を！！	相談情報部　情報提供課

6月13日	「震災に関連する悪質商法110番」の受付状況－開設後2カ月のまとめ－	相談情報部　情報提供課
6月17日	「クレジットカード現金化」をめぐるトラブルに注意！第3弾 －ギャンブル情報料、内職、未公開株…様々な支払いに広がっている－	相談情報部　情報提供課
6月23日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成23年度第1回）	紛争解決委員会事務局
6月23日	「消費者トラブルメール箱」2010年度のまとめ －2010年10月から2011年3月までに調査した事案を中心に－	相談情報部　相談支援課 商品テスト部
6月23日	震災に乗じた未公開株の勧誘に注意！ －「被災地支援」など震災にかこつけた話にだまされないで－	相談情報部　情報提供課
6月24日	アプリコット合同会社の「温泉付き有料老人ホーム利用権」は契約しないで！	相談情報部　情報提供課
7月 5日	「東日本大震災」で寄せられた消費生活相談情報（第4報） －発生3カ月間における相談の推移－	相談情報部　情報提供課
7月 7日	車内で接続したら発煙したインバーター（相談解決のためのテストから No.1）	商品テスト部
7月 7日	ブライダルエステで危害発生！－施術を受ける際には、時間的な余裕を持って－	商品テスト部
7月14日	小麦加水分解物を含有する「旧茶のしずく石鹸」（2010年12月7日以前の販売分）による危害状況について－アナフィラキシーを発症したケースも－	商品テスト部
7月21日	「震災に関連する悪質商法110番」の受付状況－開設後3カ月のまとめ－	相談情報部　情報提供課
7月21日	「高速バス」のトラブル、増えてます－運行タイプによる、トラブルの違い－	相談情報部　情報提供課
7月21日	大学生に広がる投資用教材DVDの紹介販売トラブル －多額の借金や友人を失ってまでも本当に必要ですか？－	相談情報部　情報提供課
7月21日	震災による給湯器の貯湯タンクの転倒被害 －今後の被害防止のため、改めて機器の設置の点検を！－	相談情報部　情報提供課
7月21日	放射性物質への不安につけこむ広告や勧誘にご注意を！	相談情報部　情報提供課
8月 4日	造園で再利用された異臭を放つ枕木（相談解決のためのテストから No.2）	商品テスト部
8月 4日	縁台の上に足を乗せたら転倒し骨折（相談解決のためのテストから No.3）	商品テスト部
8月 4日	仏像の勧誘に注意！ －劇場型勧誘や送り付け、震災に便乗したセールストークなどに気をつけて－	相談情報部　情報提供課
8月10日	子どもが使用することのあるアクセサリーに関する調査結果 －カドミウム、鉛の溶出について（2011年）－	商品テスト部
8月12日	「国民生活センター」から「お知らせパンフレット」が郵送されてきたら、それはニセモノです！	相談情報部　情報提供課
8月18日	安愚楽牧場に関するトラブル速報！第1弾－今後の情報に注意して！－	相談情報部　情報提供課
8月25日	2010年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部　情報提供課
8月25日	2010年度のPIO-NETの危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報の概要	商品テスト部
8月25日	新手の儲け話、医療機関債の販売勧誘トラブル！	相談情報部　情報提供課
9月 8日	小麦加水分解物を含有する「旧茶のしずく石鹸」（2010年12月7日以前の販売分）7月14日公表後の危害状況について	商品テスト部
9月 8日	安愚楽牧場に関するトラブル速報！第2弾－民事再生手続の開始が決定－	相談情報部　情報提供課
9月 8日	水槽用ろ過装置のパイプが外れて階下まで漏水（相談解決のためのテストから No.4）	商品テスト部
9月 8日	前輪の支えの一部が外れ走行不能となった自動車（相談解決のためのテストから No.5）	商品テスト部
9月 8日	比較的安価な放射線測定器の性能	商品テスト部
9月22日	第39回国民生活動向調査＜結果・速報＞ －「震災に関連した悪質商法の勧誘や消費者トラブル」の状況－	相談情報部　相談支援課
9月22日	CO2（二酸化炭素）排出権取引に関する儲け話のトラブル！ －一般の消費者は手を出さないで－	相談情報部　情報提供課
9月22日	子どもを自転車に乗せたときの転倒に注意！	商品テスト部
9月30日	「震災に関連する悪質商法110番」開設期間中に寄せられた相談の傾向	相談情報部　情報提供課
10月 6日	キックスケーターで転倒した際にハンドルの端で右ほおを裂傷（相談解決のためのテストから No.6）	商品テスト部
10月 6日	基材に鉛が含まれる工芸用金属シート（相談解決のためのテストから No.7）	商品テスト部
10月 6日	誤った接続によって発火したポータブル充電器（相談解決のためのテストから No.8）	商品テスト部
10月 6日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成23年度第2回）	紛争解決委員会事務局
10月 6日	2010年度の製品関連事故に係る消費生活相談の概要－最近の訴訟事案も含めて－	商品テスト部
10月 6日	「平成23年度国民生活センター ADR実態調査」の結果報告	紛争解決委員会事務局
10月 6日	手続件数300件を超えた国民生活センター ADR	紛争解決委員会事務局
10月 6日	消石灰による失明事故発生	商品テスト部
10月17日	「東日本大震災」で寄せられた消費生活相談情報（第5報） －発生から半年間の相談の推移－	相談情報部　情報提供課
10月19日	オーストラリア、カナダ、中国…各国から届く「海外宝くじ」が再び増加！ －誘いにのらない！買わない！信用しない！－	相談情報部　情報提供課
10月24日	国民生活センターや国民生活センターの関係者をかたる怪しい電話にご注意！	相談情報部　情報提供課
10月27日	「買い取る」を口実にした外国通貨の取引にだまされないで！	相談情報部　情報提供課

10月27日	アートメイクの危害	商品テスト部
11月 1日	市役所職員をかたる還付金等詐欺が再び増加！ －急かしながら、スーパーやコンビニのATMへと誘導する新たな手口－	相談情報部　情報提供課
11月10日	車輪を固定するハブボルトが折損し走行不能となった自動車（相談解決のためのテストから No.9）	商品テスト部
11月10日	不織布から金属製のノーズワイヤが突き出るマスク（相談解決のためのテストから No.10）	商品テスト部
11月10日	「個人情報相談」6年間の傾向と2010年度の相談概要	相談情報部　情報提供課
11月10日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例	相談情報部　情報提供課 相談情報部　相談支援課
11月10日	廃業した国内商品先物取引業者から被った損金を「取り戻す」という怪しい勧誘 －「隠し財産が見つかった」「返金される」の言葉にだまされないで！－	相談情報部　情報提供課
11月14日	安愚楽牧場に関するトラブル速報！第3弾 －「被害を取り戻す」という二次被害のトラブルに気をつけて－	相談情報部　情報提供課
11月29日	国民生活センターを名乗り、消費者ホットラインを案内する怪しい電話にご注意！	相談情報部　情報提供課
12月 1日	悪質出会い系サイトにおける高額請求の被害 －収入が得られると誘導されたサイトでメール交換－	相談情報部　情報提供課
12月 1日	急増するスマートフォンのトラブル	相談情報部　情報提供課
12月 1日	第39回国民生活動向調査＜結果・概要＞－身の回りの危険と安全への対応－	相談情報部　相談支援課
12月 8日	使い捨てカイロを入れていたら低温やけどになったポケット付きの腹巻き（相談解決のためのテストから No.11）	商品テスト部
12月 8日	耳の中で膨張して取り出せなくなったビーズ（相談解決のためのテストから No.12）	商品テスト部
12月 8日	消費者問題に関する2011年の10大項目	総務部企画調整課
12月 8日	家庭用電動工具の使い方に注意！－指の切断や内臓損傷の事故も－	商品テスト部
12月22日	歯科インプラント治療に係る問題－身体的トラブルを中心に－	商品テスト部
12月22日	比較的安価な放射線測定器の性能－第2弾－	商品テスト部
2012年 1月19日	タンクに入れて使う節水器具でトイレの水が止まらなくなった！！（相談解決のためのテストから No.13）	商品テスト部
1月19日	取っ手部に体重をかけると転倒する外作業用の椅子（相談解決のためのテストから No.14）	商品テスト部
1月19日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成23年度第3回）	紛争解決委員会事務局
1月19日	水でぬらすだけで冷感が得られることをうたったタオル －湿疹・かぶれの原因となることも－	商品テスト部
2月 2日	金属部分のバリで指を切り、布団も破れた布団干し（相談解決のためのテストから No.15）	商品テスト部
2月 2日	ラジウム温泉と同等になるとうたった浴用岩石と岩塩（相談解決のためのテストから No.16）	商品テスト部
2月 2日	ペットのインターネット取引にみるトラブル	相談情報部　情報提供課
2月 2日	実体不明の「グリーン電力証書」の販売トラブル －太陽光発電事業の加盟店入会の勧誘にだまされないで－	相談情報部　情報提供課
2月 2日	開運ブレスレットや数珠の購入をきっかけに、除霊のため運気を上昇させるためと、次々に開運商品を売りつける手口に要注意！	相談情報部　情報提供課
3月 1日	ミネラル成分の溶出が極めて少ない入浴剤（相談解決のためのテストから No.17）	商品テスト部
3月 1日	雨漏りのおそれのある、軽量なテント（相談解決のためのテストから No.18）	商品テスト部
3月 1日	システムキッチンのステンレスシンクのさびに注意！	商品テスト部
3月15日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成23年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月15日	増加する自動車の売却トラブル －震災後の自動車不足を背景に、強引な買い取りや解約トラブルが－	相談情報部　情報提供課
3月15日	「賞金が当たった」という詐欺的なDMに注意！ －全国の消費生活センターに寄せられたDMの分析をふまえて－	相談情報部　情報提供課
3月15日	薄型テレビの転倒防止対策の重要性	商品テスト部
3月29日	「美容医療・契約トラブル110番」の実施結果報告	相談情報部　情報提供課

2012年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2012年 4月16日	「東日本大震災」で寄せられた消費生活相談情報（第6報） －発生から1年間の相談の推移－	相談情報部
4月19日	首が締め付けられて痛い子ども用の冷感ベルト（相談解決のためのテストから No.19）	商品テスト部
4月19日	発火したIHクッキングヒーター用汚れ防止マット（相談解決のためのテストから No.20）	商品テスト部
4月19日	詐欺的なサクラサイト商法にご用心！ －悪質出会い系サイト被害110番の結果報告から－	相談情報部

4月19日	銀行窓口で勧誘された 一時払い終身保険に関するトラブル－高齢者への不適切な勧誘が急増中－	相談情報部
4月27日	ウインドーガラスが割れない自動車用緊急脱出ハンマー	商品テスト部
5月 2日	「アダルトＤＶＤや児童ポルノ等の購入者を告発する」という手紙にご注意！	相談情報部
5月 2日	安愚楽牧場に関するトラブル速報！第4弾 －「隠し財産が見つかった?」被害を取り戻すという二次被害トラブル急増！－	相談情報部
5月10日	使用したらフロントガラスに傷がついた自動車用ガラスクリーナー（相談解決のためのテストから No.21）	商品テスト部
5月10日	自動車用緊急脱出ハンマーの性能 －シートベルトカッターが付いているものを対象に－	商品テスト部
5月24日	ワールド・リソースコミュニケーションに関する二次被害にご注意！ －被害を回復するという不審なハガキや手紙が届いても、絶対に取り合わない－	相談情報部
5月24日	今度はカンボジアの土地使用権！依然続く劇場型勧誘 －「リゾート地」「農地」の投資話にご用心－	相談情報部
5月24日	デジタル式個人線量計のテスト結果	商品テスト部
5月31日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成24年度第1回）	紛争解決委員会事務局
6月21日	発煙したクリップライト（相談解決のためのテストから No.22）	商品テスト部
6月21日	トイレ用合成洗剤（相談解決のためのテストから No.23）	商品テスト部
6月21日	「消費者トラブルメール箱」2011年度のまとめ－10年目の比較を踏まえて－	相談情報部
6月21日	契約を急かされる！高額な施術を勧められる！美容医療サービスの勧誘トラブルに注意！－美容医療・契約トラブル110番の実施結果から－	相談情報部
6月21日	家庭用健康器具による危害等について －気軽に運動できるはずがケガ！使う前には注意表示の確認を－	商品テスト部
7月26日	大人用紙おむつ（相談解決のためのテストから No.24）	商品テスト部
7月26日	熱湯を入れたら中ぶたが上方にずれてやけどした携帯用魔法瓶（相談解決のためのテストから No.25）	商品テスト部
7月26日	速報！サクラサイト商法新たな手口にご用心！ －性別・世代を問わず被害拡大の可能性も－	相談情報部
7月26日	年々増加する投資信託のトラブル －元本割れなどのリスクを再確認し、トラブルの未然・拡大防止を－	相談情報部
7月27日	首掛式の乳幼児用浮き輪を使用する際の注意について	商品テスト部
8月 2日	洗ってもにおいの取れない箸（相談解決のためのテストから No.26）	商品テスト部
8月 2日	使用していた乾電池が発熱した玩具（相談解決のためのテストから No.27）	商品テスト部
8月 2日	手技による医業類似行為の危害 －整体、カイロプラクティック、マッサージ等で重症事例も－	商品テスト部
8月 3日	Ｌ＆Ｇの二次被害にご注意 －被害対策弁護団や裁判所からの本物と紛らわしい偽物の書面に注意して－	相談情報部
8月10日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成24年度第2回）	紛争解決委員会事務局
8月14日	国民生活センターをかたる電話にご注意ください！	相談情報部
8月17日	エラー表示などでパソコンソフトを購入させる手口に注意 －そのエラー表示は本物？？－	相談情報部
9月 6日	飛散防止加工をうたっていながら鏡の破片が飛び散ったスタンドミラー（相談解決のためのテストから No.28）	商品テスト部
9月 6日	全国の商品テスト概要	商品テスト部
9月 6日	2011年度のPIO-NETの危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報の概要	商品テスト部
9月 6日	PIO-NETにみる2011年度の消費生活相談－全国のデータから－	相談情報部
9月 6日	アダルト情報サイトの相談が2011年度の相談第1位に －インターネットにアクセスできる機器すべてに注意が必要－	相談情報部
9月21日	次々出てくる換金困難な外国通貨の取引トラブル！－新たにコンゴ、シリア、イエメン、ウズベキスタンの通貨が…－	相談情報部
10月 4日	紛らわしい表示のかばん（相談解決のためのテストから No.29）	商品テスト部
10月 4日	履いていて湿疹が現れるようになった婦人用ブーツ（相談解決のためのテストから No.30）	商品テスト部
10月 4日	「買え買え詐欺」にご注意！ －より巧妙！より悪質に！劇場型勧誘による詐欺的儲け話の最近の手口－	相談情報部
11月 1日	組み立て途中に突然倒れた組み立て式テーブル（相談解決のためのテストから No.31）	商品テスト部
11月 1日	キックスケーターの前輪が取れて子供がけが（相談解決のためのテストから No.32）	商品テスト部
11月 1日	自転車に取り付けたライトが駐輪中の転倒のはずみで破損（相談解決のためのテストから No.33）	商品テスト部
11月 1日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例	相談情報部
11月 1日	受け取りは105歳になってから!?金（きん）地金（じがね）の分割前払い取引のトラブルが増加－訪問販売や電話による現物積立まがいの勧誘にご注意－	相談情報部
11月 1日	申し込んでいないのに強引に送りつけられる！ 高齢者を狙った健康食品の悪質な販売手口が増加！	相談情報部

11月28日	電気ケトルの転倒等による乳幼児の熱傷事故にご注意ください	—
11月29日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成24年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月 6日	消費者問題に関する2012年の10大項目	総務部企画調整課
12月 6日	「保険金が使える」という住宅修理サービスの相談が増加！－解約料として保険金の50％を請求されたり、代金を前払いしたのに着工されないことも－	相談情報部
12月14日	ウインドーガラスが割れない自動車用緊急脱出ハンマー　その2	商品テスト部
12月20日	飲み口付近の塗料が剥がれる携帯用魔法瓶（相談解決のためのテストから No.34）	商品テスト部
12月20日	表示より電気料金が高額になったオイルヒーターの広告（相談解決のためのテストから No.35）	商品テスト部
12月20日	大人の知らない間に子どもが利用！オンラインゲームのトラブルにご注意を	相談情報部
12月20日	歩行型ロータリ除雪機の使い方に注意	商品テスト部
12月21日	「国民生活センターから大切なお知らせ」との書面が郵送されてきたら、それはニセモノです！	相談情報部
12月27日	太陽エネルギー利用パネルからの落雪事故に注意－設置時は、落雪対策も忘れずに－	相談情報部　商品テスト部
2013年 1月15日	絶対に無視すること!「賞金が当たった」という詐欺的なDMの相談が再び急増！	相談情報部
2月 7日	手にはめたところヌルヌルした手袋（相談解決のためのテストから No.36）	商品テスト部
2月 7日	峰の部分で切り傷を負った包丁（相談解決のためのテストから No.37）	商品テスト部
2月 7日	スライサーを安全に使うには－安全ホルダーの使用性を中心に－	商品テスト部
2月14日	「医療機関債の被害を回復する」という不審な勧誘にご注意！ －「今日中に申し込めば…」などの不審なセールストークには絶対に取り合わないこと－	相談情報部
2月21日	運動中にぶつかり目の上にけがをした子ども用の花粉防御用眼鏡（相談解決のためのテストから No.38）	商品テスト部
2月21日	ウオーターサーバーの温水コックが外れて子どもがやけど	商品テスト部
2月21日	子ども用の花粉防御用眼鏡による顔のけがに注意	商品テスト部
2月21日	IHクッキングヒーターに用いる汚れ防止マットの使用に注意	商品テスト部
3月 7日	大理石のダイニングテーブルに手をついたら破損（相談解決のためのテストから No.39）	商品テスト部
3月 7日	調理中に取っ手が溶けたフライパン（相談解決のためのテストから No.40）	商品テスト部
3月 7日	第40回国民生活動向調査＜結果・概要＞－くらしの中のインターネット－	相談情報部
3月 7日	増加する住宅リフォーム工事のトラブル －トラブルは悪質な訪販リフォームだけじゃない！－	相談情報部
3月 7日	経口妊娠中絶薬の安易な個人輸入や使用は危険！	商品テスト部
3月21日	電子レンジ専用調理器のふたのつまみから発火（相談解決のためのテストから No.41）	商品テスト部
3月21日	調理中に発火したトースト用クリーム（相談解決のためのテストから No.42）	商品テスト部
3月21日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成24年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月21日	宅配便でお金を送らないで!－他の商品と装わせてお金を送らせる手口に要注意!－	相談情報部
3月21日	儲かるわけがない！？インターネット上の宣伝書込（せんでんかきこみ）内職 －きっかけは「儲かる方法を伝授する」情報商材－	相談情報部
3月28日	乳幼児の歯ブラシによる事故に注意！	—
3月28日	医療機関ネットワーク事業からみた家庭内事故－子ども編－	商品テスト部
3月28日	医療機関ネットワーク事業からみた家庭内事故－高齢者編－	商品テスト部
3月28日	再び増加！架空請求のトラブル－請求手段はハガキから電子メールへ－	相談情報部
3月28日	乗用車のアームレスト取り付け部品のすき間に幼児が中指を挟み指先を大けが	商品テスト部

2013年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2013年 4月 4日	約1年7カ月の使用で破損した椅子（相談解決のためのテストから No.43）	商品テスト部
4月 4日	モバイルデータ通信の相談が増加－「よく分からないけどお得だから」はトラブルのもと!－	相談情報部
4月 4日	フッ素樹脂、シリコーン樹脂等を含む衣類用スプレー製品の安全性 －防水効果をうたっていない商品について－	商品テスト部
4月30日	搭載していた充電池が発火したラジコンヘリコプター（相談解決のためのテストから No.44）	商品テスト部
4月30日	首から下げるタイプの除菌用品の安全性－皮膚への刺激性を中心に－	商品テスト部
5月 2日	MRIインターナショナルに関する二次被害トラブルにご注意ください！	相談情報部
5月 9日	左右両方のひじ掛け部分が破損した椅子（相談解決のためのテストから No.45）	商品テスト部
5月 9日	「国の被害救済制度で過去の投資被害の回復が図れる」という不審な勧誘にご注意! －消費生活センターをかたり、公的機関を思わせる手続書類を使うなど、手口が巧妙化－	相談情報部
5月 9日	新たなエネルギー事業をうたった買え買え詐欺にご注意！ －シェールガス？メタンハイドレート？新しい話題を悪用した儲（もう）け話－	相談情報部
5月21日	スマートフォンからアクセスしたアダルト情報サイトの相談が急増！ －公式マーケットでダウンロードした無料アプリからの請求も－	相談情報部

5月23日	温風吹出口から火花が出たセラミックファンヒーター（相談解決のためのテストから No.46）	商品テスト部
5月23日	高齢者を狙った健康食品の送りつけ商法が急増！申し込んだ覚えがなければ絶対に受け取らない、お金を払わない！	相談情報部
6月 3日	いわゆる「偽装質屋」からは絶対に借り入れしないで！ －「質草は何でもいい」「年金口座から自動引落し」などのうたい文句に注意－	相談情報部
6月 6日	着用で体にしみができたブラジャー（相談解決のためのテストから No.47）	商品テスト部
6月 6日	「消費者トラブルメール箱」2012年度のまとめ	相談情報部
6月 6日	商業施設内の屋内遊戯施設における子どもの事故	商品テスト部
6月13日	速報！遠隔操作によるプロバイダ勧誘トラブルにご注意！	相談情報部
6月14日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成25年度第1回）	紛争解決委員会事務局
7月 1日	速報！！「ネット回線勧誘トラブル110番」の実施結果報告	相談情報部
7月 4日	美容用具のローラーで頬に傷（相談解決のためのテストから No.48）	商品テスト部
7月 4日	低運賃でも苦情は急増　LCCなどの格安航空に関するトラブル	相談情報部
7月 4日	刈払機（草刈機）の使い方に注意－指の切断や目に障害を負う事故も－	商品テスト部
7月12日	突然「あなたの名前で社債を購入した」と電話をしてくる手口に注意！ －消費者をあわてさせてお金をだまし取る買え買え詐欺－	相談情報部
8月 1日	ノートパソコンのUSBポートが破損したICカードリーダー/ライター（相談解決のためのテストから No.49）	商品テスト部
8月 1日	コーナー部が割れて水漏れしたステンレスシンク（相談解決のためのテストから No.50）	商品テスト部
8月 1日	2012年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部
8月 1日	2012年度のPIO-NETおよび医療機関ネットワークにみる危害・危険情報の概要	商品テスト部
8月 1日	相談件数が過去最高に！原野商法の二次被害トラブルが再び増加－「買いたい人がいる」「高く売れる」などのセールストークをうのみにしないこと－	相談情報部
8月22日	電気炊飯ジャーで20時間保温すると異臭がする米（相談解決のためのテストから No.51	商品テスト部
8月22日	子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性 －衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために－	商品テスト部
8月22日	なかなか減らない新聞のトラブル －高齢者に10年以上の契約も！解約しようとしたら断られた！－	相談情報部
8月29日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成25年度第2回）	紛争解決委員会事務局
9月 5日	立体感が得られないことがあったデジタルカメラの3D写真（相談解決のためのテストから No.52）	商品テスト部
9月 5日	洗車中に発煙した高圧洗浄機（相談解決のためのテストから No.53）	商品テスト部
9月 5日	無料（タダ）ではない！？ウオーターサーバーの当選商法 －実態は水の定期購入！1年未満の解約では解約料がかかる－	相談情報部
9月 5日	防犯ブザーの電池切れや故障に注意！－いざという時のために家庭で点検を－	商品テスト部
9月12日	ダイヤモンドの買え買え詐欺にご注意！－トラブルにあった人の9割は高齢者－	相談情報部
9月19日	柔軟仕上げ剤のにおいに関する情報提供	商品テスト部
9月30日	健康食品の送りつけ商法に新たな手口 現金書留封筒を同封して送りつけ、脅迫めいた口調で支払いを迫る！	相談情報部
10月 3日	「一日最大○○円」…、確認せずに利用すると高額料金になることも！ －コインパーキングの「表示」に関するトラブルが増えている－	相談情報部
10月11日	「ねらわれてます高齢者　悪質商法110番」実施結果	相談情報部
10月30日	東京オリンピックに関連した詐欺的トラブルにご注意ください！	相談情報部
11月 7日	液垂れした部分の塗装が剥がれた自動車ガラス用はっ水剤（相談解決のためのテストから No.54）	商品テスト部
11月 7日	吸いづらいストロー付きの乳幼児用カップ（相談解決のためのテストから No.55）	商品テスト部
11月 7日	自動車用緊急脱出ハンマーのガラス破砕性能	商品テスト部
11月21日	防水性の繊維製品を脱水中に異常振動が発生し、破損した洗濯乾燥機（相談解決のためのテストから No.56）	商品テスト部
11月21日	保温できなかったスープ用のポット（相談解決のためのテストから No.57）	商品テスト部
11月21日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例	相談情報部
11月21日	不良灯油による石油暖房機器の故障や異常に注意	商品テスト部
11月26日	「料金未支払があり、ほうっておくと裁判になる」などと脅す架空請求に注意！	相談情報部
12月 4日	レーシック手術を安易に受けることは避け、リスクの説明を十分受けましょう！ －希望した視力を得られないだけでなく、重大な危害が発生したケースもあります－	―
12月 5日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成25年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月 5日	折り曲げたら液体が飛び散った発光するブレスレット（相談解決のためのテストから No.58）	商品テスト部
12月 5日	年に1回、憧れの海外リゾートライフ？ 海外不動産所有権付きリゾート会員権「タイムシェア」の契約は慎重に！	相談情報部
12月 5日	豆乳等によるアレルギーについて－花粉症（カバノキ科花粉症）の方はご注意を－	商品テスト部

12月12日	増え続ける子どものオンラインゲームのトラブル －家族でゲームの遊び方を話し合うとともに、クレジットカード管理の徹底を！－	相談情報部
12月19日	消費者問題に関する2013年の10大項目	総務部企画調整課
12月19日	投資経験の乏しい者に「プロ向けファンド」を販売する業者にご注意！ －高齢者を中心にトラブルが増加、劇場型勧誘も見られる－	相談情報部
12月19日	「インターネット通販の前払いによるトラブル」が急増！ －個人名義の銀行口座への前払いはしない－	相談情報部
2014年 1月23日	洗濯をしたら異臭がした紳士ズボン（相談解決のためのテストから No.59）	商品テスト部
1月23日	婦人靴のヒールが取れて踵に受傷（相談解決のためのテストから No.60）	商品テスト部
1月23日	においのきつい断熱用カーテン（相談解決のためのテストから No.61）	商品テスト部
1月23日	婚活サイトなどで知り合った相手から勧誘される投資用マンション販売に注意!! －ハンコを押す相手は信ジラレマスカ？－	相談情報部
1月23日	キャンドルブッシュを含む健康茶 －下剤成分（センノシド）を含むため過剰摂取に注意－	商品テスト部
2月 6日	人助けだと思って代わりに申し込んで！？ 親切心につけこむ「老人ホーム入居権」の買え買え詐欺にご注意！	相談情報部
2月 6日	子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性（再注意喚起） －衝突や転倒などによる目の周辺のけがを防ぐために－	商品テスト部
2月14日	東京オリンピックに関連した詐欺的トラブルにご注意ください！（No.2） －オリンピック用の建物・土地に関する架空の儲け話－	相談情報部
2月20日	スタンドが溶けたスチームアイロン（相談解決のためのテストから No.62）	商品テスト部
2月20日	座ったら衣服に色移りしたフロアチェア（相談解決のためのテストから No.63）	商品テスト部
2月20日	「高い」、「期待したほど聞こえない」、あなたの補聴器選び大丈夫ですか？	相談情報部
2月20日	消費税アップによる駆け込み需要でより混雑する？ 引っ越しサービスに関するトラブルを防ぐために	相談情報部
2月20日	スマートフォンの充電端子の焼損や本体の発熱に注意 －なかにはやけどを負った事例も－	商品テスト部
3月 6日	洗濯してもにおいが取れなかった子ども用パジャマ（相談解決のためのテストから No.64）	商品テスト部
3月 6日	温度制御に問題があった電気足温器（相談解決のためのテストから No.65）	商品テスト部
3月 6日	第41回国民生活動向調査＜結果・概要＞－くらしと海外－	相談情報部
3月 6日	よく分からないまま契約していませんか？ インターネット、携帯電話等の電気通信サービスに関する勧誘トラブルにご注意！	相談情報部
3月11日	ステロイド不使用をうたった医療機関で処方された漢方クリームにステロイドが含有	商品テスト部
3月20日	全国の消費生活センター等の商品テスト実施状況	商品テスト部
3月20日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成25年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月20日	購入して最初に使ってやけどをしたスチームクリーナー（相談解決のためのテストから No.66）	商品テスト部
3月20日	海外で購入した血糖を下げるという漢方薬を服用して重篤な低血糖症	商品テスト部
3月20日	販売時の表示とは異なり、公道走行できないペダル付き電動2輪車 －電動アシスト自転車と外観が類似しているので要注意－	商品テスト部

2014年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2014年 4月24日	パーツの分解時に親指を挟んで負傷したスチームクリーナー（相談解決のためのテストから No.67）	商品テスト部
4月24日	調理中に取っ手が根元から破損したフライパン（相談解決のためのテストから No.68）	商品テスト部
4月24日	突然現れるパソコンの警告表示をすぐにクリックしないこと！ －その表示は、有料ソフトウエアの広告かもしれません－	相談情報部
4月24日	SNSの思わぬ落とし穴にご注意！ －消費者トラブルのきっかけは、SNSの広告や知人から？－	相談情報部
5月 8日	相談急増！大学生に借金をさせて高額な投資用DVDを購入させるトラブル	相談情報部
5月22日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成26年度第1回）	紛争解決委員会事務局
5月22日	カラーコンタクトレンズの安全性－カラコンの使用で目に障害も－	商品テスト部
5月23日	国民生活センターをかたる通知書にご注意ください！	相談情報部
5月29日	「当選番号を事前に教えてあげる」はあり得ない！ ロト6などの数字選択式宝くじの当選番号詐欺が急増	相談情報部
6月 5日	「消費者トラブルメール箱」2013年度のまとめ	相談情報部
6月 5日	借金をさせてまで支払わせるメルマガ作成内職 －20代から40代の女性に100万円以上の借金をさせる事例も！－	相談情報部
6月 5日	一部に合成皮革が使用された本革のスマートフォンケース（相談解決のためのテストから No.69）	商品テスト部

6月 9日	「幸運」を手に入れるつもりが「不幸」を招くことも… －請求金額が高額化！！開運グッズや祈祷等を次々と勧める業者にご注意－	相談情報部
6月18日	乳幼児（特に1歳以下）のボタン電池の誤飲に注意！ －重症化することを知らない保護者が6割も！！－	―
6月19日	外側が熱くなったステンレス製携帯用魔法瓶（相談解決のためのテストから No.70）	商品テスト部
6月19日	儲かってるのに出金できない！？海外FX取引をめぐるトラブルにご注意 －自動売買ソフト等を購入させ、海外FX取引に誘う手口－	相談情報部
6月27日	「保険金が使える」という住宅修理サービスのトラブルにご注意ください！	相談情報部
7月 3日	さわった指に苦味がした樹脂製の玩具（相談解決のためのテストから No.71）	商品テスト部
7月 3日	ペダルなし二輪遊具による坂道の事故に注意 －衝突や転倒により幼児がけがを負う事故が発生－	商品テスト部
7月14日	送り付け商法、今度は違法なアダルトDVDが消費者のもとに… －申し込んだ覚えがなければ代金を支払わないこと！！－	相談情報部
7月14日	なくしてからでは遅い！携帯電話の紛失・盗難に備えて －「不正利用されて高額請求」、「データの流出が心配」等の相談が増加！－	相談情報部
7月22日	株式会社ベネッセコーポレーションにおける個人情報漏えいに便乗した不審な勧誘にご注意ください！	相談情報部
7月24日	使用していくうちに羽根が吹き出してきた羽根枕 （相談解決のためのテストから No.72）	商品テスト部
7月24日	走行中にフレームが破損した折りたたみ電動アシスト自転車 （相談解決のためのテストから No.73）	商品テスト部
7月24日	炭酸水製造機が破裂し、手に大けがを負う事故が発生 －「ざ・炭酸」をお持ちの方は使わないで－	商品テスト部
7月24日	スプレー缶製品の事故に注意 －コールドスプレー使用時とスプレー缶の穴開け時の事故も発生－	商品テスト部
7月30日	エアコンの「フロンガスが2020年から使用できなくなる」という勧誘にご注意！！ －「環境省の指示」、「フロンガスが使用できなくなる」というのはウソです－	相談情報部
7月30日	個人情報が漏れているので削除してあげる？！ 公的機関をかたって個人情報の削除を持ちかける詐欺にご注意！	相談情報部
8月 7日	留めねじが脱落し取っ手が外れたフライパン （相談解決のためのテストから No.74）	商品テスト部
8月 7日	液漏れしたアルカリ乾電池（相談解決のためのテストから No.75）	商品テスト部
8月 7日	2013年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部
8月 7日	2013年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	商品テスト部
8月 7日	置き型のワンプッシュ式蚊取りの使い方に注意	商品テスト部
8月27日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成26年度第2回）	紛争解決委員会事務局
9月 4日	海外業者とのバイナリーオプション取引にご注意ください！ －無登録業者との契約は行わないで！！－	相談情報部
9月11日	iPS細胞・STAP細胞の関連事業をかたった詐欺的トラブルにご注意！ －話題性のある出来事に便乗して、高齢者を狙う悪質な手口－	相談情報部
9月11日	家族や周囲の見守りと気づきが大切 －認知症等高齢者の消費者トラブルが過去最高に！！－	相談情報部
9月18日	差込口のスイッチ周辺が焦げたテーブルタップ（相談解決のためのテストから No.76）	商品テスト部
9月18日	触れたところとげが刺さった折りたたみ傘（相談解決のためのテストから No.77）	商品テスト部
9月18日	相談激増！遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘トラブルにご注意	相談情報部
10月 9日	気を付けて、浴槽での首掛け式浮き輪の事故！！ －赤ちゃんは御機嫌でも一瞬も目を離してはいけません－	―
10月16日	コピー商品・偽ブランド品・偽造品…「ニセモノ」に関する消費者トラブルに注意！ －失うのはお金だけじゃない！？－	相談情報部
10月23日	「ねらわれてます！高齢者　悪質商法110番」実施結果	相談情報部
10月30日	強いにおいがする婦人用レインブーツ（相談解決のためのテストから No.78）	商品テスト部
10月30日	住宅の新築工事・リフォーム工事等での遅延トラブルが増加 －人手不足による放置や、倒産による放棄の事例も－	相談情報部
10月30日	ボタン電池を使用した商品に注意－乳幼児の誤飲により、化学やけどのおそれも－	商品テスト部
11月 7日	止まらない！！増え続ける原野商法の二次被害トラブル	相談情報部
11月18日	カード、電子マネー…等で支払ってトラブルになっていませんか？ －キャッシュレス決済を悪用する業者にご用心！－	相談情報部
11月27日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要	相談情報部
12月 4日	使っていたらボロボロと崩れてきた腕時計の樹脂製ベルト （相談解決のためのテストから No.79）	商品テスト部
12月 4日	食品加熱時の突沸に注意	商品テスト部
12月18日	空転で破断した非金属タイヤチェーン（相談解決のためのテストから No.80）	商品テスト部
12月18日	保管中に突然割れた電気グリル鍋のガラス製のふた（相談解決のためのテストから No.81）	商品テスト部

12月18日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成26年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月18日	消費者問題に関する2014年の10大項目	広報部広報課
12月24日	速報！！「キャッシュレスでの買い物トラブル110番」の実施結果報告	相談情報部
2015年 1月20日	鳥インフルエンザが発生しています　正確な情報に基づいて冷静に対応しましょう	商品テスト部
1月26日	注ぎ口の笛部が溶けたやかん（相談解決のためのテストから No.82）	商品テスト部
1月26日	歩行型ロータリ除雪機の使い方に注意（再注意喚起） －今冬も死亡事故が発生！使い方の再確認を－	商品テスト部
1月26日	食品の異物混入に関する相談の概要	商品テスト部
2月19日	過信は禁物！息を吹きかけて呼気中のアルコール濃度を調べる測定器 －運転の可否の判断には使用しないで！－	商品テスト部
2月20日	医療費などの還付金がATMで支払われることは絶対にありません！！ －「お金が返ってくるのでATMへ行くように」は詐欺です－	相談情報部
3月 5日	設定温度にならないヘアアイロン（相談解決のためのテストから No.83）	商品テスト部
3月 5日	調理中に取っ手が外れた片手鍋（相談解決のためのテストから No.84）	商品テスト部
3月 5日	「国民生活センター越境消費者センター（CCJ）」を開設します	相談情報部
3月 5日	店舗型とは違います インターネットで申し込む宅配クリーニングのトラブルにご注意！	相談情報部
3月18日	洗濯用パック型液体洗剤に気を付けて！ －特に3歳以下の乳幼児に事故が集中しています－	―
3月19日	幼児がやけどを負い、こたつ布団なども焦げた電気こたつ（相談解決のためのテストから No.85）	商品テスト部
3月19日	内圧変化で亀裂が生じたガソリン携行缶（相談解決のためのテストから No.86）	商品テスト部
3月19日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成26年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月19日	ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！ －傘の骨やテントの支柱、園芸用ポールなどに使われています－	商品テスト部
3月19日	電子レンジ庫内の発煙・発火－庫内の汚れの付着や食品の加熱しすぎに注意－	商品テスト部
3月26日	プリペイドカードの購入を指示する詐欺業者にご注意！！ －「購入したカードに記載された番号を教えて」は危ない！－	相談情報部
3月26日	通信販売における宅配便トラブルを減らすために －運送事業者・通販事業者・消費者、それぞれが取り組めること－	相談情報部
3月31日	消費生活相談員を対象とした「越境消費者取引の相談対応等に関する調査」 ＜結果・概要＞	相談情報部

2015年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2015年 4月23日	アダルトサイトの相談が年間で10万件を突破！	相談情報部
5月14日	アダルトサイトとの解約交渉を行政書士はできません！	相談情報部
5月21日	高齢者が支払えなくなるまで次々に販売するSF商法 －支払い金額の平均は170万円にも！－	相談情報部
5月28日	ご存じですか？商品先物取引の勧誘ルールが変わります！ －勧誘を受けても、取引の仕組みやリスクの大きさを理解できなければ契約しないで!－	相談情報部
6月 1日	「国民生活センター越境消費者センター（CCJ）」の相談受付を開始しました	相談情報部
6月 4日	日本年金機構における個人情報流出に便乗した不審な電話にご注意ください!	相談情報部
6月 4日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成27年度第1回）	紛争解決委員会事務局
6月 4日	後を絶たない、まつ毛エクステンションの危害	商品テスト部
6月18日	チャイルドシートを運搬中に可動部品で指をけが（相談解決のためのテストから No.87）	商品テスト部
6月18日	スポーツ用自転車の取扱いに注意－構造と使用方法をよく理解しましょう－	商品テスト部
6月22日	日本年金機構における個人情報流出に便乗した不審な電話にご注意ください！（第2報）	相談情報部
7月 9日	「消費者トラブルメール箱」2014年度のまとめ	相談情報部
7月16日	充電中に破裂して右指にやけどを負った携帯型の充電器（相談解決のためのテストから No.88）	商品テスト部
7月16日	詰め物が表示と異なっていたこたつ布団（相談解決のためのテストから No.89）	商品テスト部
7月16日	20代に増えている！アフィリエイトやドロップシッピング内職の相談 －友人を紹介すると儲かる！？借金をさせてまで支払わせる事例も－	相談情報部
8月 6日	物干しざおに10万円！？ －高齢女性を中心に、移動販売でのトラブルが再び増加！－	相談情報部
8月18日	SNSの広告で購入した化粧品で思わぬ請求が！ －日本語のサイトでも契約先は海外の詐欺的事業者！？－	相談情報部
8月20日	2014年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部
8月20日	2014年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	商品テスト部
8月27日	自然災害にみる消費者トラブル－被災した住宅の修理トラブルから、便乗商法まで－	相談情報部

8月27日	高齢者でトラブル多発！ IP電話に関する相談が増加しています	相談情報部
9月 3日	表示に問題があったミネラルウォーター（相談解決のためのテストから No.90）	商品テスト部
9月 3日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成27年度第2回）	紛争解決委員会事務局
9月 3日	「名義を貸して…」「代わりに買って…」などと持ちかける不審な電話は詐欺です！－古銭の購入に関連した詐欺的トラブルにご注意！－	相談情報部
9月15日	マイナンバー制度に便乗した不審な電話等にご注意ください！	相談情報部
9月17日	チェーン部分からニッケルが溶出したネックレス（相談解決のためのテストから No.91）	商品テスト部
9月17日	走行中にフレームが破断した折りたたみ自転車 －輸入代理店がフレームの回収と無料交換を実施しています－	商品テスト部
10月 1日	幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲－十二指腸閉塞、開腹手術により摘出－	商品テスト部
10月30日	「ねらわれてます！高齢者　悪質商法110番」実施結果	相談情報部
11月 5日	トラブルになってからでは遅い！結婚式トラブルへの備えとは －「キャンセル料」「打合せ不足」に関するトラブルが後を絶ちません－	相談情報部
11月12日	マイナンバー制度に便乗した不審な電話等にご注意ください！（第2報） －「マイナンバーが漏えいしている」などといった不審なメールにもご用心－	相談情報部
11月26日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例等	相談情報部
12月 3日	破損、色落ち、雑な仕上がり!? －掃除サービスでのトラブルに遭わないために!－	相談情報部
12月17日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成27年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月17日	消費者問題に関する2015年の10大項目	広報部広報課
12月17日	大切な葬儀で料金トラブル発生!－後悔しない葬儀にするために知っておきたいこと－	相談情報部
12月17日	電力の小売全面自由化が始まります！ －正確な情報を収集し、よく理解してから契約を！便乗商法にも気をつけましょう－	相談情報部
2016年 1月14日	発達をみながら注意したい0・1・2歳児の事故－医療機関ネットワーク情報から－	商品テスト部
1月20日	内部から発煙、発火したセラミックファンヒーター －当該品をお持ちの方は使用を中止して下さい－	商品テスト部
1月21日	家庭用電気マッサージ器による危害 －体調を改善するつもりが悪化することも！特に高齢者は注意が必要－	商品テスト部
1月26日	訴訟履歴がマイナンバーに登録される！？ マイナンバー制度を悪用したお知らせメールにご注意ください！	相談情報部
1月28日	見た目だけでは分からない、えごま油の品質	商品テスト部
2月12日	美容用具で肌が引っぱられて傷（相談解決のためのテストから No.92）	商品テスト部
2月12日	光回線サービスの卸売に関する勧誘トラブルにご注意！	相談情報部
2月12日	電力の小売全面自由化まで、50日を切りました！－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘も気をつけましょう－	相談情報部
2月18日	投資や利殖をうたう仮想通貨の勧誘トラブルが増加－「必ず値上がりする」などの説明をうのみにせず、リスクが理解できなければ契約しないでください－	相談情報部
2月18日	自転車用レインウェアの運転への影響と安全性について	商品テスト部
2月25日	使用中にパッキンに亀裂が生じ蒸気が漏れた圧力鍋（相談解決のためのテストから No.93）	商品テスト部
2月25日	子ども用のマニキュアからホルムアルデヒドを検出－当該品をお持ちの方は使用を中止して下さい－（相談解決のためのテストから No.94）	商品テスト部
2月25日	油断しないで！耳掃除－思わぬ事故につながることも－	商品テスト部
2月25日	使用中に破片が飛び、目を負傷した回転させる玩具 －小さなものでも傷やひび割れがある当該品は、使用を中止してください－	商品テスト部
3月10日	においの強い手袋（相談解決のためのテストから No.95）	商品テスト部
3月10日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成27年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月10日	活性酸素の一種を抑制する水をつくるとうたった装置 －飲用による効果を表したものではありません－	商品テスト部
3月14日	あと3週間で電力自由化がスタートします －正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう!便乗した勧誘も気をつけましょう－	相談情報部
3月17日	突然動き出した電気掃除機（相談解決のためのテストから No.97）	商品テスト部
3月17日	商品名にWaterproofとあるが、水が浸入したスマートフォンのケース（相談解決のためのテストから No.96）	商品テスト部
3月17日	絶対に入ってはいけない！「ぽったくりバー」－楽しい気分が一転、高額請求－	相談情報部
3月17日	水圧で伸びる散水ホースの破損に注意－短期間で使用できなくなるおそれも－	商品テスト部
3月30日	越境消費者取引の類型整理と相談事例－相談対応における課題を探る－	教育研修部上席調査研究員

2016年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2016年 4月 1日	電力自由化がスタートしました－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘も気をつけましょう－	相談情報部
4月21日	平成28年熊本地震に便乗した不審な電話や訪問にご注意ください！	相談情報部

4月21日	薬品臭い味がしたというウォーターサーバーの水（相談解決のためのテストから No.98）	商品テスト部
4月21日	液体の入ったスマートフォンケースからの液漏れに注意	商品テスト部
4月26日	電力自由化が始まっています－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
5月 9日	平成28年熊本地震に便乗した不審な電話や訪問にご注意ください！（第2報）－義援金を名目としてプリペイドカードの購入を求める不審な電話も－	相談情報部
5月17日	「熊本地震消費者トラブル110番」の受付状況（第1報）－開設後10日間のまとめ－	相談情報部
5月19日	平成28年度　消費生活相談員資格試験（消費生活専門相談員資格認定試験）の実施について	教育研修部資格制度室
5月19日	ご存じですか？　電気通信事業法が改正されました－光回線やスマートフォン等の契約書面はしっかり確認しましょう！－	相談情報部
5月19日	少量の失禁尿を吸収するとうたった下着－過信は禁物、しみ出すことも－	商品テスト部
5月27日	熊本地震に便乗した不審なメールやSNSの投稿などにご注意ください！－「募金」をうたってアダルトサイトに誘導するSNSの不審な投稿も－	相談情報部
6月 2日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成28年度第1回）	紛争解決委員会事務局
6月10日	「熊本地震消費者トラブル110番」の受付状況（第2報）－開設後1カ月のまとめ－	相談情報部
6月16日	相談急増！「お試し」のつもりが定期購入に！？－低価格等をうたう広告をうのみにせず、契約の内容をきちんと確認しましょう－	相談情報部
6月17日	電力自由化が始まって2か月が経過しました－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
6月23日	消費生活相談における外国人対応の現況調査＜結果・概要＞	教育研修部上席調査研究員
6月23日	美容医療サービスにみる包茎手術の問題点	商品テスト部
6月23日	「平成28年熊本地震」で寄せられた消費生活相談情報（第1報）－発生1カ月間にみる相談の推移－	相談情報部
6月30日	「消費者トラブルメール箱」2015年度のまとめ	相談情報部
7月 7日	速報！コンビニ払いを指示する架空請求にご注意！－詐欺業者から支払番号を伝えられていませんか？－	相談情報部
7月21日	点火ボタンを放しても火が消えなかった多目的ライター（相談解決のためのテストから No.99）	商品テスト部
7月21日	「平成28年熊本地震」で寄せられた消費生活相談情報（第2報）－発生2カ月間にみる相談の推移－	相談情報部
7月21日	発熱反応を伴い水素を発生するというパック型入浴剤－使い方によっては、やけどのおそれも－	商品テスト部
7月22日	「荷受代行」・「荷物転送」アルバイトにご注意！（速報）	相談情報部
8月 8日	熊本地震消費者トラブル110番のまとめ	相談情報部
8月18日	焦げ付かないとうたったフライパン（相談解決のためのテストから No.100）	商品テスト部
8月18日	2015年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部
8月18日	2015年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	商品テスト部
8月18日	2015年度の越境消費者相談の概要－越境消費者センター（CCJ）で受け付けた相談から－	相談情報部
8月18日	自転車に乗せた子どもの足が車輪に巻き込まれる事故に注意－ いわゆる「スポーク外傷」が多発しています －	商品テスト部
9月 1日	電力自由化が始まって5か月になります－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
9月 1日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成28年度第2回）	紛争解決委員会事務局
9月 1日	インターネットで予約した旅行に関するトラブルにご注意－ホテルに行ったら予約が取れていなかった！？－	相談情報部
9月 8日	60歳以上の消費者トラブルの変化と実態－インターネット等も利用するアクティブシニアのトラブルが増加！－	相談情報部
9月 8日	レンタルオーナー契約によるトラブルにご注意－元本保証、高配当と言われても、業者が破綻すれば、レンタル料も受け取れず、「元本」もほとんど戻りません－	相談情報部
9月15日	高さが調節できる入浴用いすの脚の破損に注意－脚の高さ調節機構の不具合により、転倒する事故が発生－	日本福祉用具･生活支援用具協会（法人番号6700150005144）
9月15日	60歳以上の女性の美容医療トラブルが高額化！－しわ取り注射で1,300万円もの請求が…－	相談情報部
10月20日	開いた傘の取っ手を持って素早く左右に回転させると中棒が破損することも（相談解決のためのテストからNo.101）	商品テスト部
10月20日	給湯器の貯湯タンクの転倒－大きな地震が起きて初めて見つかる設置不良「熊本地震の相談より」－	相談情報部
10月27日	アシスト力や充電コードに不具合がみられた電動アシスト自転車－当該品をお持ちの方は事業者にお問い合わせください－	商品テスト部
10月27日	成人になると巻き込まれやすくなる消費者トラブル－きっぱり断ることも勇気!－	相談情報部
11月 2日	「60歳以上の消費者トラブル110番」実施結果	相談情報部

11月10日	表示された耐荷重以下でも支柱が傾いたスチール製のラック（相談解決のためのテストからNo.102）	商品テスト部
11月10日	突然プレートが下がって視界を遮る自動車用サンバイザー－プレートの固定がゆるいと感じたら使用を中止してください－	商品テスト部
11月10日	アダルトサイトの相談が5年連続1位に－慌てて連絡はしない! 焦って支払わない!－	相談情報部
11月16日	電力自由化が始まって7か月が経過しました－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
11月28日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例等	相談情報部
11月30日	タレント・モデル契約のトラブルに注意してください！ －10代・20代の女性を中心にトラブル発生中－	相談情報部
12月 7日	お子様用の玩具や乗り物は、安全面に気を付けましょう －クリスマスなどの時期、プレゼントを購入する際にも注意－	商品テスト部
12月 7日	医療機関ネットワークにみる店舗用ショッピングカートでの子どもの事故 －転落時の頭部損傷のリスクが高く、危険です！－	商品テスト部
12月 8日	不完全燃焼により石油ストーブが発火することも（相談解決のためのテストからNo.103）	商品テスト部
12月 8日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成28年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月 8日	ヘアドライヤーの取り扱いに注意 －発火、火花の発生によるやけどや、髪の毛が吸い込まれて抜けなくなることも－	商品テスト部
12月15日	ガソリンが漏れた携行缶（相談解決のためのテストからNo.104）	商品テスト部
12月15日	エナメル調素材のブーツが左右で張り付き転倒することも（相談解決のためのテストからNo.105）	商品テスト部
12月15日	ガスの小売全面自由化が始まります！－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
12月15日	消費者問題に関する2016年の10大項目	広報部広報課
12月15日	容器入り及び生成器で作る、飲む「水素水」 －「水素水」には公的な定義等はなく、溶存水素濃度は様々です－	商品テスト部
12月15日	「アダルトサイトとのトラブル解決」をうたう探偵業者にご注意！	相談情報部
2017年 1月19日	プラスチック部分が破損した洗面化粧台－洗濯用洗剤などの溶剤が付着したときは、すぐに拭き取りましょう－（相談解決のためのテストからNo.106）	商品テスト部
1月19日	内部の配線がショートしていたヘアドライヤー（相談解決のためのテストからNo.107）	商品テスト部
1月19日	金属製タイヤチェーン使用時のトラブルに注意 －緩みや速度超過などは、チェーン切れや思わぬ事故につながります－	商品テスト部
2月15日	子供の歯磨き中の喉突き事故などに気を付けましょう！ －6歳以下の子供の事故が多数発生しています－	商品テスト部
3月 2日	自動車用タイヤ　空気圧不足や過負荷状態で走行すると側面が膨らんでしまうことも（相談解決のためのテストから No.108）	商品テスト部
3月 2日	事故時の映像が録画されていなかったドライブレコーダー（相談解決のためのテストから No.109）	商品テスト部
3月 2日	エステサロン等でのHIFU機器による施術でトラブル発生！ －熱傷や神経損傷を生じた事例も－	相談情報部、商品テスト部
3月 9日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成28年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月30日	消費者被害の救済と抑止の手法の多様化 －文部科学省科学研究費補助金平成28年度報告書－	教育研修部上席調査研究員
3月30日	ガスの小売全面自由化までまもなくです！－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
3月30日	電力の小売全面自由化が始まってまもなく1年です－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
3月30日	知人からの勧誘、セミナーでの勧誘による仮想通貨の購入トラブルにご注意 －「必ず儲（もう）かる」という言葉は信じないで！－	相談情報部

2017年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2017年 4月13日	こんなはずじゃなかったのに！格安スマホのトラブル －料金だけではなく、サービス内容や手続き方法も確認しましょう－	相談情報部
4月28日	ガスの小売全面自由化が始まりました！－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
5月 1日	「民事訴訟管理センター」からの架空請求ハガキは無視してください！	相談情報部
5月11日	台座灸でやけど（相談解決のためのテストから No.110）	商品テスト部
5月11日	取っ手が取れたフライパン（相談解決のためのテストから No.111）	商品テスト部
5月11日	なくならない脱毛施術による危害	商品テスト部
6月 1日	ライターは安全に正しく使いましょう！ －ライターの注意表示をよく確認し、事故を防ぎましょう－	商品テスト部
6月15日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成29年度第1回）	紛争解決委員会事務局

6月15日	日本の法律は関係ないと主張する海外マルチ事業者とのトラブル －契約先は海外！？人を紹介すれば儲かると言われたのに…－	相談情報部
6月29日	取り出しツマミが鋭利な排水口のごみ取り（相談解決のためのテストから No.112）	商品テスト部
6月29日	鋭利な縁で指先を切った天ぶら鍋（相談解決のためのテストから No.113）	商品テスト部
6月29日	「消費者トラブルメール箱」2016年度のまとめ	相談情報部
6月29日	アシスト比率が道路交通法の基準を超える電動アシスト自転車に注意 －公道を走行すると法令違反となるおそれも－	商品テスト部
6月29日	コンビニ払いを指示する架空請求にご注意！第2弾 －新たな手口として仮想通貨購入用の口座が詐欺業者に利用されています－	相談情報部
7月 6日	携帯用蚊取線香入れを使用中のやけどに注意（相談解決のためのテストから No.114）	商品テスト部
7月 6日	心当たりのないメール・SMSには反応しないで！ －迷惑メールに誘導されてトラブルに！？－	相談情報部
7月13日	美容を目的とした「プエラリア・ミリフィカ」を含む健康食品 －若い女性に危害が多発！安易な摂取は控えましょう－	商品テスト部
7月20日	刈払機（草刈機）の使用中の事故にご注意ください！	商品テスト部
8月 3日	健康食品の摂取により薬物性肝障害を発症することがあります －「医師からの事故情報受付窓口」から－	商品テスト部
8月 3日	コンタクトレンズによる目のトラブルにご注意ください －「医師からの事故情報受付窓口」から－	商品テスト部
8月10日	2016年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部
8月10日	2016年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	商品テスト部
8月10日	2016年度の越境消費者相談の概要 －越境消費者センター（CCJ）で受け付けた相談から－	相談情報部
8月31日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成29年度第2回）	紛争解決委員会事務局
9月 7日	腹部に水膨れができたEMS機器（相談解決のためのテストから No.115）	商品テスト部
9月 7日	先端部から煙が出たスチームアイロン（相談解決のためのテストから No.116）	商品テスト部
9月 7日	住宅用火災警報器の点検をしましょう！ －経年劣化や電池切れにより正しく作動しないことも－	商品テスト部
9月 7日	不用品を買い取ると言ったのに貴金属を買い取られた！！ －終活の一環！？高齢者を中心に訪問購入のトラブルが発生しています－	相談情報部
9月14日	ATMを操作しても還付金はもらえません‼ －「還付金詐欺」に関する相談が増えています－	相談情報部
9月21日	こんろのグリルでの子どものやけどに注意－使用後でもグリル窓は高温です－	商品テスト部
10月12日	ゴルフボールが突き抜けたゴルフ練習用ネット －当該品をお持ちの方は販売元にお問い合わせください－	商品テスト部
10月19日	子の未婚は親の責任？ －結婚相手紹介サービスの、親への訪問や電話勧誘にご注意ください－	相談情報部
10月31日	「60歳以上の消費者トラブル110番」実施結果	相談情報部
11月 9日	宅配買い取りサービスのトラブルが増加しています！ －段ボールひと箱分でも数十円！？「手軽に高額査定」のはずが…－	相談情報部
11月16日	乳幼児による加熱式たばこの誤飲に注意	商品テスト部
11月16日	「お試し」のつもりが「定期購入」に！？第2弾 －健康食品等のネット通販では､契約内容や解約条件をしっかり確認しましょう－	相談情報部
11月30日	電力の小売全面自由化が始まって1年半が経過しました－正確な情報を収集し､契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
11月30日	ガスの小売全面自由化から半年が経過しました－正確な情報を収集し､契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
11月30日	「平成28年熊本地震」で寄せられた消費生活相談情報（第3報） －発生1年半にみる相談の推移－	相談情報部
11月30日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例等	相談情報部
12月 7日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成29年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月 7日	美容医療でクーリング・オフが可能なケースも！ －特定商取引法に美容医療のルールが加わりました－	相談情報部
12月21日	すき焼き鍋の持ち運びに注意（相談解決のためのテストから No.117）	商品テスト部
12月21日	消費者問題に関する2017年の10大項目	広報部広報課
12月21日	保険商品の銀行窓口販売の全面解禁から10年を迎えて －新たに外貨建て保険のトラブルも－	相談情報部
2018年 1月 4日	二十歳の君へ－消費者トラブルに巻き込まれない成人(おとな)になろう！！－	相談情報部
1月18日	眼鏡の形をした拡大鏡－眼鏡の形をしていますが眼鏡ではありません（相談解決のためのテストから No.118）	商品テスト部
1月18日	先進安全自動車に関する消費者の使用実態 －機能を過信せずに安全運転を心がけましょう－	商品テスト部
1月25日	消費生活センターにおける障がい者対応の現況調査＜結果・概要＞	教育研修部上席調査研究員

1月25日	より深刻に！「原野商法の二次被害」トラブル －原野や山林などの買い取り話には耳を貸さない！契約しない！－	相談情報部
2月 6日	「ジャパンライフ専用ダイヤル」の実施結果について	相談情報部
2月22日	強い刺激臭を感じた猫用の室内遊具（相談解決のためのテストから No.119）	商品テスト部
2月22日	薬品臭を感じたペットボトル用ストロー（相談解決のためのテストから No.120）	商品テスト部
2月22日	相談急増！フリマサービスでのトラブルにご注意 －個人同士の取引であることを十分理解しましょう－	相談情報部
3月 1日	鋭利な縁で指先を切った保存容器（相談解決のためのテストから No.121）	商品テスト部
3月 1日	自転車の前車輪の脱落に注意 －スポーツ車などのクイックレリーズハブは乗車前の使用者による固定確認が必要です－	商品テスト部
3月 1日	「大雪で歪んだ」などと自宅の不具合を指摘して不安をあおる「点検商法」 －高齢者を中心に、自宅を大切に思う気持ちにつけ込まれています－	相談情報部
3月15日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成29年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月15日	幼児がハンドスピナーの部品を誤飲	商品テスト部

2018年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2018年 4月19日	乾電池が破裂した防犯ブザー	商品テスト部
4月19日	強力な磁石のマグネットボールで誤飲事故が発生 －幼児の消化管に穴があき、開腹手術により摘出－	商品テスト部
4月20日	速報！架空請求の相談が急増しています －心当たりのないハガキやメール・SMSに反応しないで！－	相談情報部
4月26日	仮想通貨に関する様々なトラブルにご注意	相談情報部
5月24日	医療法改正！美容医療クリニックのウェブサイトにも広告規制が！－詳細説明のないビフォーアフター写真や、治療効果に関する体験談の掲載は禁止されます－	相談情報部
6月 7日	地震による転倒の防止策－電気給湯設備の貯湯タンクと家具・家電について－	商品テスト部
6月13日	電力の小売全面自由化が始まって2年が経過しました－正確な情報を収集し、契約内容をよく理解しましょう！便乗した勧誘にも気をつけましょう－	相談情報部
6月14日	電気ジャー炊飯器での保温によりご飯から腐敗臭が発生（相談解決のためのテストから No.122）	商品テスト部
6月14日	ビワの種子を使用した健康茶等に含まれるシアン化合物に関する情報提供 －体内で分解して青酸を発生するおそれがあるため過剰な摂取に注意！－	商品テスト部
6月14日	新しい民泊ルールがスタート！－民泊を利用する前には宿泊に必要な料金総額やキャンセル規定を確認しましょう！－	相談情報部
6月20日	「消費生活相談センター」からの「訴訟告知確認書」ハガキは無視してください！	相談情報部
6月21日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成30年度第1回）	紛争解決委員会事務局
7月19日	こんなはずじゃなかった！遺品整理サービスでの契約トラブル －料金や作業内容に関するトラブルが発生しています－	相談情報部
7月20日	電池の発熱、液漏れ、破裂に注意しましょう！ －災害用の懐中電灯やラジオの点検を－	商品テスト部
7月26日	光回線サービスの卸売に関する勧誘トラブルにご注意！第2弾 －安くなると言われても、すぐに契約しないようにしましょう－	相談情報部
8月 2日	「平成30年7月豪雨消費者トラブル110番」の受付状況（第1報） －開設後15日間のまとめ－	相談情報部
8月 2日	ドライブレコーダーの映像を定期的に確認しましょう －SDカードの異常により映像が記録されていないことも－	商品テスト部
8月 2日	簡単に高額収入を得られるという副業や投資の儲け話に注意！ －インターネット等で取引される情報商材のトラブルが急増－	相談情報部
8月 8日	2017年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部
8月 8日	2017年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	商品テスト部
8月 8日	2017年度の越境消費者相談の概要 －越境消費者センター（CCJ）で受け付けた相談から－	相談情報部
8月16日	鋭利な縁で指先を切った筆箱 －すぐに使用を中止し、危険な縁部に絶対に触れないでください－	商品テスト部
9月 6日	硬化時に発熱してやけどを負ったジェルネイル（相談解決のためのテストから No.123）	商品テスト部
9月 6日	「消費者トラブルメール箱」2017年度のまとめ	相談情報部
9月 6日	「保険金を使って住宅を修理しませんか」がきっかけでトラブルに！ －高齢者からの相談が増加しています－	相談情報部
9月13日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成30年度第2回）	紛争解決委員会事務局
9月13日	セット契約やスマートフォンの使い方などの携帯電話のトラブル －高齢者の相談が増加しています－	相談情報部
9月14日	「平成30年7月豪雨消費者トラブル110番」のまとめ	相談情報部
10月 4日	「平成30年7月豪雨」で寄せられた消費生活相談情報 －発生2カ月にみる相談の推移－	相談情報部

10月11日	「解約できない」、「解約料が高額」など、スポーツジム等での契約トラブルにご注意!	相談情報部
10月23日	冬物の「衣服・履物」の詐欺・模倣品サイトに注意！ －トラブルが冬季に集中して発生－	相談情報部
10月31日	「法務省管轄支局　国民訴訟通達センター」からの封書による架空請求は無視してください！	相談情報部
11月 7日	「60歳以上の消費者トラブル110番」実施結果	相談情報部
11月 7日	自転車のリム打ちパンクに注意（相談解決のためのテストから No.124）	商品テスト部
11月 7日	インターネット使用中に突然表示される偽セキュリティ警告画面にご注意！	相談情報部
11月22日	「訪日観光客消費者ホットライン（Consumer Hotline for Tourists）」を開設します	相談情報部
11月22日	湯煎したホワイトチョコレートがグレーになった調理用ボウル（相談解決のためのテストから No.125）	商品テスト部
11月22日	コインパーキングの「表示」をしっかり確認しましょう －「一日最大○○円」…、確認せずに利用すると高額料金になることも！－	相談情報部
11月29日	「地方裁判所管理局」からの架空請求は無視してください！	相談情報部
12月 3日	「訪日観光客消費者ホットライン（Consumer Hotline for Tourists）」の相談受付を開始しました	相談情報部
12月 7日	あなたの携帯電話番号が記載された架空請求は無視してください！	相談情報部
12月20日	電話勧誘での電気の契約切り替えについてトラブルが急増しています －切り替える意思が無ければ、検針票に記載された情報は伝えないようにしましょう－	相談情報部
12月20日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成30年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月20日	消費者問題に関する2018年の10大項目	広報部広報課
12月20日	水漏れ修理、解錠など「暮らしのレスキューサービス」でのトラブルにご注意	相談情報部
2019年 1月17日	点火ボタンを放しても火が消えなかった使い捨てライター（相談解決のためのテストから No.126）	商品テスト部
1月17日	乾電池の液漏れによって重度の化学やけどを負った農薬散布器（相談解決のためのテストから No.127）	商品テスト部
1月17日	自動車のタイヤパンク発生時の対応方法に注意 －応急修理キットの使用方法やスペアタイヤの交換方法について－	商品テスト部
1月24日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例等	相談情報部
2月 7日	ラグビーワールドカップ2019™日本大会のチケット購入トラブルに注意！ －チケットを購入する際には公式チケット販売サイトであることを確認しましょう!－	相談情報部
2月15日	カプセル入りスポンジ玩具が幼児の体内に入る事故が発生！ －原因不明の不調が約4か月続き、その後、全身麻酔で摘出－	―
2月22日	たとえ桐花紋が入っていても架空請求ハガキは無視してください！	相談情報部
3月 7日	小石が大量に飛び散り体に当たった刈払機の刈刃（相談解決のためのテストから No.128）	商品テスト部
3月 7日	詰め物に竹串が入っていたクッション（相談解決のためのテストから No.129）	商品テスト部
3月 7日	酸を使ったフットケア商品－角質ケアをうたった商品で化学やけどやひどい痛みも!－	商品テスト部
3月 7日	好きになったら騙される！？デート商法を恋愛ゲームで体験！ －キミならどうやって切り抜ける？－	相談情報部
3月14日	ガードに触れると停止する機能が働かなかった扇風機（相談解決のためのテストから No.130）	商品テスト部
3月14日	遮光等級が店頭表示と異なった遮光カーテン（相談解決のためのテストから No.131）	商品テスト部
3月14日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（平成30年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月14日	三輪自転車の走行特性に注意－高齢者が転倒し骨折した事例も－	商品テスト部
3月14日	あなたの歯科インプラントは大丈夫ですか －なくならない歯科インプラントにかかわる相談－	商品テスト部
3月18日	その電話、「アポ電」かも－知らない番号からの電話に出るのは慎重に－	相談情報部
3月28日	成年年齢引下げに向けた消費生活センターの対応に関する現況調査<結果・概要>	教育研修部上席調査研究員
3月28日	思わぬ大けがに！高齢者の脚立・はしごからの転落 －医療機関ネットワークからみる危害の実態－	商品テスト部
3月28日	20歳代に増える投資用マンションの強引な勧誘に注意！ －マンションへの投資にはリスクがあり、必ず儲かるわけではありません－	相談情報部

2019年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2019年 4月11日	部品が勢いよく飛んで目に当たった化粧品のケース（相談解決のためのテストから No.132）	商品テスト部
4月11日	架空請求の相談が20万件を突破 －身に覚えがないと思ったら絶対に相手に連絡しないこと！－	相談情報部
4月11日	「商品をSNSで宣伝すると報酬がもらえる」といって多額の商品を購入させる儲け話にご注意！	相談情報部
4月25日	国民生活センター ADR制度開始後10年の申請状況等について	紛争解決委員会事務局

5月30日	液体の入ったスマートフォンケースからの液漏れに注意－キラキラかわいいケースに潜む危険－	商品テスト部
5月30日	デジタル・プラットフォームに関する消費生活相談の概要と相談事例	相談情報部
5月30日	身元保証などの高齢者サポートサービスをめぐる契約トラブルにご注意	相談情報部
6月 6日	身に覚えのない商品が届いたら？ －「代引き」による金銭被害や海外からの小包にご注意ください－	相談情報部
6月 6日	インターネットでのチケット転売に関するトラブルが増加しています！	相談情報部
6月14日	「消費者生活センター」「消費者相談事務局」からのハガキも無視してください！－令和になっても架空請求のハガキが送られています－	相談情報部
6月14日	SNSなどを通じた「個人間融資」で見知らぬ相手から借入れをするのはやめましょう!	相談情報部
6月20日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（令和元年度第1回）	紛争解決委員会事務局
6月20日	契約先の事業撤退に伴う対応や勧誘での契約切り替えについてのお問い合わせが増えています	相談情報部
7月17日	海水浴での「フロート使用中の事故」に気を付けましょう！	商品テスト部
7月18日	本体のプラスチック部品が脱落して湯がこぼれた電気ケトル －異常があった場合は使用を中止してください－	商品テスト部
7月18日	あなたの情報がアレルギー表示の改善等につながりました！！ －「消費者トラブルメール箱」2018年度のまとめ－	相談情報部
7月18日	ニセ消費生活センターを案内する新手の架空請求の手口にご注意！	相談情報部
7月25日	友だちから誘われても断れますか?若者に広がる「モノなしマルチ商法」に注意!	相談情報部
8月 1日	錠剤・カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査 －形状から、医薬品だと思っていませんか？－	商品テスト部
8月 8日	2018年度の越境消費者相談の概要 －越境消費者センター（CCJ）で受け付けた相談から－	相談情報部
8月 8日	2018年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要	相談情報部
8月 8日	2018年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	商品テスト部
8月 8日	まつ毛美容液による危害が急増！－効能等表示の調査もあわせて実施－	商品テスト部
8月 8日	オンラインゲーム、アダルトサイト、健康食品・化粧品の定期購入、SNSきっかけのトラブルも　家族で防ごう！子どものネットトラブル	相談情報部
8月29日	「お金がない」では断れない！きっぱり断りましょう －断っても借金させてまで強引に契約を迫る手口にご注意！－	相談情報部
9月 5日	携帯電話会社をかたる偽SMSにご注意!－あなたのキャリア決済が狙われています－	相談情報部
9月12日	ジャンプ式折りたたみ傘の事故に注意 －飛び出した手元が顔や身体に衝突し重篤なけがをすることも－	商品テスト部
9月12日	60歳以上の消費者トラブルが40万件を突破！ －トラブルの現状を知って、被害を防ぎましょう－	相談情報部
9月18日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（令和元年度第2回）	紛争解決委員会事務局
9月18日	タトゥーシールやフェイスペイントによる肌トラブルが発生！ －除去の際の肌トラブルや金属アレルギーにも注意が必要です－	商品テスト部
9月19日	「訪日観光客消費者ホットライン」に寄せられたトラブル事例を紹介します －文化・習慣の違いも？－	相談情報部
10月24日	犬用リードが外れる事故に注意（相談解決のためのテストから No.133）	商品テスト部
10月24日	無登録業者とのバイナリーオプション取引は行わないで！ －SNSをきっかけにした20歳代のトラブルが目立ちます－	相談情報部
11月15日	木製ベビーベッドの収納扉が不意に開き乳児が窒息する重大事故が発生！	商品テスト部
11月21日	走行中に破裂した自転車のチューブ（相談解決のためのテストから No.134）	商品テスト部
11月21日	メイク落としでは落としにくい、二重まぶた用接着剤（相談解決のためのテストから No.135）	商品テスト部
11月21日	「令和元年秋台風関連消費者ホットライン」の受付状況（第1報） －開設後15日間のまとめ－	相談情報部
11月21日	包茎手術、薄毛治療など、男性の美容医療トラブルに注意！ －受診はインターネット検索で公的機関の注意喚起情報を調べてから－	相談情報部
12月12日	表面が滑りやすい浴室マット（相談解決のためのテストから No.136）	商品テスト部
12月12日	浅く腰掛けたところ、前のめりに転倒しそうになった椅子（相談解決のためのテストから No.137）	商品テスト部
12月12日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（令和元年度第3回）	紛争解決委員会事務局
12月12日	ベビーカーの転倒による乳幼児の事故に注意 －ベビーカーから転落し、頭部にけがを負い入院する事例も！－	商品テスト部
12月16日	消費者問題に関する2019年の10大項目	広報部広報課
12月19日	取っ手が破損したシステムキッチン（相談解決のためのテストから No.138）	商品テスト部
12月19日	ページの縁で乳児が指を切った絵本（相談解決のためのテストから No.139）	商品テスト部
12月19日	除毛剤の使用による顔などの皮膚障害に注意！ －使用部位を確認し、1回分を購入して肌に合うか試してから使いましょう－	商品テスト部

12月19日	相談激増！「おトクにお試しだけ」のつもりが「定期購入」に！？ －解約したくても「解約できない」、「高額で支払えない」…－	相談情報部
12月20日	電力・ガスの勧誘を受けた際には契約先・契約内容をよく確認しましょう －消費者庁が特定商取引法違反で行政処分も行っています－	相談情報部
12月26日	「令和元年秋台風関連消費者ホットライン」のまとめ	相談情報部
12月26日	カセットボンベの保管期間にご注意を！ －内部のゴムパッキンが劣化してガス漏れすることも－	商品テスト部
2020年 1月16日	格安スマホの利用方法やサポート内容に注意 －今までの携帯電話会社との違いを確認してから契約しましょう－	相談情報部
1月16日	「訪日観光客消費者ホットライン」開設から1年のまとめ －訪日観光客からの相談の65％が中国語－	相談情報部
1月21日	アンケートに答えるアルバイトに応じたら勝手に借金されていた！ －見ず知らずの相手に運転免許証の画像を撮らせたり、キャッシュカードの暗証番号などを伝えたりしてはいけません－	相談情報部
1月23日	（特別調査）消費者トラブルからみる立替払い型の後払い決済サービスをめぐる課題	相談情報部
1月30日	新手の架空請求手口にご注意！債権回収業者から「過去の契約の未納料金・損害金の和解」を求める電話！？	相談情報部
1月30日	「令和元年秋台風」で寄せられた消費生活相談情報 －台風15号の発生から台風19号上陸2カ月後までの全国の相談の推移－	相談情報部
2月13日	愛のギフトを受け取ってほしい！？それってもしかして「国際ロマンス詐欺」？	相談情報部
2月13日	「セルフエステ」の契約は慎重に検討しましょう！ －安さ、手軽さが強調されている一方で、危害や解約トラブルが発生しています－	相談情報部・商品テスト部
2月20日	外貨建て生命保険の相談が増加しています！	相談情報部
2月20日	スプレー缶製品・カセットボンベによる事故の防止策－正しい廃棄で事故を防止！－	商品テスト部
2月28日	新型コロナウイルスに便乗した悪質商法にご注意！（速報）	相談情報部
3月12日	新型コロナウイルスに便乗した架空のマスク販売広告メールにご注意!（速報第2弾）	相談情報部
3月12日	新型コロナウイルスに便乗した悪質商法にご注意！（速報第3弾） －行政機関名をかたる電話、行政から委託されたという業者からの電話には応じないようにしましょう－	相談情報部
3月18日	国民生活センター ADRの実施状況と結果概要について（令和元年度第4回）	紛争解決委員会事務局
3月18日	消費者契約法に関連する消費生活相談の概要と主な裁判例等	相談情報部
3月19日	手動車椅子の破損に注意－使用中にフレームや車輪などが破損する事故が発生－	商品テスト部
3月19日	調理中に生じた水分が原因で錆びたオーブンレンジ（相談解決のためのテストから No.140）	商品テスト部
3月19日	サイズの小さいフライパンの傾きに注意（相談解決のためのテストから No.141）	商品テスト部
3月19日	おむつ交換台からの子どもの転落に注意！ －頭部損傷リスクが高く、入院する事例が寄せられています－	商品テスト部
3月27日	消費者被害の防止や救済のための見守り事業に関する現況調査＜結果・概要＞ －消費者安全確保地域協議会の取組を中心に－	教育研修部上席調査研究員
3月31日	新型コロナウイルスに便乗した悪質商法にご注意！（速報第4弾）－「新型コロナウイルスが水道水に混ざっている」等の根拠のない話には耳を貸さないで－	相談情報部

2020年度

公表年月日	事　案	担当部課室
2020年 4月 3日	新型コロナウイルスに便乗した悪質商法にご注意！（速報第5弾）－「助成金があるので個人情報を教えてほしい」等のなりすましやオレオレ詐欺に注意－	相談情報部
4月 9日	柔軟仕上げ剤のにおいに関する情報提供（2020年）	商品テスト部
4月 9日	SNSをきっかけとした消費者トラブルにご注意！ 中高「生」だけじゃなく中高「年」も	相談情報部
4月13日	新型コロナウイルスに便乗した悪質商法にご注意！（速報第6弾）－SNSの書き込みや広告で関心を惹き、不審な通販サイトへ誘導する手口に気をつけましょう－	相談情報部
5月 8日	「新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン」の受付状況（第1報） －通帳やマイナンバーなどは、絶対に教えない！渡さない！－	相談情報部
5月15日	除菌や消毒をうたった商品について正しく知っていますか？ －新型コロナウイルスに関連して－	商品テスト部
5月15日	取っ手が破損した粉つぎ器－当該品をお持ちの方は油脂等の付着に注意してください－	商品テスト部
5月19日	新型コロナウイルス関連の消費生活相談の概要（2020年1月～4月）	相談情報部
6月 2日	「新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットライン」の受付状況（第2報） －通帳やキャッシュカード、マイナンバーなどは、絶対に教えない！渡さない！－	相談情報部
6月12日	カロテン量が表示より少なかった果実・野菜ミックスジュース（相談解決のためのテストから No.142）	商品テスト部
6月12日	給与のファクタリング取引と称するヤミ金に注意！ －高額な手数料や強引な取り立ての相談が寄せられています－	相談情報部

「月刊国民生活」特集テーマ一覧（2010年度以降）

発行年度	号		特集テーマ
2010年度		5月号	消費者教育のいま・これから
		6月号	今どき、自転車事情
		7月号	若者が狙われている －就職活動、カード決済等に関するトラブル－
		8月号	電子マネーをひも解く
		9月号	カードキャッシングの落とし穴
		10月号	トラブル増加！保証人ビジネス
		11月号	ネット・ケータイ　トラブルから子どもを守る
		12月号	高齢者の暮らしをささえる　－流通、交通、地域の見守り－
	2011年	1月号	どう生かす団体訴権　－適格消費者団体の取り組み－
		2月号	「契約」を学ぶ
		3月号	住宅リフォーム　ブームの陰で
		4月号	パックツアーのトラブルを未然に防ぐ
2011年度		5月号	金融商品を考える
		6月号	成年後見制度の今後
		7月号	変わる高齢者の住まい　―施設から住宅へ―
		8月号	「介護」を知る
		9月号	変わる年金制度とライフプラン
		10月号	消費生活相談とメンタルヘルス
		11月号	オンラインゲーム
		12月号	震災から学ぶ　そのとき起こる消費生活トラブル
	2012年	1月号	市販薬　販売方法のゆくえ
		2月号	消費生活相談員
		3月号	住宅を借りる　―トラブル防止へ新たな動き―
		4月号	消費者問題を振り返る―『国民生活』が伝えてきたもの―

ウェブ版「国民生活」特集テーマ一覧

発行年度	号		特集テーマ	
2012年度	2012年	5月号 (創刊準備号 No.1)	論点	ウェブ版『国民生活』へようこそ
		6月号 (創刊準備号 No.2)	論点	消費者の文化・メンタリティ的側面 一生活者の目から見た海外
		7月号 (創刊準備号 No.3)	論点	企業統治と消費者問題
		8月号 (No.1 創刊号)	特集	親子で考えるネットの上手な利用法
		9月号(No.2)	生活情報クローズアップ	おいしいお米が食べたい！～表示の基礎とお米のはなし～
		10月号(No.3)	生活情報クローズアップ	子どもの発達と起こりやすい事故
		11月号(No.4)	特集	クレジットカード　知っておきたい基礎知識
		12月号(No.5)	生活情報クローズアップ	空の旅も使い分け －LCCのしくみと利用上の注意点－
	2013年	1月号(No.6)	特集	現代のペット事情 －ペットに関するトラブルと諸制度－
		2月号(No.7)	生活情報クローズアップ	公的医療保険制度を活用しよう！
		3月号(No.8)	特集	トラベル＝トラブルを考える
		4月号(No.9)	生活情報クローズアップ	はじめませんか　ボランティア
2013年度		5月号(No.10)	特集	実践！消費者教育講座
		6月号(No.11)	生活情報クローズアップ	健康食品を正しく理解しよう！
		7月号(No.12)	特集	知っておきたい最新ネット事情
		8月号(No.13)	生活情報クローズアップ	だまされる心理からみる高齢者トラブル
		9月号(No.14)	特集	終活－遺したいもの、伝えたいこと

発行年度	号		特集テーマ	
		10月号(No.15)	生活情報クローズアップ	暮らしの中のリコール情報
		11月号(No.16)	特集	クーリング・オフを知ろう！
		12月号(No.17)	生活情報クローズアップ	プリペイドカード　基礎知識と新たな動き
	2014年	1月号(No.18)	特集	国境を越える消費者トラブル
		2月号(No.19)	生活情報クローズアップ	子どもの放課後の未来　－学童保育の現状と課題－
		3月号(No.20)	特集	美容医療
		4月号(No.21)	生活情報クローズアップ	食物アレルギー　－そのしくみと治療の方向性－
2014年度		5月号(No.22)	特集	高齢者を守る地域ネットワーク
		6月号(No.23)	特集	地方消費者行政と消費生活相談
		7月号(No.24)	特集	消費者被害救済制度の新たな動き
		8月号(No.25)	特集	不動産サブリース問題の現状
		9月号(No.26)	特集	デリバティブ取引と消費生活相談
		10月号(No.27)	特集	婚活のゆくえ　実態とトラブル
		11月号(No.28)	特集	増える空き家 見直される中古住宅の活用
		12月号(No.29)	特集	企業倒産と消費者被害
	2015年	1月号(No.30)	特集	インターネットで申し込む手配旅行をめぐる消費者トラブル
		2月号(No.31)	特集	最近の葬儀サービス・お墓事情とトラブル －終活から墓じまいまで－
		3月号(No.32)	特集	消費者市民社会の形成に向けた消費者教育 －展望と課題－
		4月号(No.33)	特集	若者を取り巻くトラブル　－学生を中心に－
2015年度		5月号(No.34)	特集	消費者行政の役割と今後の展望
		6月号(No.35)	特集	製品事故の防止と被害救済
		7月号(No.36)	特集	キャッシュレス決済の多様化－前払式支払手段の拡大と課題－
		8月号(No.37)	特集	最近の通信販売の動向と消費者トラブル
		9月号(No.38)	特集	一人暮らしの高齢者を支えるしくみづくり
		10月号(No.39)	特集	住宅リフォームをめぐる動向
		11月号(No.40)	特集	自然災害に備える　－被害を減らすために－
		12月号(No.41)	特集	割賦販売法改正に向けての課題と今後の展望
	2016年	1月号(No.42)	特集	最近のスマホ事情　－通信サービスを中心に－
		2月号(No.43)	特集	賃貸住宅の消費者トラブル
		3月号(No.44)	特集	自転車事故をめぐる諸問題
2016年度		4月号(No.45)	特集	再び増加する架空請求
		5月号(No.46)	特集	今こそ身に着けたい「金融リテラシー」
		6月号(No.47)	特集	電気通信事業法の改正と消費者トラブル
		7月号(No.48)	特集	奨学金制度を考える
		8月号(No.49)	特集	ネット広告の実態と法的問題点
		9月号(No.50)	特集	高齢者見守りネットワーク構築の取り組み
		10月号(No.51)	特集	成年後見制度の活用をめざして
		11月号(No.52)	特集	越境取引と消費者問題
		12月号(No.53)	特集	消費者裁判手続特例法の活用に向けて
	2017年	1月号(No.54)	特集	オンラインゲームと消費者トラブル
		2月号(No.55)	特集	就活事情
		3月号(No.56)	特集	美容医療サービスの現状と法的な考え方
2017年度		4月号(No.57)	特集	震災に学ぶ　－住まいの安全とトラブル対応－
		5月号(No.58)	特集	家庭内の事故を減らすために
		6月号(No.59)	特集	最近のペット事情
		7月号(No.60)	特集	ソーシャルメディアと情報モラル
		8月号(No.61)	特集	消費者行動を読み解く　－行動経済学の視点から－
		9月号(No.62)	特集	アクティブシニアとインターネット
		10月号(No.63)	特集	改めて学ぼう！クリーニング－新洗濯表示を踏まえて－
		11月号(No.64)	特集	若者の消費者トラブル対策を考える
		12月号(No.65)	特集	家事支援サービスの基礎知識

発行年度	号		特集テーマ	
	2018年	1月号(No.66)	特集	シェアリングエコノミーと消費生活
		2月号(No.67)	特集	ネットを介した旅行サービス　最近の動向
		3月号(No.68)	特集	広告と消費者トラブル
2018年度		4月号(No.69)	特集	日本で暮らす外国人と消費者トラブル
		5月号(No.70)	特集	消費者政策50年
		6月号(No.71)	特集	深刻化する原野商法の二次被害
		7月号(No.72)	特集	仮想通貨講座　－相談対応のために－
		8月号(No.73)	特集	みんなで減らそう！食品ロス
		9月号(No.74)	特集	自ら備え、地域で見守る －高齢者の消費者被害を防ぐ－
		10月号(No.75)	特集	ビッグデータの活用と個人情報保護
		11月号(No.76)	特集	食の安全を確保するために　－食品衛生法改正－
		12月号(No.77)	特集	家を守る　－災害や修繕トラブルに備えて－
	2019年	1月号(No.78)	特集	儲けをうたう情報商材のトラブル
		2月号(No.79)	特集	若者への消費者教育 －成年年齢引き下げを受けて－
		3月号(No.80)	特集	進むキャッシュレス化と暮らし
2019年度		4月号(No.81)	特集	変わる消費生活　－所有から利用へ－
		5月号(No.82)	特集	高齢社会の金融サービスを考える
		6月号(No.83)	特集	若者の消費者トラブルを防ぐには －受け手の立場から考える伝わる情報発信－
		7月号(No.84)	特集	より充実した地方消費者行政のために
		8月号(No.85)	特集	消費者行動の変化と宅配サービス
		9月号(No.86)	特集	身近な製品の事故から高齢者を守る
		10月号(No.87)	特集	オンラインゲームで何が起きているか
		11月号(No.88)	特集	省エネ住宅を知る・考える
		12月号(No.89)	特集	今どき結婚式事情
	2020年	1月号(No.90)	特集	エネルギー自由化の今とこれから
		2月号(No.91)	特集	消費生活相談員の気概と役割
		3月号(No.92)	特集	生命保険を知る
2020年度		4月号(No.93)	特集	高齢社会に問われるマンション管理
		5月号(No.94)	－	(休刊)
		6月号(No.95)	特集	子どもの事故防止を考える
		7月号(No.96)	特集	ネット広告と消費者トラブル

「くらしの豆知識」特集一覧（2010年版以降）

	特　集
2010年版	くらしのセーフティネット
2011年版	子どもの安全
2012年版	大震災に備える
2013年版	長寿時代に生きる
2014年版	ネット社会を生きる
2015年版	消費者トラブルＳＯＳ
2016年版	身近にひそむ危険を防ぐ
2017年版	長寿時代のリスク管理
2018年版	ネット活用の心得
2019年版	悪質商法の手口公開
2020年版	ひとり立ちを応援！消費生活ナビ
	災害に備える
2021年版	トラブル回避！お金の知恵袋
	18歳からの消費生活

「見守り新鮮情報」(2009年度以降)、「子どもサポート情報」(2010年度以降)一覧

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
2010年度	4	8	見守り新鮮情報	81	「すばらしい作品」「ぜひ掲載したい」短歌･俳句の新聞掲載トラブル
		28	見守り新鮮情報	82	「足場を貸して」を口実に、屋根工事を勧誘
	5	14	見守り新鮮情報	83	地デジ移行後はラジオでテレビ放送が聞けなくなる！
		20	子どもサポート情報	27	重症！就寝中にロフトベッドから転落
		27	子どもサポート情報	28	小学生のローラー付シューズで巻き添え事故！
		31	見守り新鮮情報	84	ワゴン車の中で検眼、メガネを次々販売
	6	1	子どもサポート情報	29	電子どもサポート情報キーの乗用車で、子どもサポート情報どもが閉じ込められた！
		10	見守り新鮮情報	85	国の新しい制度を口実にした、石油給湯機の点検商法！
		22	見守り新鮮情報	86	釣られて買った泥だんごが2万円！
		23	見守り新鮮情報	87	国民生活センターを名乗る被害救済調査の電話にご注意！
		239	見守り新鮮情報	88	イラク通貨「ディナール」を使った新手の投資トラブル！
	7	15	子どもサポート情報	30	近くにいたのに…子どもサポート情報どもの火遊びで火災！
		22	見守り新鮮情報	89	強引！インターネット接続サービスの電話勧誘
		30	見守り新鮮情報	90	石油給湯機に、勝手に点検業者のシールが張られていた！
	8	19	子どもサポート情報	31	乗用車のパワーウインドウに挟まれて大けが！
		24	見守り新鮮情報	91	設置義務化を悪用した火災警報器の強引な訪問販売！
	9	1	子どもサポート情報	32	防災の日、子どもサポート情報どもの防災ずきんに注目！
		8	見守り新鮮情報	92	着物の訪問買取…あとで後悔しても戻ってこない！
		24	見守り新鮮情報	93	イラクの次はスーダン！外国通貨の投資トラブル
		28	見守り新鮮情報	94	ついうっかり！？薬の包装シートの誤飲事故！
	10	8	見守り新鮮情報	95	危険！電動3・4輪車で死亡事故
		25	見守り新鮮情報	96	狙われる認知症高齢者！リフォーム工事の訪問販売トラブル
		29	子どもサポート情報	33	“無料”ケータイ小説に登録したつもりが料金を請求された！
	11	12	見守り新鮮情報	97	80歳以上は7割返金！？廃品回収業者のウソだった…
		18	子どもサポート情報	34	子どもサポート情報どもがジュースを飲んだら酔っ払った!?
		22	見守り新鮮情報	98	警察官をかたる電話「カード預かります」は詐欺です！
	12	8	見守り新鮮情報	99	「戦時中の苦労話を聞かせてほしい」と来る“高額本”の訪問販売
		22	子どもサポート情報	35	注意!ドアの“アンダーカット”で子どもサポート情報どもが足をケガ
		27	見守り新鮮情報	100	見守り新鮮情報100号記念「すごろく」
	1	7	見守り新鮮情報	101	押し売り!マグロを勝手に切り分けられ、断ったら脅された!
		14	見守り新鮮情報	102	注意！シルバー人材センターを名乗る庭木のせん定
		26	子どもサポート情報	36	落札価格より入札手数料のほうが高額?ペニーオークションに注意
	2	9	見守り新鮮情報	103	環境保護にもなるもうけ話?水源地の権利を売ります!買います!
		25	見守り新鮮情報	104	プレゼントされたデジタルフォトフレームに月々の費用や高額な解約料が!
	3	7	見守り新鮮情報	105	ペースメーカーの材料に！？…新手の貴金属の訪問買取
		11	子どもサポート情報	37	多量・高額な教材販売目的の家庭教師派遣
		18	見守り新鮮情報	106	注意！震災に便乗した悪質商法
2011年度	4	15	見守り新鮮情報	107	震災に便乗した義援金詐欺に注意！
		19	子どもサポート情報	38	震災に乗じた悪質メールが子どもサポート情報どもにも！
		28	見守り新鮮情報	108	売ります！買います！「温泉付き有料老人ホームの利用権」
	5	17	見守り新鮮情報	109	商品券が使えなくなるってホント？
		20	子どもサポート情報	39	電気炊飯器の蒸気で子どもサポート情報どもがやけど！
		27	見守り新鮮情報	110	あわてないで！震災に便乗した屋根修理サービス
	6	3	見守り新鮮情報	111	だまされない！「和牛預託商法の被害金を取り戻す」！？
		14	見守り新鮮情報	112	楽しくて通いつめ…健康食品に2,000万円！

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
		20	見守り新鮮情報	113	被害金を取り戻すつもりが…なぜか社債を買うことに！？
		27	子どもサポート情報	40	アダルトサイトの請求画面が消えない！
	7	8	見守り新鮮情報	114	熱中症に気をつけて！
		22	子どもサポート情報	41	耳かきでの事故にご用心！
		26	見守り新鮮情報	115	永代供養の権利「高値で買い取ってもらえる」は信じない！
	8	8	見守り新鮮情報	116	その修理、本当に必要？トイレ修理のトラブル
		18	子どもサポート情報	42	フィルタリングしていたのに、アダルトサイトにつながった?
		29	見守り新鮮情報	117	新手のもうけ話！医療機関債のトラブル
	9	7	子どもサポート情報	43	子どもサポート情報どもの火遊びを防ぐ!ライターの販売規制完全実施
		16	見守り新鮮情報	118	アフガニスタン通貨の買い取り話に注意！
		27	見守り新鮮情報	119	CO2排出権取引のもうけ話、知識や経験のない人は乗らないで!
	10	4	見守り新鮮情報	120	無料日帰りバス旅行に当選!しかし高額なネックレスを買うことに…
		7	子どもサポート情報	44	子どもサポート情報どもを乗せたときの自転車事故、走行時以外も気をつけて
		14	見守り新鮮情報	121	代わりに買えば、数倍にして返す？社債の勧誘に注意！
		28	見守り新鮮情報	122	高齢者も被害！出会い系サイトの「お金をあげる」はウソ！？
	11	8	見守り新鮮情報	123	海外から届く「当選金獲得！」には手を出さない！
		14	見守り新鮮情報	124	スーパーやコンビニのATMへ誘導する還付金等詐欺に注意!
		22	子どもサポート情報	45	携帯ゲーム機もインターネットにつながるんです！
	12	2	見守り新鮮情報	125	大掃除中の事故に気をつけて！
		14	子どもサポート情報	46	ネット上のチケット詐欺！？相手と連絡がとれない！！
		20	見守り新鮮情報	126	昔買った原野、今が売り時！？
	1	13	見守り新鮮情報	127	公的介護保険を補ってくれる介護サービス？
		20	見守り新鮮情報	128	断ったのに置いていかれた配置薬
		30	子どもサポート情報	47	危険！紙・シール・ポリ袋の誤飲事故
	2	7	見守り新鮮情報	129	2カ月で総額400万円！？次々に布団を買わされた！
		17	見守り新鮮情報	130	「架空請求」は、とにかく無視！
		28	子どもサポート情報	48	いつの間に?子どもサポート情報どもがカード決済でゲームアイテム購入!
	3	6	見守り新鮮情報	131	断っているのに帰ってくれない！新聞勧誘
		16	見守り新鮮情報	132	危険！肥料用消石灰で失明！
		23	子どもサポート情報	49	危険！窓・ベランダから子どもサポート情報どもが落ちた！
2012年度	4	6	見守り新鮮情報	133	資料請求をしただけなのに、高額なかつらを契約！
		16	子どもサポート情報	50	便利なネット通販…でも、こんなトラブルが！
		24	見守り新鮮情報	134	カンボジア？がれき？さまざまな劇場型勧誘に注意！
	5	11	子どもサポート情報	51	日食観察－目を傷めないように注意して！
		16	見守り新鮮情報	135	注意！介護ベッドの手すりの隙間に首などを挟む事故！
		29	見守り新鮮情報	136	金の購入契約、受け取りは25年後！？
	6	5	見守り新鮮情報	137	「火災保険が使える」と誘う住宅修理契約トラブルに注意！
		18	子どもサポート情報	52	スマホでアダルトサイト利用料金を請求された！
		26	見守り新鮮情報	138	注文していないのに健康食品が送られてきた！
	7	12	子どもサポート情報	53	屋外遊具による事故を防ごう！
		23	見守り新鮮情報	139	注意！草刈機で大けが！
		31	見守り新鮮情報	140	古着を売るつもりが…貴金属を買い取られた！
	8	7	見守り新鮮情報	141	元本保証だと思っていたのに…投資信託のトラブル
		21	子どもサポート情報	54	モデルの勧誘トラブル！写真撮影に10万円の請求！？
		28	見守り新鮮情報	142	思わぬ高額請求！移動販売の物干し竿購入トラブル
	9	4	見守り新鮮情報	143	話を聞くだけのつもりが…即日施術！美容医療のトラブル
		21	見守り新鮮情報	144	今度はシリア!？まだ続く外国通貨取引の劇場型勧誘トラブル

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
		27	子どもサポート情報	55	アダルトサイトの請求！携帯型音楽プレーヤーでも！？
	10	9	見守り新鮮情報	145	申し込むだけで謝礼！？「買え買え詐欺」に注意！
		19	子どもサポート情報	56	予想外の請求！留学あっせんサービスの解約トラブル
		24	見守り新鮮情報	146	「子どもサポート情報の結婚は親の義務」?結婚相手紹介サービス
		39	見守り新鮮情報	147	バス車内での転倒事故に注意！
	11	6	子どもサポート情報	57	「ネイル」の話のはずが…実は高額な美顔器の勧誘！
		13	見守り新鮮情報	148	海外オークション？スチーム式クリーナーが高値で売れる？
		29	見守り新鮮情報	149	2カ月ごとに消火器を買わされた！消火器の次々販売
	12	7	見守り新鮮情報	150	長時間の使用は注意！カイロで低温やけど
		18	見守り新鮮情報	151	公的機関が太鼓判？仏像の「買え買え詐欺」
		21	子どもサポート情報	58	学生に広がるマルチ商法的勧誘に注意！
		26	見守り新鮮情報	152	カニの送りつけ商法に注意！
	1	11	見守り新鮮情報	153	歩行型除雪機による事故に注意！
		16	子どもサポート情報	59	孫がカード番号を入力！オンラインゲームの高額請求
		18	見守り新鮮情報	154	「国民生活センターから大切なお知らせ」という手紙はニセモノです!
		29	見守り新鮮情報	155	「海外宝くじ」には絶対に手を出さない！！
	2	12	子どもサポート情報	60	電気ケトルの転倒・落下によるやけどに注意！
		14	見守り新鮮情報	156	「素晴らしい作品」とおだてられ…短歌掲載の次々勧誘
		26	見守り新鮮情報	157	買い取られた貴金属　クーリング・オフができます！
	3	5	子どもサポート情報	61	子どもサポート情報ども用の花粉防御用メガネでけが！
		12	見守り新鮮情報	158	「医療機関債の被害を回復する」！？不審な勧誘に注意！
		22	見守り新鮮情報	159	けがに注意！スライサーも刃物です！
2013年度	4	1	見守り新鮮情報	160	現金は宅配便で送れ！？買え買え詐欺に気を付けて！
		3	子どもサポート情報	62	初めての一人暮らし…悪質な新聞勧誘に注意！
		17	見守り新鮮情報	161	「裁判に出す」と脅す健康食品送りつけに注意
		24	見守り新鮮情報	162	勝手に株を購入されてキャンセル料の請求!?買え買え詐欺の新手口!
	5	8	見守り新鮮情報	163	またまた増えてる！？還付金詐欺にご注意！
		14	見守り新鮮情報	164	「話題の新事業」のもうけ話？買え買え詐欺に注意！
		20	子どもサポート情報	63	サイトは日本語だけど！？海外通販のトラブル
	6	4	子どもサポート情報	64	気をつけて！歯みがき中の事故！
		7	見守り新鮮情報	165	訪問販売の勧誘を止めてくれる？高額な手数料の請求！
		14	見守り新鮮情報	166	「偽装質屋」は絶対に利用しない！
		24	見守り新鮮情報	167	「被害金が取り戻せる」とうたう探偵業者にご注意！
	7	5	子どもサポート情報	65	屋内遊戯施設での事故に注意！
		11	見守り新鮮情報	168	エスカレーターでの事故に気をつけて！
		19	見守り新鮮情報	169	健康食品は注文していないのに損害賠償請求書！？
	8	2	見守り新鮮情報	170	「買付証明書」で信用させる！原野商法の二次被害
		6	子どもサポート情報	66	暗証番号を電話で入手？アダルトサイトの請求トラブル
		23	見守り新鮮情報	171	新聞の訪問販売トラブル…長期契約に気をつけて！
	9	3	見守り新鮮情報	172	千円のはずが20万円の工事に！？屋根工事の契約トラブル
		11	子どもサポート情報	67	子どもサポート情報どもの防犯ブザー　定期的に点検を！
		13	見守り新鮮情報	173	今度はダイヤモンド！買え買え詐欺にご注意
	10	4	見守り新鮮情報	174	現金書留同封！？脅迫！？健康食品送りつけの新手口
		11	見守り新鮮情報	175	「ロト6の当選番号を教えます」は詐欺！！
		18	子どもサポート情報	68	割引でマッサージのはずが…高額な美容医療契約に！
	11	1	見守り新鮮情報	176	「告発する」と脅されて300万円支払ってしまった！
		8	見守り新鮮情報	177	「東京オリンピック」を悪用した詐欺的トラブルに注意！
		19	子どもサポート情報	69	なぜ電話番号がわかったの?無料アプリのインストールで50万円請求!

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
	12	6	見守り新鮮情報	178	注意！服に火が燃え移ってやけど！
		17	子どもサポート情報	70	お菓子どもサポート情報を食べたら酔っぱらった！？
		20	見守り新鮮情報	179	無料じゃないの！？「健康食品の試供品送ります」
	1	8	見守り新鮮情報	180	豆乳等によるアレルギーに注意！
		16	子どもサポート情報	71	クレジットカードの管理は大丈夫?オンラインゲームの決済トラブル
		21	見守り新鮮情報	181	届出業者だから安心?「プロ向けファンド」のトラブルに注意
	2	7	見守り新鮮情報	182	除雪サービスの契約は慎重に！
		13	見守り新鮮情報	183	人助け！？親切心につけこむ買え買え詐欺に注意！
		21	子どもサポート情報	72	引っ越しサービスをめぐるトラブルに注意！
		28	見守り新鮮情報	184	補聴器選びは慎重に！
	3	7	見守り新鮮情報	185	思わぬ落とし穴!?高齢者にもアダルトサイトの請求トラブル
		14	子どもサポート情報	73	学力診断テストは無料でも…高額な学習教材の契約に注意！
		24	見守り新鮮情報	186	「災いが起こる」と言われて不安になって…開運商法のトラブル!
2014年度	4	8	見守り新鮮情報	187	大手企業の名前を悪用！買え買え詐欺に注意！
		18	子どもサポート情報	74	スマホの「フリマアプリ」でトラブル？
		22	見守り新鮮情報	188	テレビショッピングで買ったら返品できなかった
	5	13	見守り新鮮情報	189	突然の警告表示はセキュリティソフトの広告かもしれません
		20	子どもサポート情報	75	大学生がターゲット　借金させられて高額な投資用ＤＶＤを購入
		29	見守り新鮮情報	190	取材を装って被害回復をうたう手口に注意
	6	2	子どもサポート情報	76	失明のおそれも　カラーコンタクトの使用は慎重に
		12	見守り新鮮情報	191	「無料で点検」のはずが､浄水器を買うハメに…点検商法に注意!
		20	見守り新鮮情報	192	家の中の転倒事故に注意しましょう
		26	見守り新鮮情報	193	通信販売…いつの間にか定期購入になっていた
	7	8	見守り新鮮情報	194	「個人の情報を教えないと年金を停止する」と脅された
		16	子どもサポート情報	77	夏のやけど　思いがけない場所に注意
		23	見守り新鮮情報	195	急増　保険金の利用を口実に自宅の修理を勧誘
		30	見守り新鮮情報	196	「個人情報を削除してあげる」公的機関をかたる詐欺が急増
	8	1	子どもサポート情報	78	携帯電話の紛失・盗難　すぐにロックと届け出を
		13	見守り新鮮情報	197	飲み物と間違えて洗剤などを飲んでしまった
		26	見守り新鮮情報	198	友人からの紹介でもきっぱり断って!マルチ商法的勧誘に注意
	9	3	子どもサポート情報	79	ペダルなし二輪遊具　坂道では使用しないで
		13	見守り新鮮情報	199	話題の出来事を悪用！ iPS細胞をかたる詐欺的勧誘に注意
		29	見守り新鮮情報	200	すごろく
	10	6	見守り新鮮情報	201	「今より安くなる」？遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘に注意
		8	子どもサポート情報	80	サプリメントを注文したら定期購入に！ SNSの広告に注意！
		21	見守り新鮮情報	202	「見守り」と「気づき」で認知症高齢者の被害を防ごう
		29	見守り新鮮情報	203	介護ベッド用手すりによる死亡事故が多数発生！
	11	6	見守り新鮮情報	204	リフォーム工事の中断・遅延トラブル
		12	見守り新鮮情報	205	「無料点検」に応じたら…高額な排水管工事勧誘
		18	子どもサポート情報	81	ボタン電池の誤飲に注意
		28	見守り新鮮情報	206	古い灯油を使ったら石油ストーブが故障？
	12	3	見守り新鮮情報	207	原野商法の二次被害が増え続けています
		12	見守り新鮮情報	208	廃品回収を依頼したら高額な請求をされた
		17	子どもサポート情報	82	バイナリーオプション取引　海外業者とのトラブルが急増
		22	見守り新鮮情報	209	年末年始　餅での窒息事故に気をつけて
	1	13	子どもサポート情報	83	昔使っていたスマホで幼稚園児がオンラインゲームのアイテム購入
		15	見守り新鮮情報	210	飲み物や汁物の突沸に注意
		21	見守り新鮮情報	211	電子どもサポート情報マネーで支払わせるアダルトサイトの請求

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
		28	見守り新鮮情報	212	「個人情報を削除してあげる」？国民生活センターをかたる電話
	2	3	子どもサポート情報	84	医薬品の誤飲事故が増えています
		9	見守り新鮮情報	213	美容医療サービス　十分な説明を求め契約は慎重に
		18	見守り新鮮情報	214	「見るだけでいいから」と勧誘され…展示会で何度も着物を購入
		24	子どもサポート情報	85	死亡事故も！キックスケーター走行中の事故に注意
		26	見守り新鮮情報	215	「老人ホーム入居権を代わりに申し込んで」という電話は詐欺です
	3	9	見守り新鮮情報	216	キャッシュカードと暗証番号をだまし取る詐欺に注意
		13	見守り新鮮情報	217	医療費などの還付金詐欺に注意！
		18	見守り新鮮情報	218	「好転反応」と言われても、健康被害が出たら利用は中止
		24	子どもサポート情報	86	フィルムが破れて洗剤が目や口に！洗濯用パック型液体洗剤の事故に注意
2015年度	4	8	見守り新鮮情報	219	利用した覚えのない請求は支払わずに無視しましょう！
		17	見守り新鮮情報	220	断ったのに高額な「皇室」の本が送られてきた
		22	子どもサポート情報	87	モデルになるはずが、ネックレスを高額で買うことに
	5	12	見守り新鮮情報	221	電子どもサポート情報レンジ　食品の加熱しすぎや庫内の汚れに気をつけて
		19	見守り新鮮情報	222	歌手の動画を見るつもりが、アダルトサイトから登録料金の請求
		26	子どもサポート情報	88	抱っこひもからの子どもサポート情報どもの転落に注意
	6	2	見守り新鮮情報	223	粗品をきっかけに通っていたら、2カ月間で500万円の契約
		9	見守り新鮮情報	224	日本年金機構の個人情報流出に便乗した電話に注意
		16	子どもサポート情報	89	自治体の消費生活センターだと思ったら行政書士等から費用請求
	7	7	見守り新鮮情報	225	消費生活相談は「１８８」へ！
		14	見守り新鮮情報	226	長期間使用している家電の発火に注意
		22	子どもサポート情報	90	電車の戸袋、ドアの事故に気をつけて
		28	見守り新鮮情報	227	インターネットでの旅行申し込みはよく確認を
	8	4	子どもサポート情報	91	消費生活相談は「１８８」へ！
		21	見守り新鮮情報	228	衣類のすそ踏み　思いがけないけがに注意
		28	見守り新鮮情報	229	物干しざおに10万円！　移動販売に注意
	9	4	見守り新鮮情報	230	国勢調査の調査員が直接電話で質問することはありません
		11	子どもサポート情報	92	ドラム式洗濯機に子どもサポート情報どもが閉じ込められて死亡!
		16	見守り新鮮情報	231	安くなるはずの電話料金が2.5倍に　IP電話の契約
		29	見守り新鮮情報	232	150万円払ったのに…台風で壊れた屋根の修理が未着工
	10	6	見守り新鮮情報	233	古銭の購入 「名前を貸して」などと持ちかける電話は詐欺
		14	見守り新鮮情報	234	脚立からの転落、高齢者は特に注意を！！
		20	見守り新鮮情報	235	マイナンバー制度に便乗した詐欺
		27	子どもサポート情報	93	お小遣いが稼げる？怪しいサイトに注意
	11	11	見守り新鮮情報	236	電気ストーブを使用中の火災に注意！
		17	子どもサポート情報	94	水を吸うと膨らむ！　高吸水性樹脂製品の誤飲に注意
		26	見守り新鮮情報	237	染毛剤による皮膚炎が起きています
	12	1	見守り新鮮情報	238	受け渡し時には確認を　クリーニングトラブル防止のために
		9	見守り新鮮情報	239	市販薬で副作用　すぐに飲むのをやめて相談を
		16	子どもサポート情報	95	スマホのアダルトサイト請求画面が消えない！
		21	見守り新鮮情報	240	安価なミシンを買うつもりが、予想外な高額ミシンに
	1	8	見守り新鮮情報	241	低温やけどにご用心　見た目より重症の場合も
		13	見守り新鮮情報	242	音声ガイダンスを利用した架空請求に気をつけて
		19	子どもサポート情報	96	おもちゃの銃で失明のおそれ
		26	見守り新鮮情報	243	電力小売り全面自由化　便乗商法に注意して
	2	2	見守り新鮮情報	244	知人から誘われ投資したが、元金も戻ってこない

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
		9	見守り新鮮情報	245	葬儀の料金トラブルに気をつけて
		16	子どもサポート情報	97	大量・高額な学習教材の契約は慎重に
		23	見守り新鮮情報	246	光回線サービスの乗り換えは慎重に
	3	8	見守り新鮮情報	247	3千円のエアコン洗浄を頼んだら、高額な別作業も追加することに…
		23	子どもサポート情報	98	遊具で大けが！　注意して遊びましょう
		29	見守り新鮮情報	248	体調が悪化することも！家庭用電気マッサージ器の使用で危害
2016年度	4	5	見守り新鮮情報	249	「無料体験」のはずが…スポーツ施設会員に申し込むことに
		12	子どもサポート情報	99	危険！　0歳児が大人用ベッドから転落
		19	見守り新鮮情報	250	仮想通貨への投資　リスクを理解できなければ契約しないで
		27	見守り新鮮情報	251	ご注意！　マイナンバー制度に便乗した詐欺被害
	5	10	見守り新鮮情報	252	ご注意　熊本地震に便乗した不審な訪問や電話
		13	見守り新鮮情報	253	のどや食道を傷つけることも！薬の包装シートの誤飲に注意
		24	子どもサポート情報	100	子どもサポート情報どもサポート情報100号記念「すごろく」
		31	見守り新鮮情報	254	「無料」のはずが6万円　廃品回収サービスのトラブル
	6	7	子どもサポート情報	101	耳掃除中の事故にご用心
		14	見守り新鮮情報	255	室内でも熱中症　予防を心がけましょう
		21	子どもサポート情報	102	不審な請求　プリペイドカードの番号は教えないで
		28	見守り新鮮情報	256	テレビショッピング　契約条件をよく確認しましょう
	7	5	見守り新鮮情報	257	失禁パンツ　過信は禁物、しみ出すことも
		13	子どもサポート情報	103	花火によるやけどに注意
		20	子どもサポート情報	104	液体の入ったスマートフォンケースからの液漏れに注意
		26	見守り新鮮情報	258	ポイントカードのつもりがクレジットカードの申し込みに…
	8	9	見守り新鮮情報	259	コインパーキングの料金表示はしっかり確認を
		23	子どもサポート情報	105	死亡事故も！ブラインド等のひもで窒息
		30	見守り新鮮情報	260	契約内容をよく確認　冠婚葬祭互助会の積み立て
	9	13	見守り新鮮情報	261	東京オリンピックに便乗した詐欺的な電話に注意
		21	見守り新鮮情報	262	「海外宝くじ」には手を出さないで！
		29	子どもサポート情報	106	オンラインゲームで高額請求!利用する前に理解することが大切です
	10	4	見守り新鮮情報	263	百貨店を名乗る不審な電話に気をつけて！
		18	子どもサポート情報	107	子どもサポート情報どもの足が自転車の車輪に巻き込まれた！
		26	見守り新鮮情報	264	レンタルオーナー契約によるトラブルに注意
	11	8	見守り新鮮情報	265	話を聞くだけのはずが、美容施術を受け400万円の請求に
		16	見守り新鮮情報	266	高さ調節できる入浴用いす、急に「脚」が縮んで転倒
		22	子どもサポート情報	108	タバコの誤飲　子どもサポート情報どもの手の届くところに置かないで!
		29	見守り新鮮情報	267	強引な布団の訪問販売に注意
	12	7	見守り新鮮情報	268	リボ払いだったの？　クレジットカードの利用明細は必ず確認
		14	子どもサポート情報	109	新品ではなかった！「フリマアプリ」のトラブルに注意
		21	見守り新鮮情報	269	商品が届かない！　ネットでの買い物は慎重に
	1	11	見守り新鮮情報	270	ウェブサイト閲覧中のニセの警告音にだまされないで
		17	見守り新鮮情報	271	「お金が戻ってくるのでATMに行くように」は詐欺です
		24	子どもサポート情報	110	ショッピングカートからの転落に注意！
		31	見守り新鮮情報	272	無料のはずが有料だった　アダルトサイトのトラブル
	2	8	見守り新鮮情報	273	骨折も！買い物中の転倒に注意
		14	子どもサポート情報	111	エスカレーターでの転倒に気をつけて
		22	見守り新鮮情報	274	洗濯表示が変わりました
	3	14	見守り新鮮情報	275	国民生活センターを名乗るニセ電話　絶対にお金を渡さない
		22	子どもサポート情報	112	子どもサポート情報どもが窓から転落！踏み台になるものを窓の近くに置かない

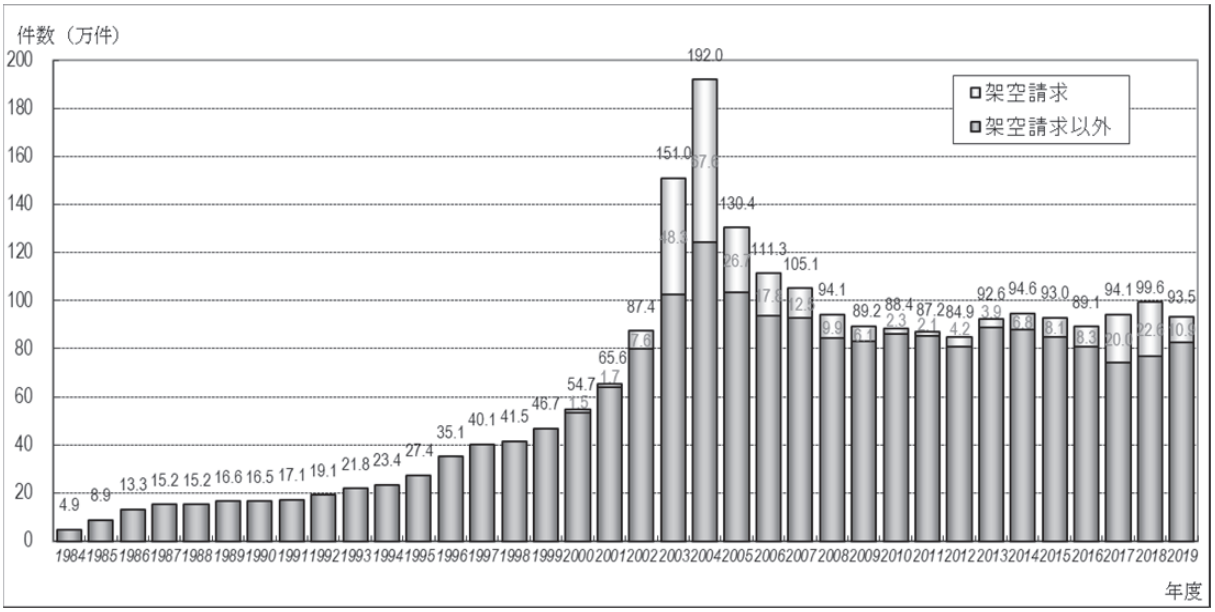
年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
		28	見守り新鮮情報	276	遺品整理を頼むときは、複数の事業者から見積もりを
2017年度	4	4	見守り新鮮情報	277	占いサイト　引き延ばされて利用料金が高額に
		11	子どもサポート情報	113	アダルトサイトにアクセスしたら、カメラのシャッター音が！
		18	見守り新鮮情報	278	ヘアドライヤーの取り扱いに注意しましょう
		26	見守り新鮮情報	279	35年前に購入した原野が売れる！？二次被害に注意
	5	9	子どもサポート情報	114	骨折も！ドアに子どもサポート情報どもの指が挟まれてけが
		16	見守り新鮮情報	280	知人から誘われた仮想通貨への投資　もうかるはずが…
		23	見守り新鮮情報	281	格安スマホ　契約前にサービス内容を確認しましょう
		26	子どもサポート情報	115	SNSでネット通販　1回だけのつもりが定期購入に！？
	6	2	子どもサポート情報	116	歯磨き中　のど突き事故などに気を付けて！
		6	見守り新鮮情報	282	注文した覚えがない健康食品を送りつけられた！
		13	見守り新鮮情報	283	「セットでお得？」 ケーブルテレビの点検だけのはずが…
		27	見守り新鮮情報	284	海外リゾート会員権「タイムシェア」契約は慎重に
	7	4	子どもサポート情報	117	子どもサポート情報どもが宅配ボックスで遊んでいたら閉じ込められた
		11	見守り新鮮情報	285	「数億円当選した」はずが5万円の支払いに　迷惑メールは無視
		19	子どもサポート情報	118	日本の法律は関係ない？　海外マルチ事業者とのトラブル
		26	見守り新鮮情報	286	「墓を引っ越しする」と言ったら、寺から高額な費用を要求された
	8	2	子どもサポート情報	119	骨折も！　屋内遊戯施設での事故に注意しましょう
		8	見守り新鮮情報	287	気をつけて　刈払機（草刈機）の使用中に大けがをすることも
		29	見守り新鮮情報	288	配置薬　使用期限が切れて処分したら代金を請求された
	9	5	子どもサポート情報	120	スマートフォンで動画を見せるときは、大人が付き添いましょう
		12	見守り新鮮情報	289	かつらのアフターケアの度に、次々と新たな契約をさせられた
		26	見守り新鮮情報	290	訪問して買い取りを行う業者との契約は慎重に
	10	3	子どもサポート情報	121	オーディション後に勧誘　タレント･モデル契約のトラブルに注意!
		11	見守り新鮮情報	291	「アダルトサイトとのトラブル解決」をうたう探偵業者に注意
		24	見守り新鮮情報	292	「危険な状態」と、ガソリンスタンドでタイヤ交換を勧められた
		31	見守り新鮮情報	293	高齢者の生活動線を点検して転倒事故を防ぎましょう
	11	7	子どもサポート情報	122	こんろのグリル窓に触ってやけど！　歩き始めの時期は特に注意しましょう
		14	見守り新鮮情報	294	鍵の修理　高額請求にご注意
		21	見守り新鮮情報	295	焦る「親心」に付け込む結婚相手紹介サービス業者に注意
		28	見守り新鮮情報	296	クレジットカードの利用明細書は必ず確認しましょう
	12	5	見守り新鮮情報	297	カニの勧誘電話にご用心
		12	子どもサポート情報	123	大手通販サイトをかたり未納料金を請求するSMS
		19	見守り新鮮情報	298	「見守り」と「気づき」で障がい者の消費者トラブルを防ごう
	1	16	見守り新鮮情報	299	相談急増　ハガキによる架空請求
		23	子どもサポート情報	124	加熱式タバコの誤飲に注意　置き場所や捨て場所に気を付けて!
		30	見守り新鮮情報	300	見守り新鮮情報300号記念号のお知らせ
	2	6	見守り新鮮情報	301	安売りにつられて通ったら…高額な健康食品を売りつけられた
		20	子どもサポート情報	125	お風呂では子どもサポート情報どもから目を離さないで！
		27	見守り新鮮情報	302	「お試し」「1回だけ」のつもりが定期購入だった！？
	3	6	見守り新鮮情報	303	相続税対策のつもりが元本割れ　銀行窓口での保険契約
		13	子どもサポート情報	126	安易に投稿しない　ネットとの賢い付き合い方を考えよう
		20	見守り新鮮情報	304	懸賞で当たった日帰りバス旅行で高額な商品を買うはめに
2018年度	4	3	見守り新鮮情報	305	一部の美容医療でクーリング・オフが可能に　特定商取引法が改正されました
		11	子どもサポート情報	127	新生活！　若者を狙うもうけ話に注意
		17	見守り新鮮情報	306	雑木林を売却したはずが、別の新たな原野を買わされた

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
		24	子どもサポート情報	128	強力な磁石のマグネットボールを誤飲し消化管に穴が！
	5	8	見守り新鮮情報	307	健康食品の摂取による肝障害にご注意
		16	見守り新鮮情報	308	不安をあおり契約させるリフォーム工事の点検商法
		22	子どもサポート情報	129	ベランダや窓からの子どもサポート情報どもの転落事故を防ごう
		29	見守り新鮮情報	309	目が不自由なのに…新聞の訪問販売トラブル
	6	5	子どもサポート情報	130	フリマサービスは個人間取引　利用する際は慎重に
		12	見守り新鮮情報	310	架空請求　心当たりのない請求は無視！
		19	子どもサポート情報	131	少しの間でも子どもサポート情報どもを車内に残さないで！車内の閉じ込め事故に注意
		26	見守り新鮮情報	311	ショッピングモールで勧誘されたウォーターサーバー
	7	3	見守り新鮮情報	312	契約条件は自分でよく確認！　インターネットでの旅行予約
		11	子どもサポート情報	132	子どもサポート情報どもが下敷きに　家具やテレビの転倒に注意
		18	見守り新鮮情報	313	気をつけて!「キャッシュカードを預かる」という電話は詐欺
		24	見守り新鮮情報	314	テレビショッピングでも　注文したら定期購入だった
	8	7	見守り新鮮情報	315	持病の話題に乗せられて？　家庭用電気治療器具の訪問販売
		21	子どもサポート情報	133	ネット上の見知らぬ相手とのチケット取引はリスクが伴います
		28	見守り新鮮情報	316	災害に備えて　日ごろから安全対策を
	9	4	見守り新鮮情報	317	思いがけない高額請求　チラシを見て頼んだ廃品回収
		11	子どもサポート情報	134	目を離さないで　おむつ交換台からの転落事故
		19	見守り新鮮情報	318	光回線サービスの変更は、内容をよく理解してから
	10	2	見守り新鮮情報	319	回数券　使えなくなるリスクも考えて購入を
		16	子どもサポート情報	135	そのサイト大丈夫？悪質な通販サイトに注意しましょう
		23	見守り新鮮情報	320	大きなリスクも!「アパートを建てませんか」という勧誘にご注意!
	11	6	見守り新鮮情報	321	「俳句が素晴らしい」と褒められて…24万円の掲載料
		13	子どもサポート情報	136	自動ドアでの事故に気をつけて　指を挟まれ骨折も
		20	見守り新鮮情報	322	「保険金の手続きをサポートする」と勧誘する住宅修理に注意
		27	見守り新鮮情報	323	死亡事故発生！歩行型除雪機の使い方の確認を
	12	4	子どもサポート情報	137	帰省先での子どもサポート情報どもの事故に気をつけて
		11	見守り新鮮情報	324	天皇陛下の退位に便乗した商法にご注意
		18	見守り新鮮情報	325	除雪サービス　料金や作業内容を事前に確認しましょう
	1	16	見守り新鮮情報	326	スマートフォン　買ったものの使いこなせない…
		22	子どもサポート情報	138	相談に乗るとお金がもらえる！？うまい話に惑わされないで
		29	見守り新鮮情報	327	退会するのに違約金！　キャンペーン価格で入会したジム
	2	5	子どもサポート情報	139	公式？代行？ ESTA等の申請の際は確認を！
		12	見守り新鮮情報	328	重症になることも　湯たんぽによる低温やけどに注意
		19	見守り新鮮情報	329	遺品整理サービス　契約内容をよく確認
		26	見守り新鮮情報	330	簡単に高額収入を得られません　「情報商材」のトラブル
	3	5	見守り新鮮情報	331	ラグビーワールドカップ2019日本大会　チケット購入は公式サイトで
		12	子どもサポート情報	140	賃貸住宅の退去トラブルを防ぐには
		19	見守り新鮮情報	332	プロパンガス会社を変更するときは慎重に
		19	見守り新鮮情報	333	「アポ電」かも…　知らない番号からの電話に出るのは危険
2019年度	4	9	見守り新鮮情報	334	還付金詐欺に注意　ATMで還付金はもらえません
		16	見守り新鮮情報	335	コインパーキングの表示をしっかり確認しましょう
		23	子どもサポート情報	141	自転車に乗るときは必ずヘルメットを！
	5	8	見守り新鮮情報	336	いつの間にか切り替えに　電気の契約切り替えトラブル
		14	見守り新鮮情報	337	水漏れ！広告では「見積もり無料」でも、作業費は請求！？
		21	子どもサポート情報	142	ベルトは必ず装着！　ベビーシートをベビーキャリーとして使う際の事故に注意

年度	月	日	分　類	号数	テ　ー　マ
		28	見守り新鮮情報	338	点検のはずが…強引なシロアリ駆除サービスの勧誘
	6	4	見守り新鮮情報	339	ドライブレコーダーの映像は定期的に確認！
		11	見守り新鮮情報	340	使用中に偽の警告表示！　慌てて事業者に連絡しないで
		18	子どもサポート情報	143	エスカレーターでの挟まれ事故に注意
		26	見守り新鮮情報	341	出火することも！　電気コードの取扱いに注意
	7	2	子どもサポート情報	144	わかっちゃいるけど！？　花火による事故を防ぎましょう
		9	見守り新鮮情報	342	固定電話が使えなくなる？　IP網への移行に便乗した勧誘に注意
		23	子どもサポート情報	145	海水浴　フロートで沖に流される事故が起きています！
		30	見守り新鮮情報	343	慌てないで！　災害後の住宅修理トラブル
	8	6	子どもサポート情報	146	子どもサポート情報どもがオンラインゲームで無断決済！家庭内でルール作りを！
		20	見守り新鮮情報	344	最新スマホが100円？　実は有料サービスの申し込みだった
		27	見守り新鮮情報	345	歯科インプラント治療　十分理解してから受けましょう
	9	3	見守り新鮮情報	346	消費税率引き上げに便乗した詐欺に注意
		11	見守り新鮮情報	347	マルチ取引の勧誘　障がい者同士のあいだにも
		24	子どもサポート情報	147	詐欺・模倣品サイトはここを確認！　サイトを見るときのチェックポイント！
	10	1	見守り新鮮情報	348	入院することも！　脚立・はしごからの転落に注意
		8	見守り新鮮情報	349	フリマサービス　トラブルは個人間で解決？
		16	子どもサポート情報	148	タトゥーシールやフェイスペイントによる肌トラブルに注意
		23	見守り新鮮情報	350	消費生活センター　一人で悩まず、気軽に相談を
		29	子どもサポート情報	149	消費生活センター　一人で悩まず、気軽に相談を
	11	6	見守り新鮮情報	351	暖房器具に昨シーズンの灯油を使わないで
		12	見守り新鮮情報	352	高齢者サポートサービス　契約前に十分な検討を
		19	子どもサポート情報	150	子どもサポート情報どもがライブ配信サービスで投げ銭！？
		26	見守り新鮮情報	353	衣服に火がつく！　着衣着火に注意
	12	3	見守り新鮮情報	354	深刻な高齢者の消費者被害　見守りで防止しましょう
		11	子どもサポート情報	151	子どもサポート情報どもが飲んでしまった!　お酒の置き場所に注意
		17	見守り新鮮情報	355	まつ毛美容液　目の痛みや契約トラブルも
	1	14	見守り新鮮情報	356	家電量販店でカードが使われた！？　不審な電話に注意
		21	見守り新鮮情報	357	えっ！通信販売　クーリング・オフできないの？
		28	子どもサポート情報	152	豆やナッツ等　3歳頃までは食べさせない
	2	12	見守り新鮮情報	358	スチームクリーナーでやけど　取り扱いに気をつけましょう
		18	子どもサポート情報	153	早期契約は慎重に　数年後の成人式の晴れ着レンタル
		26	見守り新鮮情報	359	「解約保証」のはずが…定期購入トラブルに注意
	3	3	見守り新鮮情報	360	住宅用火災警報器の寿命は10年が目安です
		11	子どもサポート情報	154	アパート全体で手続き？　電気の契約切り替えトラブルに注意
		12	見守り新鮮情報	361	新型コロナウイルス　正確な情報をもとに冷静な対応を
		17	見守り新鮮情報	362	安易な気持ちで行かないで　着物の強引な勧誘に注意
2020年度	4	7	子どもサポート情報	155	アンケートに答えるアルバイトをしたら勝手に借金されていた
		28	見守り新鮮情報	363	新型コロナウイルス　給付金を装った詐欺に注意
	5	12	見守り新鮮情報	364	慌てないで！　トイレ修理で思わぬ高額請求
		27	子どもサポート情報	156	ベビーカーの転倒事故！　シートベルトは必ず締めましょう
	6	9	見守り新鮮情報	365	大けがも！　ジャンプ式折りたたみ傘の事故に注意
		16	見守り新鮮情報	366	格安スマホ　今までの携帯電話会社との違いを確認して
		30	子どもサポート情報	157	電車の戸袋への挟まれ事故に注意！

PIO-NETにおける全国の消費生活相談の件数

図　消費生活相談の年度別総件数の推移



（注）データは、2020年5月末日までのPIO-NET登録分。「架空請求」の件数は2000年度以降集計している。

表　消費生活相談の年度別総件数

年度	件数
1984	48, 550
1985	88, 752
1986	133, 103
1987	151, 874
1988	151, 784
1989	165, 697
1990	164, 643
1991	170, 833
1992	191, 200
1993	217, 816
1994	234, 022
1995	274, 076

年度	件数
1996	351, 139
1997	400, 511
1998	415, 347
1999	467, 110
2000	547, 138
2001	655, 899
2002	874, 260
2003	1, 509, 889
2004	1, 919, 674
2005	1, 303, 588
2006	1, 113, 146
2007	1, 050, 837

年度	件数
2008	941, 058
2009	891, 703
2010	884, 233
2011	871, 907
2012	848, 675
2013	925, 842
2014	946, 233
2015	929, 991
2016	890, 711
2017	941, 445
2018	996, 498
2019	934, 944
累積	23, 604, 128

危害・危険情報の年度別件数の推移

年度	危害	危険	計	対前年度比
1975	292	345	**637**	－
1976	528	708	**1,236**	194.0
1977	907	834	**1,741**	140.9
1978	1,009	1,223	**2,232**	128.2
1979	979	1,200	**2,179**	97.6
1980	929	1,318	**2,247**	103.1
1981	948	1,850	**2,798**	124.5
1982	1,292	1,516	**2,808**	100.4
1983	1,115	1,331	**2,446**	87.1
1984	1,413	1,294	**2,707**	110.7
1985	1,640	1,119	**2,759**	101.9
1986	1,567	1,279	**2,846**	103.2
1987	1,603	1,111	**2,714**	95.4
1988	1,640	1,074	**2,714**	100.0
1989	1,650	1,165	**2,815**	103.7
1990	1,734	1,196	**2,930**	104.1
1991	1,650	1,089	**2,739**	93.5
1992	1,834	1,110	**2,944**	107.5
1993	2,206	1,725	**3,931**	133.5
1994	2,449	2,534	**4,983**	126.8
1995	3,934	3,324	**7,258**	145.7
1996	4,978	4,009	**8,987**	123.8
1997	5,035	2,688	**7,723**	85.9
1998	4,889	1,967	**6,856**	88.8
1999	5,106	1,936	**7,042**	102.7
2000	6,199	3,109	**9,308**	132.2
2001	5,670	2,578	**8,248**	88.6
2002	7,612	2,588	**10,200**	123.7
2003	6,543	2,132	**8,675**	85.0
2004	5,848	2,434	**8,282**	95.5
2005	6,511	2,819	**9,330**	112.7
2006	7,054	3,597	**10,651**	114.2
2007	8,545	4,558	**13,103**	123.0
2008	8,536	3,988	**12,524**	95.6
2009	8,292	3,635	**11,927**	95.2
2010	8,665	4,153	**12,818**	107.5
2011	11,551	3,712	**15,263**	119.1
2012	10,595	4,164	**14,759**	96.7
2013	13,660	6,889	**20,549**	139.2
2014	11,541	5,178	**16,719**	81.4
2015	10,704	4,506	**15,210**	91.0
2016	11,681	3,584	**15,265**	100.4
2017	11,314	3,264	**14,578**	95.5
2018	10,994	2,769	**13,763**	94.4
2019	14,032	2,374	**16,406**	119.2
計	**236,874**	**110,976**	**347,850**	

（注）2020年5月末日までのPIO-NET登録分。
2007年度は国民生活センターで受け付けた経由相談を除いており、2008年度以降は消費生活センター等からの経由相談を除いている。

国民生活センターにおける消費生活相談の受付実績

年度	受付総件数	経由相談(注2)	直接相談	平日バックアップ相談(注6)	お昼の消費生活相談(注7)	各種110番	個人情報相談(注3)	土日祝日相談(休日相談)(注4)	越境消費者センター(注5)	訪日観光客消費者ホットライン(注8)
1970	154 (288)	52	102							
1971	830(3,108)	299	531							
1972	2,021(3,710)	550	1,471							
1973	6,545(7,236)	482	6,063							
1974	4,927(6,000)	313	4,614							
1975	4,554(7,000)	128	4,426							
1976	7,076	76	7,000							
1977	5,816	506	5,310							
1978	4,292	487	3,805							
1979	5,295	745	4,550							
1980	5,381	732	4,649							
1981	6,516	1113	5,403							
1982	6,708	1370	5,338							
1983	6,580	不明	6,580							
1984	5,933	1,805	4,128							
1985	7,100	1,391	4,976			733				
1986	7,918	1,086	5,240			1,592				
1987	4,715	643	4,072			−				
1988	5,900	759	4,181			960				
1989	7,716	692	6,267			757				
1990	7,392	667	5,969			756				
1991	7,374	633	5,950			791				
1992	8,646	629	6,722			1,295				
1993	8,603	566	7,315			722				
1994	9,751	605	6,742			2,404				
1995	8,896	541	6,944			1,411				
1996	8,309	708	7,601			不明				
1997	8,291	631	7,660			-				
1998	8,124	706	7,418			不明				
1999	8,044	601	7,443			不明				
2000	9,308	1,171	8,137			不明				
2001	9,299	2,312	6,987			480				
2002	8,314	3,283	5,031			−				
2003	9,177	4,064	5,113			−				
2004	8,911	3,767	5,144			−				
2005	9,645	4,179	4,112			−	1,354			
2006	10,018	4,373	4,123			−	1,522			
2007	11,105	5,541	4,056			59	1,449			
2008	11,275	4,697	5,145			52	1,381			
2009	14,490	5,317	4,672			18	1,611	2,872		
2010	23,620	5,939	7,239			316	1,098	9,028		
2011	18,132	6,345		1346		2,029	230	8,182	(778)	
2012	18,812	5,918		3512		20	185	9,177	(2,490)	
2013	20,629	7,233		3,365	2,089	171	135	7,636	(4,508)	
2014	21,702	7,687		3,150	3,072	118	122	7,553	(4,068)	
2015	23,640	7,116		3,518	3,036	12	88	5,571	4,299	
2016	25,294	7,589		3,739	3,022	970	68	5,431	4,475	
2017	24,696	7,271		3,714	3,056	368	52	6,149	4,086	
2018	26,499	7,295		3,885	2,901	178	35	5,886	6,257	62
2019	25,921	7,006		3,897	2,579	140	29	5,883	6,018	369

参考資料：2016年度まで「消費生活年報」、2017年度以降は「業務実績等報告書」 ※ 件数は苦情・問い合わせの件数。
(注1) 70年度～75年度は国民生活全般にわたる相談窓口として開設しており、総受付件数を( )内で示した。
(注2) 01年3月に「経由相談ホットライン」の名称で専用の電話回線を設置
(注3) 05年度から「個人情報相談窓口」を開設。当センターの直接相談廃止に伴い専用電話は11年3月31日廃止。11年度以降経由相談のみ受付。
(注4) 10年1月16日から、「土日祝日相談」(現：休日相談) を開設
(注5) 越境消費者センターは、11年11月に消費者庁の調査事業として設置。15年度から国民生活センターの恒常的事業として運営
(注6) 11年6月20日から「平日バックアップ相談」を開設
(注7) 13年7月29日から「お昼の消費生活相談」を開設
(注8) 18年12月に「訪日観光客消費者ホットライン」を開設

「消費者トラブルメール箱」年間受信件数の推移

年度	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
件数	3,254	4,794	5,967	6,649	8,082	10,467	11,710	7,599	12,323

2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
12,762	13,503	15,058	13,721	9,122	9,387	10,245	9,886	10,198

※「消費者トラブルメール箱」は02年度より開設

国民生活センターにおける商品テストの実績一覧（10年分）

（1）相談解決のための商品テスト

商品別分類 / 年度	食料品	住居品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗り物	光熱水品	土地・建物・設備	その他の商品	合計
2010年度	3	51	14	24	24	18	1	4	0	139
2011年度	9	79	20	37	35	31	7	6	1	225
2012年度	9	86	31	36	46	37	6	1	1	253
2013年度	10	93	28	29	44	19	4	6	0	233
2014年度	10	81	21	35	31	23	0	2	1	204
2015年度	11	79	22	17	24	27	5	2	0	187
2016年度	11	81	22	27	34	32	3	4	0	214
2017年度	8	74	26	22	39	30	0	1	1	201
2018年度	13	71	22	18	50	26	3	6	1	210
2019年度	8	83	21	21	34	18	2	3	0	190

（2）注意喚起のための商品テスト

年　度 (品目数)	品　目　名	公表 年月
2010年度 (13)	風呂に入れるだけでラドン・ラジウム温泉になるとうたった商品	10.4
	乗用車の電子キーによるトラブルに注意！	5
	ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーの現状について（2010年）	5
	電気ケトルによるやけど事故に注意！	6
	パワーウィンドウの安全性	7
	火山灰を含む洗顔料の使い方に注意！	8
	電子タバコの安全性を考える	8
	子ども用防災頭巾の安全性	9
	小径タイヤの折りたたみ自転車（A-RideX）の強度不足に注意！	9
	二酸化塩素による除菌をうたった商品	11
	小径タイヤの折りたたみ自転車の安全性	11
	回転ハンガーの安全性	12
	電気炊飯器による子どものやけどに注意！	11.3
2011年度 (11)	加圧を利用したスパッツの使い方に注意！	11.4
	住宅用火災警報器の設置について	5
	胎児の正常な発育に役立つ「葉酸」を摂取できるとうたった健康食品	5
	子どもが使用することのあるアクセサリーに関する調査結果	8
	比較的安価な放射線測定器の性能	9
	子どもを自転車に乗せたときの転倒に注意！	9
	家庭用電動工具の使い方に注意！	12
	比較的安価な放射線測定器の性能－第2弾－	12
	水でぬらすだけで冷感が得られることをうたったタオル	12.1
	システムキッチンのステンレスシンクのさびに注意！	3
	薄型テレビの転倒防止対策の重要性	3
2012年度 (10)	ウインドーガラスが割れない自動車用緊急脱出ハンマー	12.4
	自動車用緊急脱出ハンマーの性能	5
	デジタル式個人線量計のテスト結果	5
	首掛式の乳幼児用浮き輪を使用する際の注意について	7
	ウインドーガラスが割れない自動車用緊急脱出ハンマー－その2	12
	歩行型ロータリ除雪機の使い方に注意	12
	スライサーを安全に使うには	13.2
	ウオーターサーバーの温水コックが外れて子どもがやけど	2
	IHクッキングヒーターに用いる汚れ防止マットの使用に注意	2
	乗用車のアームレスト取り付け部品のすき間に幼児が中指を挟み指先を大けが	3
2013年度 (12)	フッ素樹脂、シリコーン樹脂等含む衣類用スプレー製品の安全性	13.4
	首から下げるタイプの除菌用品の安全性－皮膚への刺激性を中心に－	4

年　度 (品目数)	品　目　名	公表 年月
	刈払機（草刈機）の使い方に注意	7
	子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性	8
	防犯ブザーの電池切れや故障に注意！	9
	自動車用緊急脱出ハンマーのガラス破砕性能	11
	不良灯油による石油暖房機器の故障や異常に注意	11
	キャンドルブッシュを含む健康茶	14.1
	スマートフォンの充電端子の焼損や本体の発熱に注意	2
	ステロイド不使用をうたった医療機関で処方された漢方クリームにステロイドが含有	3
	海外で購入した血糖を下げるという漢方薬を服用して重篤な低血糖症	3
	販売時の表示とは異なり、公道走行できないペダル付き電動2輪車	3
2014年度 (13)	カラーコンタクトレンズの安全性	14.5
	乳幼児（特に1歳以下）のボタン電池の誤飲に注意！	6
	ペダルなし二輪遊具による坂道の事故に注意	7
	炭酸水製造機が破裂し、手に大けがを負う事故が発生	7
	スプレー缶製品の事故に注意	7
	置き型のワンプッシュ式蚊取りの使い方に注意	8
	ボタン電池を使用した商品に注意	10
	食品加熱時の突沸に注意	12
	歩行型ロータリ除雪機の使い方に注意（再注意喚起）	15.1
	過信は禁物！息を吹きかけて呼気中のアルコール濃度を調べる測定器	2
	洗濯用パック型液体洗剤に気を付けて！	3
	電子レンジ庫内の発煙・発火	3
	ガラス繊維強化プラスチックによるけがに注意！	3
2015年度 (10)	後を絶たない、まつ毛エクステンションの危害	15.6
	スポーツ用自転車の取扱いに注意	6
	走行中にフレームが破損した折りたたみ自転車	9
	幼児が水で膨らむボール状の樹脂製品を誤飲	10
	内部から発煙、発火したセラミックファンヒーター	16.1
	見た目だけでは分からない、えごま油の品質	1
	自転車用レインウェアの運転への影響と安全性について	2
	使用中に破片が飛び、目を負傷した回転させる玩具	2
	活性酸素の一種を抑制する水をつくるとうたった装置	3
	水圧で伸びる散水ホースの破損に注意	3
2016年度 (10)	液体の入ったスマートフォンケースからの液漏れに注意	16.4
	少量の失禁尿を吸収するとうたった下着	5
	発熱反応を伴い水素を発生するというパック型入浴剤	7
	自転車に乗せた子どもの足が車輪に巻き込まれる事故に注意	8
	高さが調節できる入浴用いすの脚の破損に注意	9

年　度 (品目数)	品　目　名	公表 年月
	アシスト力や充電コードに不具合がみられた電動アシスト自転車	10
	突然プレートが下がって視界を遮る自動車用サンバイザー	11
	ヘアドライヤーの取り扱いに注意	12
	容器入り及び生成器で作る、飲む「水素水」	12
	金属製タイヤチェーン使用時のトラブルに注意	17.1
2017年度 (10)	ライターは安全に正しく使いましょう！	17.6
	アシスト比率が道路交通法の基準を超える電動アシスト自転車に注意	6
	美容を目的とした「プエラリア・ミリフィカ」を含む健康食品	7
	刈払機（草刈機）の使用中の事故にご注意ください！	7
	住宅用火災警報器の点検をしましょう！	9
	こんろのグリルでの子どものやけどに注意	9
	ゴルフボールが突き抜けたゴルフ練習用ネット	10
	乳幼児による加熱式たばこの誤飲に注意	11
	先進安全自動車に関する消費者の使用実態	18.1
	自転車の前車輪の脱落に注意	3
2018年度 (11)	強力な磁石のマグネットボールで誤飲事故が発生	18.4
	乾電池が破裂した防犯ブザー	4
	乾電池が破裂した防犯ブザー（追加情報）	4
	地震による転倒の防止策	6
	ビワの種子を使用した健康茶等に含まれるシアン化合物に関する情報提供	6
	電池の発熱、液漏れ、破裂に注意しましょう！	7
	ドライブレコーダーの映像を定期的に確認しましょう	8
	鋭利な縁で指先を切った筆箱	8
	自動車のタイヤパンク発生時の対応方法に注意	19.1
	酸を使ったフットケア商品	3
	三輪自転車の走行特性に注意	3
2019年度 (11)	液体の入ったスマートフォンケースからの液漏れに注意	19.5
	海水浴での「フロート使用中の事故」に気を付けましょう！	7
	本体のプラスチック部品が脱落して湯がこぼれた電気ケトル	7
	錠剤・カプセル状の健康食品の品質等に関する実態調査	8
	ジャンプ式折りたたみ傘の事故に注意	9
	タトゥーシールやフェイスペイントによる肌トラブルが発生！	9
	木製ベビーベッドの収納扉が不意に開き乳児が窒息する重大事故が発生！	11
	ベビーカーの転倒による乳幼児の事故に注意	12
	カセットボンベの保管期間にご注意を！	12
	スプレー缶製品・カセットボンベによる事故の防止策	20.2
	手動車椅子の破損に注意	3

国民生活センターにおける危害情報に関する公表一覧（10年分）

年　度 (テーマ数)	テ　ー　マ　名	公表 年月
2010年度 (8)	子どもに流行の『ローラー付シューズ』の事故	10.5
	３Ｄ映画による体調不良	8
	2009年度の危害情報システムにみる危害・危険情報の概要	8
	注意！高齢者に目立つ薬の包装シートの誤飲事故	9
	2009年度の製品関連事故に係る消費生活相談の概要	11
	屋根設置の太陽エネルギー利用パネルからの落雪に注意	11.2
	園芸用品の使い方に注意！	3
	法律に適合していないと思われるレーザーポインターに注意	3
2011年度 (8)	ブライダルエステで危害発生！	11.7
	小麦加水分解物を含有する「旧茶のしずく石鹸」（2010年12月7日以前の販売分）による危害状況について	7
	2010年度のPIO-NETの危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報の概要	8
	小麦加水分解物を含有する「旧茶のしずく石鹸」（2010年12月7日以前の販売分）7月14日公表後の危害状況について	9
	消石灰による失明事故発生	10
	2010年度の製品関連事故に係る消費生活相談の概要	10
	アートメイクの危害	10
	歯科インプラント治療に係る問題	12
2012年度 (11)	家庭用健康器具による危害等について	12.6
	手技による医業類似行為の危害	8
	全国の商品テスト概要	9
	2011年度のPIO-NETの危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報の概要	9
	電気ケトルの転倒等による乳幼児の熱傷事故にご注意ください	11
	太陽エネルギー利用パネルからの落雪事故に注意	12
	子ども用の花粉防御用眼鏡による顔のけがに注意	13.2
	経口妊娠中絶薬の安易な個人輸入や使用は危険！	3
	乳幼児の歯ブラシによる事故に注意！	3
	医療機関ネットワーク事業からみた家庭内事故－子ども編－	3
	医療機関ネットワーク事業からみた家庭内事故－高齢者編－	3
2013年度 (6)	商業施設内の屋内遊戯施設における子どもの事故	13.6
	2012年度のPIO-NETおよび医療機関ネットワークにみる危害・危険情報の概要	8
	柔軟仕上げ剤のにおいに関する情報提供	9
	レーシック手術を安易に受けることは避け、リスクの説明を十分受けましょう！	12
	豆乳等によるアレルギーについて	12
	子ども用の花粉防御用眼鏡の安全性（再注意喚起）	14.2

年　度 (テーマ数)	テ　ー　マ　名	公表 年月
2014年度 (4)	2013年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	14.8
	気を付けて、浴槽での首掛け式浮き輪の事故！！	10
	鳥インフルエンザが発生しています　正確な情報に基づいて冷静に対応しましょう	15.1
	食品の異物混入に関する相談の概要	1
2015年度 (4)	2014年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	15.8
	発達をみながら注意したい0・1・2歳児の事故	16.1
	家庭用電気マッサージ器による危害	1
	油断しないで！耳掃除	2
2016年度 (6)	美容医療サービスにみる包茎手術の問題点	16.6
	2015年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	8
	お子様用の玩具や乗り物は、安全面に気を付けましょう	12
	医療機関ネットワークにみる店舗用ショッピングカートでの子どもの事故	12
	子供の歯磨き中の喉突き事故などに気を付けましょう！	17.2
	エステサロン等でのHIFU機器による施術でトラブル発生！	3
2017年度 (5)	なくならない脱毛施術による危害	17.5
	コンタクトレンズによる目のトラブルにご注意ください －「医師からの事故情報受付窓口」から－	8
	健康食品の摂取により薬物性肝障害を発症することがあります －「医師からの事故情報受付窓口」から－	8
	2016年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	8
	幼児がハンドスピナーの部品を誤飲	18.3
2018年度 (3)	2017年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	18.8
	あなたの歯科インプラントは大丈夫ですか	19.3
	思わぬ大けがに！高齢者の脚立・はしごからの転落	3
2019年度 (5)	2018年度のPIO-NETにみる危害・危険情報の概要	19.8
	まつ毛美容液による危害が急増！	8
	除毛剤の使用による顔などの皮膚障害に注意！	12
	「セルフエステ」の契約は慎重に検討しましょう！	20.2
	おむつ交換台からの子どもの転落に注意！	3

教育研修事業におけるコース数・受講者数の推移（2010年度～2019年度）

2010年度			2011年度			2012年度			2013年度			2014年度		
コース・講座名	回数	受講者数	コース・講座名	回数	受講者数	コース・講座名	回数	受講者数	コース・講座名	回数	受講者数	コース・講座名	回数	受講者数
1. 消費者行政職員研修	8	671	1. 消費者行政職員研修	6	491	1. 消費者行政職員研修	5	534	1. 消費者行政職員研修	4	338	1. 消費者行政職員研修	8	533
管理職講座	1	107	管理職講座	1	91	管理職講座	1	105	管理職講座	1	78	管理職講座	2	139
職員講座	2	250	職員講座	2	205	職員講座	2	214	職員講座	3	260	職員講座（基礎）	2	224
講師養成講座	3	213	講師養成講座	3	195	講師養成講座	2	215				職員講座（実務）	2	170
消費生活相談早期警戒システム（PIO-ALERT）研修	2	101										Dラーニング（遠隔研修）オンデマンド配信コース	2	779※
2. 消費生活相談員研修	37	3,876	2. 消費生活相談員研修	40	4,513	2. 消費生活相談員研修	62	5,627	2. 消費生活相談員研修	43	4,354	2. 消費生活相談員研修	43	3,820
専門・事例講座	10	2,178	専門・事例講座	10	2,183	専門・事例講座	10	2,577	基礎講座	2	145	基礎講座	2	126
実務講座	1	37	消費生活相談カード作成セミナー	3	361	消費生活相談カード作成セミナー	3	296	専門・事例講座	10	2,213	専門・事例講座	10	2,222
消費生活相談カード作成セミナー	3	384	専門２日コース（地域開催）	15	1,384	D-ラーニングコース	9	448	消費生活相談カード作成セミナー	3	271	専門講座地域コース	10	821
専門２日コース（地域開催）	8	676	消費生活相談関連業務支援コース〔講師派遣事業〕	12	585	D-ラーニングコースブロック別オンデマンド配信（試行）	18	830	専門講座地域コース	10	1,020	消費生活相談カード作成セミナー	3	252
消費生活相談基礎講座	5	213				専門講座地域コース	10	1,089	消費生活相談関連業務支援コース〔講師派遣事業〕	13	466	消費生活相談関連業務支援コース〔講師派遣事業〕	13	399
消費生活相談に関する学習会への講師派遣事業	10	388				消費生活相談関連業務支援コース〔講師派遣事業〕	12	387	D-ラーニングのための1日研修東京会場コース	5	239	Dラーニング（遠隔研修）オンデマンド配信コース	5	2,547※
3. 消費生活相談員養成講座	22	1,273	3. 消費生活相談員養成講座	21	591	3. 消費生活相談員養成講座	8	274	3. 消費生活相談員研修（遠隔研修）	5	2,894※			
基礎コース	6	258	基礎コース①	5	123	基礎コース①	2	81	D-ラーニング研修オンデマンド配信コース	5	2,894※			
実務コース	6	249	基礎コース②	5	116	基礎コース②	2	69	4. 消費者教育推進のための研修	9	672	3. 消費者教育推進のための研修	11	639
消費生活専門相談員育成支援コース	10	766	実務コース①	5	126	実務コース①	2	68	講師養成講座基礎コース	2	197	講師養成講座基礎コース	4	250
			実務コース②	5	128	実務コース②	2	56	講師養成講座応用編（対象者別コース）	5	374	講師養成講座応用コース（対象者別スキルアップコース）	4	279
			短期コース	1	98				消費者教育学生セミナー	1	57	消費者教育学生セミナー	1	57
									教員を対象にした消費者教育講座	1	44	教員を対象にした消費者教育講座	1	53
												Dラーニング（遠隔研修）オンデマンド配信コース	1	440※
4. 消費者研修	1		4. 消費者研修	1	622	4. 消費者研修	1	635	5. 消費者リーダー研修	1	581	4. 消費者リーダー研修	1	590
全国消費者フォーラム	中止	—	全国消費者フォーラム	1	622	全国消費者フォーラム	1	635	全国消費者フォーラム	1	581	全国消費者フォーラム	1	590
5. 企業研修	8	788	5. 企業研修	8	685	5. 企業研修	2	254	6. 企業職員研修	2	209	5. 企業職員研修	2	205
地域コース	7	571	地域コース	7	499	地域セミナー	2	254	消費者窓口担当者コース	2	209	企業職員１日コース	2	205
消費者問題・企業トップセミナー	1	217	消費者問題・企業トップセミナー	1	186									
6. 教員・学生研修	2	95	6. 教員・学生研修	2	69	6. 教員・学生研修	2	94						
消費者教育学生セミナー	1	56	消費者教育学生セミナー	1	26	消費者教育学生セミナー	1	53						
教員を対象にした消費者教育講座	1	39	教員を対象にした消費者教育講座	1	43	教員を対象にした消費者教育講座	1	41						
						7. 消費者庁職員研修	2	87						
						一般職員向け研修	2	87						
【特記事項】 ・相模原研修施設の廃止が閣議決定。			【特記事項】 ・年度後半より相模原研修施設を撤退し、東京事務所および外部会場で研修を実施。 ・遠隔研修の実証実験を開始。						【特記事項】 ・※はアンケート回答者数（受講者数に含まず）			【特記事項】 ・※はアンケート回答者数（受講者数に含まず）		
合　計	77	6,703	合　計	78	6,971	合　計	82	7,505	合　計	64	6,154	合　計	65	5,787

2015年度			2016年度			2017年度		
コース・講座名	回数	受講者数	コース・講座名	回数	受講者数	コース・講座名	回数	受講者数
1. 消費者行政職員研修	14	566	1. 消費者行政職員研修	13	591	1. 消費者行政職員研修	13	652
管理職講座	3	124	管理職講座	3	148	管理職講座	3	154
職員講座（基礎編）	3	206	職員講座（基礎コース）	4	261	職員講座（基礎コース）	4	224
職員講座（連携編）	2	61	職員講座（広報・啓発）	3	97	職員講座（情報の発信とリスク管理）	2	74
職員講座（実務）消費者教育・啓発担当者コース	2	48	職員講座（相談支援）	3	85	職員講座（相談の支援と体制整備）	2	79
職員講座（実務）相談実務担当者コース	2	61				PIO-NETデータ活用セミナー	2	121
消費生活相談特別講座	2	66						
2. 消費生活相談員研修	59	3,697	2. 消費生活相談員研修	70	4,333	2. 消費生活相談員研修	73	4,496
基礎講座	2	150	基礎講座（基本コース）	2	82	基礎講座（基本コース）	2	117
専門・事例講座	25	1,677	基礎講座（実務コース）	2	160	基礎講座（実務コース）	2	130
専門・事例講座（1泊2日コース）	3	244	基礎講座（フォローアップコース）	2	110	基礎講座（フォローアップコース）	2	74
専門講座　地域コース	10	860	専門・事例講座（２泊３日コース）	27	1,812	基礎講座（基本短縮コースin徳島）	1	53
消費生活相談カード作成セミナー	6	308	専門・事例講座（１泊２日コース）	8	626	専門・事例講座（２泊３日コース）	26	1,904
消費生活相談関連業務支援コース〔講師派遣事業〕	13	458	専門講座　地域コース	10	830	専門・事例講座（１泊２日コース）	11	680
			PIO-NETセミナー	6	292	専門講座　地域コース	12	916
			消費生活相談関連業務支援コース〔講師派遣事業〕	13	421	PIO-NETセミナー	4	229
						消費生活相談関連業務支援コース〔講師派遣事業〕	13	393
3. 消費者教育推進のための研修	13	654	3. 消費者教育推進のための研修	18	610	3. 消費者教育推進のための研修	18	766
講師養成講座 −未経験者・初心者コース−	3	114	講師養成講座（基礎コース）	3	86	講師養成講座（総合）	2	75
講師養成講座−対象者別スキルアップコース−高齢者等対象	3	141	講師養成講座（応用コース）高齢者等対象	3	94	講師養成講座（対象者別コース）幼児〜小学校低学年・保護者対象	1	46
講師養成講座−対象者別スキルアップコース−小中学生等対象	3	168	講師養成講座（応用コース）小中学生等対象	4	101	講師養成講座（対象者別コース）小・中学生等対象	3	99
消費者教育学生セミナー	1	53	講師養成講座（応用コース）教員等対象	2	30	講師養成講座（対象者別コース）高校生・大学生・新社会人等対象	1	70
教員を対象にした消費者教育講座	1	37	親子教室・消費生活展での簡易実験講師養成講座	1	70	講師養成講座（対象者別コース）特別支援学級等に在籍する者対象	1	63
見守りのための消費者教育講座	2	141	専門知識更新セミナー	1	66	講師養成講座（対象者別コース）高齢者・高齢者等を見守る民生委員等対象	2	59
4. 消費者リーダー研修	1	600	消費者教育コーディネーター育成講座	2	57	子ども向け教室・消費生活展での簡易実験のための講座	1	47
全国消費者フォーラム	1	600	消費者教育学生セミナー	1	59	専門知識アップデート講座	1	68
5. 企業職員研修	12	408	教員を対象にした消費者教育講座	1	47	徳島オリジナル消費者教育講座 −アクティブラーニングを活用してエシカル消費を伝える−	1	15
コンプライアンスセミナー	10	360	4. 消費生活サポーター研修	5	159	消費者教育コーディネーター育成講座	2	43
コンプライアンスセミナー地域コース	2	48	地域の見守りネットワーク推進のための講座（消費者行政職員等対象）	3	84	消費者教育学生セミナー	1	75
6. Dラーニング（遠隔研修）	9		地域の見守りネットワーク推進のための講座（地域で取り組む人向け）	2	75	教員を対象にした消費者教育講座	1	53
Dラーニング（遠隔研修）オンデマンド配信コース	9	3,962※	5. 消費者リーダー研修	1	644	教員を対象にした消費者教育講座 in徳島県	1	53
			全国消費者フォーラム	1	644	4. 消費生活サポーター研修	5	257
			6. 企業職員研修	7	229	地域の見守りネットワーク推進のための講座（消費者行政職員等対象）	2	77
			コンプライアンスセミナー	7	229	地域の見守りネットワーク推進のための講座（地域で取り組む人向け）	2	85
			7. Dラーニング（遠隔研修）	10		地域の見守りネットワーク推進のためのシンポジウムin徳島	1	95
			Dラーニング（遠隔研修）オンデマンド配信コース	10	4,578※	5. 消費者リーダー研修	1	638
						全国消費者フォーラム	1	638
						6. 企業職員研修	7	184
						消費者問題に関する企業職員セミナー	6	159
						消費者問題に関する企業職員セミナー in徳島	1	25
						7. Dラーニング（遠隔研修）	12	
						Dラーニング（遠隔研修）オンデマンド配信コース	12	6,225※
【特記事項】 ・相模原研修施設再開。 ・※はアンケート回答者数（受講者数に含まず）			【特記事項】 ・上記のうち、14回を徳島県で試行。 ・※はアンケート回答者数（受講者数に含まず）			【特記事項】 ・上記のうち、14回を徳島県で実施。 ・※はアンケート回答者数（受講者数に含まず）		
合　計	108	5,925	合　計	124	6,566	合　計	129	6,993

2018年度			2019年度		
コース・講座名	回数	受講者数	コース・講座名	回数	受講者数
1. 消費者行政職員研修	10	464	1. 消費者行政職員研修	8	423
管理職講座	1	74	管理職講座	1	78
管理職講座in徳島	1	22	管理職講座in徳島	1	31
職員講座（基礎コース）	2	144	職員講座（基礎コース）	2	148
職員講座（基礎コース）in徳島	1	26	職員講座（基礎コース）in徳島	1	38
職員講座（実務講座）	2	74	職員講座（実務講座）	1	38
職員講座（実務講座）in徳島	1	14	職員講座（実務講座）in徳島	1	19
PIO-NETデータ活用セミナー	2	110	PIO-NETデータ活用セミナー	1	71
2. 消費生活相談員研修	77	4,324	2. 消費生活相談員研修	68	3961
基礎講座（基本コース）	2	87	基礎講座（基本コース）	2	93
基礎講座（実務コース）	2	80	基礎講座（実務コース）	1	68
基礎講座（フォローアップコース）	2	58	基礎講座（フォローアップコース）	1	47
基礎講座（基本短縮コースin徳島）	1	26	基礎講座（基本短縮コースin徳島）	1	29
主任・リーダー相談員研修	1	39	主任・リーダー的な役割を担う相談員向け研修 －相談窓口の円滑な運営、連携に向けて－	中止	—
専門・事例講座	24	1,513	専門・事例講座　※1	17	1,075
専門・事例講座（1泊2日コース）	17	1,144	専門・事例講座（1泊2日コース）	24	1,595
専門講座　地域コース	12	772	専門講座　地域コース	10	625
PIO-NETセミナー	3	175	PIO-NETセミナー	2	135
消費生活相談関連業務支援コース 〔講師派遣事業〕	13	430	消費生活相談関連業務支援コース 〔講師派遣事業〕	10	294
3. 消費者教育推進のための研修	13	549	3. 消費者教育推進のための研修	22	797
講師養成講座[基礎コース] －基礎を中心に若者向け・高齢者向けの講座実施を目指す－	1	60	講師養成講座[基礎コース] －基礎を中心に若者向け・高齢者向けの講座実施を目指す－	2	67
講師養成講座[基礎コース] －基礎を中心に若者向け・高齢者向けの講座実施を目指す－in徳島	1	27	講師養成講座[応用コース] －若年者（小・中学生を中心に）への講座実施に向けて－	1	55
講師養成講座[応用コース] －幼児・小学生への講座実施に向けて－	1	39	講師養成講座[応用コース] －若年者（高校・大学生を中心に）への講座実施に向けて－	2	79
講師養成講座[応用コース] －中学生・高校生への講座実施に向けて－	1	73	講師養成講座[応用コース] －高齢者及び見守り関係者への講座実施に向けて－	1	34
講師養成講座[応用コース] －高齢者・軽度な知的障がい者、及び見守り関係者への講座実施に向けて－	1	46	消費者教育学生セミナー	1	51
消費者教育学生セミナー	1	44	教員を対象にした消費者教育講座（地域コース）	2	70
教員を対象にした消費者教育講座	1	39	教員を対象にした消費者教育講座 （教員免許更新講習）	5	187
教員を対象にした消費者教育講座in徳島	1	19	消費者教育コーディネーター講座in徳島 －最近の取組報告および情報交換を中心に－	中止	—
教員を対象にした消費者教育講座in東京	1	47	消費者教育コーディネーター講座（地域コース）	2	36
消費者教育コーディネーター育成講座	1	23	消費者教育推進研修支援コース（講師派遣事業）	4	145
消費者教育コーディネーター育成講座in徳島	1	12	若者と共に考える消費者トラブル防止のための 消費者教育講座	1	22
若者における消費者トラブル防止のための啓発講座	1	50	専門知識アップデート講座	1	51
専門知識アップデート講座	1	70			
4. 消費生活サポーター研修	4	151	4. 消費生活サポーター研修	4	143
地域の見守りネットワーク推進のための講座	1	43	地域の見守りネットワーク推進のための講座	1	41
地域の見守りネットワーク推進のための講座in徳島	1	27	地域の見守りネットワーク推進のための講座in徳島	1	16
地域の見守りネットワーク推進のための講座 （地域で取り組む人向け）〈1日コース〉	1	55	地域の見守りネットワーク推進のための講座 （地域で取り組む人向け）〈1日コース〉	1	50
地域の見守りネットワーク推進のための講座 （地域で取り組む人向け）in徳島〈1日コース〉	1	26	地域の見守りネットワーク推進のための講座 （地域で取り組む人向け）in徳島〈1日コース〉	1	36
5. 消費者リーダー研修	1	650	5. 消費者リーダー研修	中止	—
全国消費者フォーラム	1	650	全国消費者フォーラム	中止	—
6. 企業職員研修	4	420	6. 企業職員研修	2	160
消費者問題に関する企業職員セミナー	4	420	消費者問題に関する企業職員セミナー	2	160
7. Dラーニング（遠隔研修）	12		7. Dラーニング（遠隔研修）	12	
Dラーニング（遠隔研修） オンデマンド配信コース	12	5,661 ※	Dラーニング（遠隔研修） オンデマンド配信コース	12	4,318 ※2
【特記事項】 ・上記のうち、14回を徳島県で実施。 ・※はアンケート回答者数（受講者数に含まず）			【特記事項】 ・上記のうち、13回を徳島県で実施（予定14回）。 ・新型コロナウイルス感染拡大の影響で5回を中止。 　そのうち、※1は中止2回（予定19回）。 ・※2はアンケート回答者数（受講者数に含まず）		
合　計	121	6,558	合　計	116	5,484

「消費生活相談員資格試験」「消費生活専門相談員資格認定試験」受験申込者数及び認定者数の年度別推移

年　度	受験申込者数（名）	認定者数（名）
1991年度	1,279	— ＊1
1992年度	582	630
1993年度	541	309
1994年度	568	256
1995年度	508	232
1996年度	558	179
1997年度	548	158
1998年度	672	142
1999年度	701	171
2000年度	533	174
2001年度	782	379
2002年度	635	157
2003年度	805	182
2004年度	780	181
2005年度	890	204
2006年度	869	248
2007年度	754	159
2008年度	749	233
2009年度＊2	1,563	354
2010年度	1,580	359
2011年度	1,137	249
2012年度	1,158	275
2013年度	902	200
2014年度	845	210
2015年度	909	188
2016年度＊3	1,714	735
2017年度	1,551	539
2018年度	1,298	279
2019年度	1,108	325

「消費生活相談員資格試験」累計合格者数（名）	1,878
「消費生活専門相談員資格」累計認定者数（名）	6,772

＊1　1991年度より試験を実施しているが、認定は1992年度から。
＊2　2009年度から消費生活相談員養成講座修了試験は廃止した。
＊3　2016年度から「消費生活相談員資格試験」を「消費生活専門相談員資格認定試験」と兼ねて実施している。

国民生活センター年表

※左側は国民生活センターの活動等、右側は消費者問題、消費者行政の動き等

1970年

		1.21	消費者五団体「チクロ追放消費者大会」でチクロ入り食品不買を決議
3.12	国民生活センター法案第63国会へ、内閣から提出	1.28	農林省、飼料作物へのBHCとDDTの使用を禁止
4.10	国民生活センター法案、附帯決議とともに衆議院本会議で可決	2.10	厚生省、スモン病で初の全国実態調査結果を公表
4月	国民生活研究所内に「企画研究会」を設置	2.20	通産省、電子レンジの極超短波漏えい調査結果を公表
5.12	国民生活センター法案、附帯決議とともに参議院本会議で可決	4.20	日本自動車ユーザーユニオン発足
5.23	国民生活センター法（法律第94号）公布	4.21	厚生省、牛乳中のBHC残留量を公表
7. 6	経済企画庁国民生活局が「国民生活センター設立スケジュール」を作成「国民生活センター設立準備室」発足	5.13	JAS法改正
		6.28	IOCU第六回世界会議、オーストリア、バーデンで〝知は力なり"をテーマに開催
8.10	衆議院、物価問題特別委員会「消費者行政の推進等に関する決議」を行う	7月	「主婦連合会」、アイスクリーム検査、7害が異種脂入りと発表
9. 3	国民生活センター設立委員21名の発令、理事長昌谷孝を公表	8. 7	「地域婦人団体連合会」、カラーテレビの二重価格調査公表
9.11	ホテルニューオータニで第1回設立委員会	9. 7	厚生省、キノホルムの販売中止措置
9.28	第2回設立委員会で、準備作業終了	9.11	消費者5団体、カラーテレビ不買運動を決める
10. 1	国民生活センター発足。港区赤坂「ニュー新坂ビル」で業務開始。一般消費者からの相談受付開始 政府から現物出資、宅地1,434㎡が行われる	10.22	消費者5団体、松下電器全製品ボイコットを決議し、不買運動開始
10. 3	国民生活センター事務所建設第1期の工事受託契約締結	11. 2	日本消費者連盟創立委員会、ブリタニカ商法告発
12. 7	運営協議会の最初の委員28名を会長を任命	11.19	国生審、「消費生活に関する情報の提供および知識の普及に関する答申」
12. 8	第1回運営協議会「昭和45年度国民生活センターの事業計画（案）」を審議	11.27	通産省、公取委、カラーテレビの二重価格問題について業界に警告

1971年

1. 8	政府からの現物出資分宅地、1,434㎡を分筆登記	1.30	消費者8団体、全国婦人の集いで化粧品･洗剤など再販商品のボイコットを申し合わせる
2. 3	相談部、法律相談を開始	2. 8	家電各社、カラーテレビ値下げを発表
		2.27	農林省、野菜・飼料作物への有機塩素系農薬の使用を禁止
3.23	第2回、運営協議会	4. 3	主婦連「果実飲料等の表示に関する公正競争規約」に不服申し立て
4.30	『国民生活』（月刊）創刊	5. 1	農林省、DDTは全面禁止、BHCは林業以外使用禁止
6. 1	国民生活センター事務所、第2期工事契約を結ぶ	5.10	「旅行業法」改正
7.20	企画室（部内限り）発足 第3回運営協議会開催	6. 5	消費者八団体、7～9月の3ケ月を再販制度追放月間と決定
7.25	「第1回国民生活センター全国連絡会議」を東京農林年金会館に於て開催（26日まで）	7. 1	環境庁発足
9.25	9月～12月迄、TV「あなたとくらし」をTBSをキィに全国33局ネットで提供開始	8. 3	産構審、「消費者安全対策小委員会」を設置
10.15	政府からの現物出資、1,841.52㎡が分筆登記	8. 4	栄養改善普及会、ユニットプライス運動進める
10.24	海外生活事情研修（第1回）出発	10. 1	日本玩具協会、STマークを実施

10.10	10月～12月迄、ラジオ「くらしの豆知識」をTBSをキィに全国10局ネットで提供開始	10月	この頃、消火器の訪問販売で問題続出
		11.24	日米消費者会議開催
		12.15	「宅地建物取引業法」改正
		12月	過剰包装追放運動ひろがる
1972年			
2.25	第2回国民生活センター全国連絡会議開催	1.11	東京都羽村町の婦人会、防腐剤AF2ぬきの「安全豆腐」運動を始める
3月	「くらしの豆知識」創刊	1.26	灘神戸生協、ユニットプライスを実施
3.16	第5回運営協議会	2.24	通産省、PCBの家電製品への使用禁止を業界へ通達
3.31	国民生活センター事務所の引渡し手続き完了	4. 1	都衛研、東京湾のPCB汚染、世界最高濃度（137ppm）測定
7. 1	試験室発足	4.25	消団連、「PCB追放大会」開催
7.16	新事務所へ移転を終わる	5.30	景品表示法改正
7.17	東京都港区高輪の国民生活センター事務所で業務開始	6.16	「割賦販売法」改正
7.25	「第2回全国連絡会議を東京農林年金会館に於て開催	7. 7	チューインガム業界、フタル酸エステルの使用を中止
7.28	第6回運営協議会	7月	この頃、SF商法で苦情続出
7月	常設展示開始	8. 1	製品安全センター発足
10. 1	「試験室」テスト業務を開始	8.26	主婦連、第7回IOCU世界会議で再販廃止決議を提案採択
10. 7	「国民生活センター会館竣工披露会」を行う	10月	この頃、台風20号でプレハブ住宅の被害続出
10.23	経済企画庁記者20名と、理事長、他役員が懇談	11. 7	第11回全国消費者大会開催（8日まで）
10.25	新聞や及び放送記者、「家庭記者会」を招き、理事長、全役員、職員代表と意見交換		
12.13	運営協議会委員懇談会		
1973年			
		1.19	消費者5団体と消費者連盟「石油タンパク検討会」で飼料化反対を申し合わせ
2.20	電子計算機を導入、運用開始	2.27	国生審、「サービスに関する消費者保護について」答申
2.22	第3回全国連絡会議を新設国民生活センター事務所で開催（23日まで）	3. 5	三重大三上教授、ABSは肝臓などの障害をおこすと発表
3.20	第7回運営協議会	3.19	公取委、無果汁飲料等の表示の基準を定める
3月	電算機による生活相談事例検索業務等開始	3月	大手商社の買占めに批判高まる
5.15	主要紙の消費者問題担当論説委員を招き、事務所施設を案内、理事長以下役員が懇談	4.10	千葉ニッコービフェニール混入事件
5.30	消費者保護基本法制定、5周年記念生活講演会及び消費者関連資料展開催（6月16日まで）	5. 8	計量法改正
6.28	朝日紙上に連載1周年を期した「くらしの相談この一年」のまとめ記事を載せる	5.14	国生審、消費者被害救済の諸制度の検討開始
7	国民生活センター事務所竣工（港区高輪）	6. 6	「消費生活用製品安全法」公布
7.25	第8回運営協議会	6. 9	消団連、PCB汚染魚の追放を水産庁に申し入れ
8. 1	企画室発足	7. 2	経企庁物価局発足
9.26	「不良品一覧」公表	8.31	朝日新聞、大阪版夕刊「トイレットペーパーを二年分買いだめした主婦の話」を報じる
11月	石油危機によるトイレットペーパー、洗剤等もの不足の問い合わせでセンター中の電話がパンク状態となる	9.15	国立遺伝学研究所の遺伝研究グループ、AF2防腐剤に関する研究結果発表
		9月	主婦連、欠陥プレハブ住宅被害者集会開催
		10.12	「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」公布
12. 3	「くらしの10大ニュース」最初の記者発表行う	10.18	公取委、再販許容品目大幅縮小
12.11	テレホンサービス「消費者ダイヤル」開始	11. 1	厚生省、サッカリン使用基準の改正を告示

12月	物不足騒ぎに対応した報告書「生活物資の需給および価格動向」をまとめる	11. 2	尼崎市の生協店舗で、主婦が買いだめに殺到し、重傷者が出る騒ぎ
12月	消費生活相談員専門研修講座開始	12.22	「生活関連物資等の買占め及び売り惜しみに対する緊急措置に関する法律」改正、「国民生活安定緊急措置法」公布
1974年			
1.28	東京新聞「こちら消費者相談室」、「相談コーナー」欄、月1回ないし隔月連載開始	1. 1	通産省は再度洗剤の3倍増産を業界に指示
1月	消費者センターと緊急生活情報連絡用にテレファックス設置相談部、健康相談を開始	2. 4	経企、厚生、農林、通産4省庁で、物価対策本部発足
2.14	第4回全国連絡会議（15日まで）	2. 5	公取委、石油元売り12社と石油連盟に対し、48年秋の大幅値上げはヤミ価格協定と破棄勧告（15日に石油12社などは勧告を受諾）
		5. 1	公取委、商品の原産国表示の基準を定める
		5.18	「日本消費者連盟」発足（同連盟創立委員会を発展的解散）
		5.31	「神戸市民のくらしをまもる条例」公布
		6. 1	厚生省、塩ビ使用のスプレー式殺虫剤の製造販売中止、回収措置
7.17	第10回運営協議会	7. 4	建設省、BL（ベターリビング）マーク制度を告示
		7.29	消費者34団体、AF2を追放する総決起大会開催
8. 1	政府からの現物出資分土地、82.32㎡追加	8.22	厚生省、AF2使用の即時禁止（9月1日から製造禁止、9月中に回収する事を通達）
10月	消費者モニター全国大会開催	9. 9	奪われたものを取りかえす消費者の会、灯油訴訟提起（11月主婦連、鶴岡生協も続く）
11月	商品比較テスト開始	11. 7	第13回全国消費者大会開催
		12.16	産構審、「マルチ商法・訪問販売など特殊販売について」答申
1975年			
1月	消費生活相談員養成講座開始	2. 7	公取委、マルチ商法のホリディマジック社を立入検査
2.18	試験室、比較テスト結果第1号「ガステーブル」を発表	2.13	「マルチ商法被害者対策委員会」を結成
2.19	第12回運営協議会「危害情報システムについて」の事業案を審議	2.19	大阪消費者友の会、神戸市消費者協会「歯の苦情110番」を設置
2.27	全国消費生活センター所長研修、連絡会議（28日まで）	3. 1	厚生省歯科医療に関する苦情相談について都道府県へ通知
3.12	試験室が通産省消費経済課と懇談会	3. 3	銀行を告発する会、「銀行被害110番」を開設
		3月	消費者24団体、「公共料金、消費者物価値上げ反対国民中央集会」開催
		3.24	IOCU第8回世界会議、オーストラリア、シドニーで、〝国連に対する消費者保護のモデルコードの提出"をテーマに開催、第3代会長にウィリィファン・リジェクヘム
4月	「危害情報シート」を採用、情報回収の効率化と情報提供機関の飛躍的拡大を目指す	5.13	食品衛生調査会、サッカリンの暫定使用基準を緩和
6. 1	企画調整室発足	6.20	文部省、学校給食パンに添加のリジンは安全と都道府県に通達
		6.26	消費者21団体、「サッカリン追放連絡会」結成集会開催

7.11	第13回運営協議会	7. 3	消費者団体、「リジン添加阻止全国集会」を開催、文部省に要望書提出
8月	報告書「物不足騒ぎ」をまとめ、関係機関へ配布	7.25	「飼料の安全性の確保及び品質の改善に関する法律」改正
9. 9	マスコミ取材記者を招いて役職員が懇談会	8月	大阪府消費者団体連合会、「化粧品110番」を設置
		10.18	東京都衛研、市販容器から危険濃度をこえる塩ビモノマー検出
12.25	国民生活センター事務所内で初の記者発表	11. 6	第14回全国消費者大会開催（7日まで）
		12.27	科学技術庁、「塩化ビニールに関する特別研究」結果公表
1976年			
		1. 9	アメリカFPA赤色2号の使用中止
2.18	「全国消費生活センター所長研修連絡会議」（19日まで）	1.20	消費者団体、塩ビ食品容器の不買運動をおこす
3. 5	第14回運営協議会	3.24	厚生省合同研究班、合成洗剤に「催奇形性なし」と結論
4. 1	情報管理部発足	5.18	WHO、禁煙教育を決議
		6. 4	「訪問販売等に関する法律」公布
		6月	7省庁、ネズミ講対策各省連絡会発足
7.15	「危害情報オンラインシステムの研究会」第1回会議（年度内に7回の検討会を持つ）	6.16	厚生省、「母乳汚染状況調査結果」公表
7.28	第15回運営協議会	7.14	東京都衛研、ポリプロピレン製食器からBHT（酸化防止剤）を検出
8. 6	経済企画庁国民生活局、「国民生活センターの商品テスト機能について」の説明資料作成	8. 1	大阪、神戸消費者の会、歯科医療に対する苦情受付「苦情110番」を開設
8.25	商品テスト施設の構想を経済企画庁が大蔵省へ説明	10.27	国生審消費者保護部会、「消費者被害の救済について（中間報告）」公表
		10月	欠陥住宅問題化
9. 7	危害情報室、「危害発生速報」創刊	10. 5	全国地婦連、無公害歯磨を開発
		11.10	第15回全国消費者大会開催（11日まで）
12月	危害情報室、最初の『危害情報報告書』を出す	12月	サラ金被害問題続出
1977年			
1月	「国民生活センターの「研修テスト施設」（仮称）について」の文書を作成	1.18	東京スモン訴訟に和解案
2.16	「全国消費生活センター所長研修連絡会議」（17日まで）		
3. 1	第16回運営協議会		
4. 1	危害情報室（部内限り）発足		
5.末	「うまい話にご用心―ネズミ講の正体と落し穴」のリーフレットを発行	5. 1	厚生省、カビ防止剤OPP使用許可
6月	月刊『くらしの危険』創刊	5.13	消費者団体、第1回OPPボイコット集会開催
9. 2	「テスト、研修施設」の用地問題、神奈川県側から、新施設に対する「好意的態度」が示される	6. 3	独禁法改正
9.21	第17回運営協議会	6月	国生審消費者政策部会、「昭和50年代の消費者保護のあり方について（中間とりまとめ）」公表
9.27	「テスト研修施設」の総額40億円の第1期実施計画まとまる	7.16	化粧品公害被害者の会、損害賠償訴訟をおこす
10月	10月から78年2月にかけて、最初の共同比較テスト「即席めん類」を対象品目に実施	9.19	東京高裁、松下電器ヤミ再販損害賠償請求事件で損害額を認定できる証拠なしとして棄却

11. 1	昌谷理事長、衆議院決算委員会へ参考人として出席	11. 7	消費者団体、円高差益還元を要求
11. 4	昌谷理事長が相模原市長を訪ね、用地問題に関する「要望書」を手渡す	11.10	第16回全国消費者大会開催（11日まで）
11. 5	神奈川新聞に、昌谷理事長の協力要請に対して、市長が極めて難しいと答えたと報ずる		
11.18	神奈川市民会議で新施設計画に関する報告が市側からなされる		
11月	相談部、住宅相談を開始		
12. 2	国有財産関東地方審議会で、国民生活センターのキャンプ渕野辺跡地利用を了承	12. 3	「国民生活センター消費生活相談員養成講座修了者の会」結成総会
12. 6	全国消費生活センター所長研修連絡会議(7日まで)	12.14	インチキ健康食品の広告掲載で実業之日本社など6社摘発
12.27	関東財務局による国民生活センター用の敷地の特定が行われる		
1978年			
1.21	「商品テスト･研修施設」の用地について、普通財産売払申請書を大蔵大臣宛提出(3月24日に認可)	1.22	経企庁､「欧米の消費者被害救済制度」調査報告書公表
2.22	第18回運営協議会	2.17	経企庁、消費者被害調査結果公表
3.24	77年度分の用地取得費として政府から7億3千6百万円の現金出資	3.14	最高裁、ジュース裁判で一般消費者に景表法に基づく不服申立資格なしとして主婦連の上告棄却
4. 1	総務部危害情報室発足研修、テスト施設建設準備室が部内限りで発足	5.30	第1回「消費者の日」
6.15	全国消費生活センター所長研修連絡会議開催（16日まで）	7. 9	IOCU第九回世界会議、イギリス、ロンドンで〝エネルギー問題〟を中心に開催（14日まで）
7.22	相模原市議会全員協議会で舘盛市長は､「施設建設を受け入れるべきではないか」との方針を示す	7.30	「サラ金問題を解決する会」結成大会開催
8. 3	相模原市民協議会、市長方針を承認し、センターの受け入れを了承する	8. 1	消費者団体29団体、TBZの使用された輸入果実の不買運動を決定
8.31	政府からの現物出資で「テスト、研修施設」の用地取得完了	8.22	厚生省、食品添加物にTBZを許可
9. 8	国民生活審議会消費者政策部会が「危害情報の収集、提供システムのあり方について（中間報告)」を公表する	8月	この頃、サラ金被害続出
9.20	相模原市長の条件付き「同意書」届く	9. 8	産構審「耐久消費財の品質保証のあり方について」答申
10. 1	小島英敏理事長就任	9月	この頃、照射の粉末野菜を使用したベビーフード市場に出回る
10月	病院からの危害情報収集が本格的に開始	9月	この頃、一般消費税に反対運動が強まる
11.28	運営協議会委員懇談会開催	11.10	第17回全国消費者大会開催
11.30	第1回全国研修集会開催（12月2日まで）	11.11	「無限連鎖講の防止に関する法律」公布
11月	建物の基本設計「マスタープラン」を役員会で基本的に承認		
1979年			
1.12	商品テスト、研修施設の建設に関る開発協定に関して、相模原市と打ち合わせを行う		
1月	相談部、自動車相談を開始		
1.31	地元の高根・弥栄地区自治会連合へ説明と意見聴収		

2.15	建設実行計画をまとめる	3. 1	日消連「化粧品被害110番」開設､化粧品の被害を受け付け（3日まで）
3.24	「商品テスト､研修施設」プレハブ建て､現地事務所を設置	3.28	アメリカ、スリーマイル島原発事故発生
4. 9	「テスト誌発行準備計画（案）」が成る	3月	原子力発電の安全性に不安高まる
4.19	「商品テスト、研修施設」宿泊棟の建築に着手	4.14	「薬害防止のための京都国際会議」開催（18日まで）
4.27	「商品テスト､研修施設」商品テスト棟の建築に着手	4.23	通産省、自販機を割賦販売法の指定商品とする
4月	普及部、研修準備室設置	4月	都地消連、子どもの欠陥商品展の開催と子供商品110番を開設
6. 7	全国消費生活センター所長会議（8日まで）	6.22	「エネルギーの使用の合理化に関する法律」公布
6.11	試験室､「みそ」の比較テスト結果を発表、ダニ等の検出が話題を呼び､相談部に236件の関連苦情、相談が殺到	6月	この頃、灯油価格の上昇はじまる
7.19	「商品テスト誌発行準備委員会」「同事務局」を設置	9.25	国生審消費者政策部会､「危害情報の収集、提供システムのあり方」等5件の報告を内容とする意見を公表
10. 1	試験室改組・商品テスト部発足、研修部発足、同部内に教務課設置	10.16	滋賀県､「琵琶湖の富栄養化の防止に関する条例」公布
10. 2	第21回運営協議会	10. 1	薬事法改正、医薬品副作用被害救済基金法公布
10.26	中日新聞「暮しの中の危険」欄、連載開始	10月	金の先物取引で被害続出
12.28	電算機新機種切替え、生活相談事例検索ネットワークシステム運用テスト実施（1月14日まで）	11. 8	第18回全国消費者大会開催（9日まで）
12月	テレファックス「新ネットワーク」に切替え		

1980年

1.30	職員の「商品テスト、研修施設」見学会を催す（31日と両日）	1. 6	IOCU､香港で国際セミナー「法律と消費者」を開催（10日まで）
2.14	関係職員の「商品テスト、研修施設」への移転作業開始（23日にほぼ終了）	2.15	子どものためのCM連絡会結成、この頃こどものためのテレビコマーシャル規制要求高まる
2.19	「商品テスト､研修施設」3棟の引渡しが行われる	2.20	厚生省、過酸化水素使用基準の改正を告示
2.29	「商品テスト､研修施設」機械設備、電気工事の引渡しが行われる	5.21	「宅地建物取引業法」及び「積立式宅地建物販売業法」改正
3. 1	「商品テスト・研修施設」業務開始	5.27	情報提供に関する改善措置等について閣議了解
3月	危害情報の最初のオンライン、端末機を大森赤十字病院に設置	6.13	国生審消費者政策部会､「短期海外研修ツアーの適正化について」報告
4. 1	商品テスト誌出版室、発足	7.24	通産省､「消費生活アドバイザー制度」を告示
4.21	午前11時30分から「商品テスト、研修施設」の講堂で竣工披露式を行う	7月	「マンション問題で行動する会」が東京で結成
4月	テスト技術職員研修、一般コース開始	9.25	日消連、三輪車の比較テストで問題ありと発表
6.19	「商品テスト誌の発行企画」を作成	9.26	石油ヤミカルテル刑事事件、東京高裁が有罪判決
9.24	テスト技術職員研修、特殊コース開始	10.16	消費者関連専門家会議（ACAP）設立
12. 1	『たしかな目』創刊準備号を2千部発行	11. 6	第19回全国消費者大会開催（7日まで）

1981年

1.末	『たしかな目』創刊準備号、2千部を増刊		
2.20	『たしかな目』創刊号、2万部発行		
4. 2	行政庁と業界に宛てた最初の要望　事例「幼児が自転車の荷台に乗せられていて、車輪に足を巻き込まれて負傷する事故について」	3.31	石油ヤミカルテル民事事件判決（鶴岡）
4.20	「危害危険原因速報」が発行開始	4. 1	第1期消費生活アドバイザー認定、登録
		4. 9	日消連、歯科110番を開設（11日まで）
		4.27	厚生省、プロピレングリコールの使用基準を設定

		6.22	IOCU第10回世界大会をハーグで開催。消費者被害を防ぐ国際監視体制を提言
		7.10	臨調「第1次（緊急）答申」を行い「行政の見直しによる支出の削減合理化」を求める
		9月	商品取引所の上場商品として金を追加
		10.21	東京弁護士会、食品安全基本法を提案
		11. 3	日本消費者教育学会創立
		11.13	国生審消費者政策部会、「消費者取引に用いられる約款の適正化について」報告
		11.12	第20回全国消費者大会開催（13日まで）
		12. 4	同部会、「製品関連事故による消費者被害の救済について」及び「消費者信用情報機関の適正な運営について」報告
1982年			
		2.20	日本弁護士連合会「食品衛生法の改正を求める意見書」を厚生省に提出
3月	商品テスト第2号棟完成、電波音響機器設備が整備される	2月	厚生省、ナイロン製の器具、容器包製等4規格を設定（告示）
4月	情報管理部「国民生活センターにおける消費生活情報オンラインシステム研究委員会報告書」をまとめる	4.16	旅行業法の一部改正（公布）
		5. 3	全国サラ金被害者連絡協議会結成
		5月	この頃、金の現物まがい商法横行
5月	『たしかな目』商標登録	5.20	建設者、宅地建物取引の標準媒介契約約款を制定（告示）
		6. 4	IOCUファザール会長、有毒殺虫剤の無差別散布を阻止する国際的運動開始を発表
		6.10	公取委、「おとり広告に関する表示」を、不当な表示として指定（告示）
		6.12	合成洗剤追放全国連絡会、土浦市で「合成洗剤追放霞ヶ浦シンポジウム」開催（13日まで）
7. 9	「ノックダウンゲーム機による骨折事故の防止について」関係機関へ要望	7. 9	「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」（公布）
7.21	「家庭内階段による転落等の事故防止」関係機関へ要望	8. 2	厚生省、臭素酸カリウムの使用基準等を改正（告示）
		9.13	高松高裁立替金請求控訴事件判決
		9.30	厚生省、アレルギー成分無表示化粧品の販売禁止・10月から成分表示の義務付け
10. 1	有賀美智子会長就任		
10.16	「乳幼児歩行器による事故の防止について」関係機関へ要望	10月	IOCU、「コンシューマー、インターポール、フォーカス」創刊
		11.11	第21回全国消費者大会開催
1983年			
		2.14	運輸省標準旅行業約款の告示（7月1日以降使用）
3.14	臨調は、「行政改革に関する第五次答申―最終答申―」を出し、国民生活センターの中核機能純化を提言する	3.23	農水省、「海外商品取引110番」を食品流通局商業課に設置
4. 1	事業予算の減額始まる	4. 6	IOCU日本国際セミナー「健康・安全と消費者」をテーマに埼玉県嵐山町で開催（9日まで）
		4.14	徳島、IOCUのシンポジウム「いのちの尊厳と医薬品」開催
		4月	この頃サラ金被害続出
5.20	全国消費生活センター所長会議（21日まで）	5.13	いわゆるサラ金規制法公布（11月施行）

7. 5	ニューメディア研究会発足（12月まで）	5月	この頃、東北地方を中心に新型ネズミ講発生
8月	リーフレット「サラ金被害を防ぐために」を51万1千部発行	8.27	食品に含まれる添加物78品目の物質名表示の義務付け
		9月	水銀乾電池回収問題発生
10.21	第29回運営協議会	10.17	商品取引所の上場商品として、金に銀・白金を加え、貴金属として指定
10月	全国統一の「相談分類要領」作成		
11月	国民生活センター労働組合「業務問題検対委員会中間報告」を作成	11.10	第22回全国消費者大会開催
		12. 9	国生審消費者政策部会「店舗外における消費者取引の適正化について」報告
1984年			
1月	電算機漢字処理システム導入	1.19	消費生活相談員・修了者の会が「全国消費生活相談員協会」と名称変更
2.23	企業消費者問題トップセミナー開始	2. 8	「消費者行政サミット」(9大都道府県主催) 開催
3.28	第30回運営協議会開催	2.24	石油ヤミカルテル事件有罪判決（最高裁）
3月	全国統一の消費生活相談カード実施	3.29	国生審消費者政策部会「消費者取引に用いられる約款の適正化について」報告
3月	国民生活センターの記者クラブ「消費生活問題研究会」結成	4.28	経企庁「健康食品」の販売等に関する総合実態調査公表
4月	「商品テスト企画会議」発足	5.11	「割賦販売法」改正（12月施行）
4月	全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)を運用開始	5月	キャプテンシステム認可（11月実施）
5. 8	全国消費生活センター所長会議	7.14	悪徳商法被害者対策委員会、苦情激増の〝マルチまがい商法〟告発集会
6月	『消費生活相談緊急情報』創刊	7.18	東京、国民生活センター大会議室で、アンワー・ファザールIOCU会長来日記念講演（日消連主催）
7.25	リーフレット「健康食品を過信していませんか」発行	7月	福岡県春日市「個人情報保護条例」可決（10月施行）
10月	消費生活情報オンラインシステム運営開始	10. 1	厚生省「健康食品対策室」発足
		10. 3	生産者、乳業関係者、消費者団体など、LL牛乳要冷蔵規定撤廃に反対する緊急総決起集会
11月	キャプテンシステム商用化で、情報提供開始	11. 8	第23回全国消費者大会
		11.27	OECD「消費者利益と国際貿易に関するシンポジウム」開催
12. 4	「台湾製化粧クリームから水銀が検出された件について」関係機関へ要望	11.30	農水省「消費者の部屋」開設
		12. 9	第11回IOCU世界大会で国連消費者保護ガイドラインの採択を要請する決議を採択
1985年			
		1月	「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」に基づきロンドン・ニューヨーク等8市場を追加指定
2. 3	幼児の自宅風呂における溺死・溺水事故の防止について」を関係諸機関へ要望	2.21	悪徳商法被害者対策委員会他、マルチまがい商法のベルギーダイヤモンド社を独禁法19条違反で公取委に申告
2.18	「ベビーフェンスによる幼児の手指切断事故の防止について」を関係諸機関へ要望	3.26	石油ヤミカルテル民事事件判決（仙台高裁）
3.19	商品テスト・研修施設で初の「全国商品テスト企画会議」開催（20日まで）	4.22	国生審消費者政策部会「情報化時代の消費者政策について」報告
4.17	商品テスト部、比較テスト結果「健康食品」を発表、衛生・効果の虚偽を指摘、反響を呼ぶ	5. 9	通産省「訪問販売トラブル情報提供制度」発足
5.15	全国消費生活センター所長会議（16日まで）	6.14	大阪地裁、豊田商事本社を仮差押え
6.28	豊田商事関連110番（特設相談）実施（8月31日）生活文化講座開始		

		6.15	兵庫県警他は、外為法違反の疑いで、豊田商事大阪本社を捜索
		6.25	通産省と各地通産局、豊田商事グループの被害者から電話相談に応ずる「豊田商事110番」設置
		7.25	オーストラリア産等のワインからジエチレングリコール検出、厚生省販売自粛を要請
7.23	リーフレット「お年寄りのみなさん悪徳商法にひっかからないように」を100万部以上発行	7.25	EC閣僚理事会無過失賠償責任制度への移行に関する指令を採択
		7.30	「市場アクセス改善のためアクションプログラムの骨格」決定
		9.13	運輸省、標準宅配便約款を制定（告示）
11月	商品テスト部､「苦情処理テスト結果速報」を創刊	11. 1	経企庁「消費者問題国民会議」開催（名古屋、福岡、仙台、東京（12月）
		11. 7	第24回全国消費者大会
		12.23	運輸省「モデル宿泊約款」の制定
1986年			
1.10	リーフレット「市場開放と私たちのくらし」発行	3.27	イタリー製ワインにメチルアルコール混入、約1千本を西ドイツが押収
3月	「消費者判例情報システムに関するヒヤリング報告」まとまる	3月	海外（金融）先物取引会社の破産、事務所閉鎖相次いで発生
3.31	「危害情報室」を廃止し、「相談、危害情報部」に統合、「商品テスト誌出版室」を廃止し、「普及部」に統合（各4月1日付）	4.26	チェルノブイリ原子力発電所(ソ連)で爆発事故
		5.23	「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」の制定
4.25	全国消費生活センター所長会議（26日まで）「危害危険発生速報」No.1発行	5.26	カネミ第2陣控訴審判決（福岡高裁）
		5.27	「有価証券に係る投資顧問業の規制に関する法律」の制定
		5.15	運輸省「標準トランクルームサービス約款」制定（告示）
7月	「PIO-NET」の略称を決める	6. 5	生鮮野菜から、食品添加物が検出されたことについて厚生省が添加物の適正使用について指導
		9.22	国生審「学校における消費者教育について」教育課程審議会に要望
10. 1	喜多村治雄理事長就任	10.19	運輸省「標準引越運送、取扱約款」の制定(告示)
		10.	抵当証券会社の倒産が相次いで発生
11月	「消費者被害早期警戒情報」の開発研究を開始	11.12	第25回全国消費者大会
11月	リーフレット「〝もうかります〟にご用心」発行	11月	経企庁「消費者問題国民会議」開催（札幌、広島、金沢、東京（12月））
12. 1	抵当証券､先物取引等消費者110番（特設）実施（6日まで相談）	12.12	国生審消費者政策部会「消費者信用における金利等の弾力化等について」意見公表
		12.19	国生審サービス化委員会「新しいサービス取引における消費者保護について」報告
1987年			
1月	リーフレット「サービス、トラブル」発行	1月	「海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律」でニューヨーク､シカゴの2市場を追加指定
2.24	「今後の業務運営の指針」を作成	2.13	「霊感商法被害救済担当弁護士連絡会」結成
3月	「簡易テストマニュアル」を作成	2.27	全国消費団連主催､「売上税反対、消費者、市民決起大集会」開催、全国から1万人参加
3.12	「日焼け灯による皮膚障害の防止について」関係各機関へ要望		

		3. 7	日消連など5団体、「米の輸入に反対する連絡会議」結成し、決起集会開催
4月	「情報体系化委員会」発足	3.20	カネミ油症事件原告とPCB製造元の鐘淵化学工業が和解
4.28	「中長期の展望と指針」を策定するための企画調整委員会を発足し、全業務の実務的再検討に着手	3月	この頃、霊感商法横行
		5月	悪徳土地取引被害救済全国連絡会、名古屋シンポジウムで国の開発計画を悪用した原野商法の被害が拡大と発表
6. 1	「消費者判例情報」の検索サービス開始	5.16	「全国霊感商法対策弁護士連合」結成
		7. 1	韓国、特殊法人消費者保護院設立
		7.14	金融制度調査会「消費者信用のあり方について」中間報告
8月	リーフレット「被害にあわず日々是好日」発行	8. 4	「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」の適用に「語学を習得させるための施設を利用する権利」を追加指定
		8.17	経企庁、製造物責任について8割の企業が関心を示しているとの調査結果を発表
9.10	フランス消費・公正取引担当政務次官・アルチュイ氏来訪	9.26	「流通食品への毒物の混入等の防止に関する特別措置法」制定
9.16	韓国消費者保護院長・琴震鎬氏来訪	9月	IOCU第12回世界会議、スペインマドリードで〝よりよい世界のため、消費者の連帯を〟をテーマに開催
10. 7	「国民生活センターにおける中期の展望と指針に関する企画調整委員会報告」成る		
10.25	『サラ金、クレジット問題の構造』を中央法規出版から刊行	11.11	第26回全国消費者大会（12日まで）
		11月	経企庁「消費者問題国民会議」（山形、大阪、香川、東京）
11.26	リーフレット「日常の魔物たち」発行	11.16	「全国消費生活相談員協会」社団法人設立認可
12.25	ブックレット「海外商品先物取引」発行	12.25	「抵当証券業の規制等に関する法律」公布

1988年

		1.22	厚生省「健康づくりのための運動指導者の知識及び技能の審査証明事業の認定に関する規程」（告示）の制定
2月	「消費者被害早期警戒指標WI」採用決定	2月	国債ねずみ講、国会で問題化
3.10	「情報の一元化に関する検討結果報告」成れ	3.14	「国利民福の会」を山形県内の会員が山形地裁に告訴
4.21	全国消費生活センター所長会議（22日まで）	5. 2	「無限連鎖講の防止に関する法律」改正
		5. 6	「宅地建物取引業法」改正
6. 4	喜多村理事長、韓国消費者保護院の招きで訪韓し講演（6まで）	5.17	「訪問販売等に関する法律」改正
6. 9	「単相3線式漏電遮断機の中性線欠損事故の防止について」関係各機関へ要望	5月	経企庁「消費者問題国民会議」開催（岐阜市11日、福島市18日、熊本市20日、東京30・31日）
		5月	第1回「消費者月間」
7月	「国の行政機関等の移転について」（閣議決定）において移転対象機関となる。	7.27	厚生省「食品添加物等の規格基準」の一部を改正（告示）
9. 1	韓国消費者保護院職員4名の研修受け入れ（11月24日まで）	9. 9	国生審消費者政策部会「サービス取引における約款の適正化について」及び「消費者取引における個人情報保護の在り方について」報告
10.31	「消費生活年報」創刊		
		11.29	厚生省「健康増進施設認定規程」（告示）の制定
12.16	「消費者被害早期警戒情報」初公表	11.16	第27回全国消費者大会

1989年

		1.15	通産省、製造物責任制度（PL）の導入方針を決定

2. 2	韓国公益問題研究院長印培煥氏来訪	2. 2	農水省は、医薬効能表示の禁止などウーロン茶飲料の品質表示ガイドラインを決定
		2.17	通産省は、衣類の洗浄用溶剤3物質（トリクロロエチレン、テトラクロロエチレン、四塩化炭素）に「発がん性がある疑いが強い」との報告を公表
3.13	韓国婦人会長・朴金淳氏等来訪	3. 4	全国霊感商法対策弁護士連絡会の集会（広島市）で霊感商法が印鑑、つぼなどから他の物品を売りつける商法に変身していると報告
		3.10	農水省、即席みそ汁の品質表示ガイドラインを発表し、「生」などの表示を禁止
4. 1	国際情報交流業務発足	4月	消費税導入
4.17	中国消費者協会理事・劉遠英氏他来訪	4. 3	厚生省「機能性食品懇談会」は、機能性食品を栄養改善法の特殊栄養食品並み扱いとし、効果表示を認める
7.31	ブラジル消費者保護省消費者問題研究センター所長・マリア・フェルナザロ氏来訪	5月	経企庁「消費者問題国民会議」（富山16日、千葉19日、岡山24日、東京31日）
		7月	NTTダイヤルQ2サービス開始
8.22	IOCUアジア太平洋事務局長・アンワー・ファザール氏来訪	8. 9	公取委、航空3社に対し、国内パック旅行について最低価格を代理店に指示で警告
8.31	「今月の国際情報」創刊	8.30	厚生省、食品添加物の表示に化学合成添加物、天然添加物を同一の方法で行うと決定
10. 2	重点事項推進委員会を設置	10.31	文部省、中央教育審議会「生涯学習推進センター」（仮称）の設置を提言
12.14	通信販売110番（特設相談）実施（15日まで）	12月	地方消費者行政推進委員会「地方消費者行政の新たな展開」報告

1990年

1. 9	英文「JCIC NEWS」創刊	1月	カラーテレビの発煙・発火事故相次ぐ
1.17	「悪質電話勧誘110番」開設（19日まで）		デニス・ヘイズ来日、企業に環境責任求めるバルディーズ原則提唱
2. 1	リーフレット「誘惑にご用心―ヤングを狙う悪質商法」、「健康にいいってホント？健康食品や家庭用医療機器を買う前に」刊行	2月	消費者教育支援センター発足
3.18	シンガポール、マレーシア、タイ、香港の消費者行政機関を調査（29日まで）	3月	日弁連等「欠陥商品110番」実施
3.26	「消費生活相談入門マニュアル」発行	4月	農水省、有機農業対策室設置
			アースデイ（地球の日）1990、各地で開催
5.15	「パックツアー 110番」開設（全相協と共催、17日まで）	5月	環境庁、ゴルフ場の農薬使用暫定指針設定
5.16	消費者問題特別講座「90年代のくらしと消費者」（ヤクルトホール）		通産省、大規模小売店舗法（大店法）規制緩和の省令改正
6.19	国連ESCAP本部（タイ・バンコク）、国連アジア太平洋消費者セミナー（22日まで）		
6.27	ソ連人民統制委員会第1副議長ヴァルナチョフ氏来訪	7月	川崎市民オンブズマン制度条例案可決成立
10. 1	鍛冶千鶴子会長就任	8月	日本子孫基金の調査で、米国産レモンからポストハーベスト農薬「2・4－D」検出
10.24	国民生活センター創立20周年記念行事（健保会館）、「国民生活センター 20年史」発行		
12. 6	消費者フォーラム「これからの消費者問題と消費者活動」（品川、7日まで）	11月	通産省、「会員取引に係る訪問販売の適正化について」通達

1991年

2.21	企業トップセミナー「90年代における企業と消費者」（経団連会館）	2月	農水省、一般野菜・果実のガイドライン設定
5.28	消費者問題特別講座「製造物責任と私たちの暮らし」	4月	農水省、食品表示対策室設置
6.13	韓国消費者保護院院長朴弼秀氏来訪（品川）	4月	牛肉・オレンジ輸入自由化
6.28	PIO-NETシステム検討委員会「国民生活センターにおけるPIO-NETシステムに関する報告書」公表	4月	日弁連と消費者団体の共催で「欠陥商品110番」実施
7. 5	及川昭伍理事長就任	5月	消費者団体、弁護士など「消費者のための製造物責任法制定を求める連絡会」結成
8.28	ダイヤルQ2業務の改善についてNTTに要望、同サービスについて郵政省電気通信局に情報提供	7月	IOCU第13回世界大会「90年代の消費者パワー」（香港）
9. 2	香港消費者委員会委員長（後IOCU会長）パメラ・チェン女史来訪	7月	公取委、独禁法運用基準について、「流通･取引慣行に関するガイドライン」発表
10. 3	IOCUエルナ・ウィットラー会長他来訪	7月	運輸省に消費者行政課設置
10.11	消費者被害早期警戒情報検討委員会開催	9月	厚生省、35の農薬について新たに農産物への残留基準設定
10.15	「消費生活専門相談員」資格認定制度による第1回資格試験実施	9月	老人保健法改正案施行
11. 7	「たしかな目」月刊化第1号発行	10月	東京都、個人情報保護条例制定
11.20	チェコスロバキア経済政策開発省政策部長ドリュシー氏来訪	11月	第30回全国消費者大会
12. 5	消費者フォーラム「環境問題とこれからの消費者活動」（6日まで）		
12. 5	中国消費者協会会長来訪（品川）		

1992年

2.18	企業トップセミナー「21世紀における企業活動と国民生活」（経団連会館）		
3. 5	バイオセンサースタート､第1号「補習用教材の訪問販売」		
3.16	第1回消費生活専門相談員の資格認定（第1回認定者630名）		
4.28	OECD消費者政策委員会議長ダリル・マダーン氏来訪（品川）		
5.13	「銀行等消費者トラブル110番」開設（全相協と共催、15日まで）	5月	「全国ダイヤルQ2消費者問題連絡会」
5.22	消費者問題特別講座､「持続可能な消費社会の創造へ向けて―環境との調和を求める消費者・行政・企業」（朝日生命ホール）	5月	「ゴルフ場等に係る会員権契約に関する法律」公布
7. 6	パイオセンサー「エステティックトラブル」発表	6月	環境と開発に関する国連会議（地球サミット）、「環境と開発に関するリオ宣言」、地球再生のための行動計画「アジェンダ21」採択（リオデジャネイロ）
8. 4	中国大使館参事官謝仰安氏来訪（品川､相模原、5日まで）		
9.24	運営協議会･業務推進委員会（横溝雅夫委員長）開催	9月	消団連等が経企庁、通産省にPL法の推進要請
10.26	韓国消費者専門家会議（OCAP）来訪	10月	国生審消費者政策部会「総合的な消費者被害防止・救済の在り方について」答申
10.28	日弁連消費者問題委員会ネットワーク部会との懇談会	10月	最高裁、カード破産を主とする個人の自己破産急増と発表
11. 5	リーフレット「誘惑物語―若者を狙う悪質商法編」発行	10月	食品衛生調査会、殺菌剤イマザリルの食品添加物指定を答申

11.18	中国消費者協会肖英偉理事他来訪	11月	第31回全国消費者大会
11.18	「エステティックトラブル110番」開設(20日まで)		
12. 3	消費者フォーラム「環境問題とこれからの消費者活動」(4日まで)		
12.17	中国国家環境安全局職員来訪（18日まで）		
1993年			
		1月	EC統合市場発足、世界最大の単一市場へ
2.25	企業トップセミナー「生活大国の実現に向けて」(経団連会館)	2月	消費者のための製造物責任法の制定を求める連絡会が各地で「欠陥商品110番」を実施
3.30	調査報告「製造物責任に関する研究―消費者被害救済制度の現状―APEC参加諸国を対象として」発表	4月	農水省、有機農産物等特別表示ガイドライン施行
		4月	公取委、再販指定商品の縮小提案
4. 5	浄水器の比較テスト結果発表	4月	EC閣僚理事会で「消費者契約における不公正条項に関する指令」を採択
5.10	「銀行等消費者トラブル110番」開設（全相協との共催、12日まで）	4月	公取委「おとり広告に関する表示」告示の変更
5.28	消費者問題特別講座「暮らしの安全と製造物責任制度」(朝日ホール)	6月	農水省「農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律」改正
8.27	IOCUファイアプレイス理事長他来訪	11月	記録的な冷夏で93年産米大凶作、政府、加工用米20万トンの緊急輸入を決定
9.13	消費者フォーラム「環境問題への取組み―生活現場から地球環境問題を考える」(14日まで)	11月	環境基本法成立
10.18	商品テスト部内に「商品等に関する転倒事故解析委員会」設置	11月	EU（欧州連合）成立
		11月	第32回全国消費者大会
11.29	「クレジット・銀行等消費者トラブル110番」開設（全相協と共催、12月1日まで）	12月	政府、米の部分開放を含むウルグアイ・ラウンドの受け入れを正式決定
			国生審、「製造物責任制度を中心とした総合的な消費者被害防止・救済の在り方について」(意見）提出
1994年			
2. 1	情報プラザ（生活ニューネット）設置準備体制発足	2月	国産米品薄で価格が急騰（平成米騒動）
2. 7	比較情報「デパート、スーパーの環境関連対応」発表		
2.23	企業トップセミナー「変革の時代の企業と消費者」(経団連会館)	3月	大阪地裁、テレビ発火事故に製造物責任を認め、松下電器に440万円の支払命令
4. 8	総務部内に情報プラザ室設置		
4.13	衆議院・消費者問題等に関する特別委員会（玉沢徳一郎委員長他）視察（品川、相模原）	4月	ガット・ウルグアイラウンド終結
5.17	「賃貸住宅110番」開設(全相協と共催、19日まで)		
5.19	消費者問題特別講座「生活の変革を求め始めた消費者」(朝日ホール)		
5.31	韓国消費者保護院金仁浩氏来訪		
6.20	韓国農林水産部課長来訪	6月	製造物責任法（PL法）成立（95年7月施行）
6.23	商品テスト第3号棟竣工及び情報プラザ開設記念行事（相模原）	8月	水産庁、店頭の水産物表示ガイドライン策定
6.24	アセアン記者団来訪研修（品川、相模原）		IOCU国際消費者法セミナー開催
9. 9	東欧経済研修団来訪		

10. 5	「消費者被害注意速報」第1号「急増する『お経が書かれたカード』のネガティブオプション！」	10月	第14回IOCU世界大会開催「グローバル市場における消費者」（フランス・モンペリエ）、名称をCIに変更（95年1月から）
10. 7	「創刊100号記念『たしかな目』の歩み展」（品川2階、14日まで）	10月	食品衛生調査会、製造年月日表示に代えて期限表示導入を答申
10.24	第14回IOCU（国際消費者機構）世界大会へ参加（30日まで）		
10.27	日弁連消費者問題対策委員会との懇談会	11月	食管法廃止、「主要食糧の需給と価格安定に関する法律」公布
11. 7	ミネラルや制菌をうたった浄水器、整水器の商品テスト結果	11月	第33回全国消費者大会
12. 2	韓国婦人会来訪		
1995年			
2. 7	カーナビゲーションシステムの商品テスト結果発表	1月	阪神・淡路大震災発生 住宅関連の消費生活相談急増、便乗商法急増
2. 7	比較情報「航空会社サービス比較（国際線）」発表		
2. 7	「震災関連消費生活ダイヤル（フリーダイヤル）」開設（3月末まで）、生活ニューネット内に「震災関連生活情報ボード」を開設した他2/1より兵庫県立神戸生活科学センターへ職員を派遣	2月	経企庁「兵庫県南部地震関連生活問題110番」設置
3.10	第1回「原因究明テスト基準検討委員会」開催	3月	総理府「消費者問題に関する世論調査」公表
3.24	第46回運営協議会	3月	震災復興関連16法案成立
4.17	総務部内に消費者苦情処理専門委員会事務室設置	4月	加工食品の日付表示、製造年月日表示から期限表示に一本化
5.15	特別展示「くらしと製造物責任法」実施（19日まで）	5月	「旅行業法」改正「食品衛生法及び栄養改善法」改正
5.22	消費者問題公開講座「製造物責任法の成立と消費者を取り巻く環境の変化」（品川）		
6.27	消費者被害警戒情報（危害情報システムから）開始、第1回「車輪巻き込み事故に気をつけよう！」	6月	「保険業法」全部改正
6.27	会員制のパソコン通信「生活ニューネット」一般公開	6月	容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進に関する法（包装容器リサイクル法）成立
7. 5	CIディレクターマイケル・オコナー氏来訪	7月	製造物責任法施行、民間業界のPL対応窓口の設置相次ぐ
8. 4	消費者被害速報（危害情報システムから）提供開始。第1回「知っていますか？こんな危険、ジュースと思って飲んだら……お酒だった！」		
9. 5	国民生活センター生活情報通信員の設置		
9. 5	消費者被害注意情報開始（従来の「消費者相談分析情報」から名称変更）。		
9.26	「悪質電話勧誘110番」開設（全相協と共催、28日まで）		
10. 1	消費者苦情処理専門委員会（角田禮次郎委員長）設置		
10. 1	国民生活センターのホームページを開設		
10.12	マレーシア国内取引・消費者行政大臣来訪（相模原）		
10.13	国民生活センター創立25周年記念の集い		
10.16	新シリーズ消費者被害速報開始（従来の「消費者被害注意速報」から名称変更）。	11月	水俣病被害者・弁護団全国連絡会議（全国連）政府の示した最終解決案を受け入れ、水俣病問題は発見以来39年ぶりに解決に向かう
10.16	こんにゃくゼリー窒息事故情報公表		
10.18	第1回消費者苦情処理専門委員会開催		

11.15	リーフレット「電話勧誘による悪質な資格商法にストライク・アウト」発行	11月	「新食糧法」施行、米の生産・流通・販売が原則として自由化（流通規制緩和）
12. 6	携帯電話・PHSの商品テスト及び調査結果発表	11月	このころ悪質な電話勧誘による資格商法増加
12. 6	消費者相談にみる10大項目発表	12月	産構審消費経済部会答申「電話勧誘等による販売及び連鎖販売取引の適正化のための方策の在り方」
12. 7	全国消費者フォーラム「これからの消費者問題」（8日まで）		
12.13	韓国消費者団体協議会鄭団長他来訪		
1996年			
1.22	台湾政府消費者行政訪日研修団来訪（品川、相模原、23日まで）		
1.22	韓国KDI（開発研究院）研究員来訪		
2.22	企業トップセミナー「高度情報化時代の企業と消費者」（経団連会館）	2月	管直人厚相、HIV訴訟の原告に初めて国の公的責任を認め、治療体制の整備確約
2.22	消費者問題ブックレット「消費者のための契約法入門」発行		
2.27	オランダ製品安全研究所所長W.H.ログマン氏他来訪（28日まで）		
3. 6	比較情報「海外英語研修のためのガイド情報―英語学校入学申込代行業者比較を中心として―」発表		
3.25	「悪質電話勧誘110番」報告書発行		
4. 1	生活ニューネットインターネット接続サービス（電子メール、ニュース）開始		
4. 2	韓国消費者保護院等訪問（及川理事長他、5日まで）		
4.15	総務部内に情報システム担当（LAN準備室）設置		
4.24	韓国の日本消費者政策研究団来訪		
5.15	「賃貸住宅110番」開設（全相協と共催、17日まで）		
		5月	「生ゴミリサイクル全国ネットワーク」結成
5.20	パソコン通信ネットワークシステム展（消費者月間共催、24日まで）	5月	改正訪問販売法成立（11月施行）
5.22	ハンガリー消費者問題局長他来訪	5月	日弁連、「欠陥住宅110番」実施
5.24	消費者問題特別講座「規制緩和時代の消費者と情報」（品川）		
5.28	韓国消費者保護院研修団来訪		
5.29	イギリス消費者協会消費者教育担当官ウエルズ氏来訪		
6月	商品テスト施設に「自動車走行試験路」完成		
8.26	消費者被害注意情報（危害システムから）開始。第1号「自動車の発煙・発火」	7月	堺市の小学校で発生した病原性大腸菌O-157の集団食中毒被害が全国に拡大
9.18	「電話による問題勧誘」及び「電話による契約」の法規制について、通産省及び経企庁に要望		
		9月	農水省、青果物5品目に対し原産地表示を義務づけ
10. 3	事故解析報告書「小児の事故を防ぐために、やけど事故を中心として」発表		
10.22	EU消費者政策総局アドバイザー A.ヴァン・デル・ハーゲン氏他来訪		
11.11	若者向けリーフレット「悪質商法カウントダウン」発行	11月	公販委、携帯電話4社を独禁法違反で立ち入り検査

11.25	第1回「生活者ネットワーキング懇談会」開催		
11.26	全国消費者フォーラム「高度情報化時代と私たちの暮らし」（27日まで）	12月	国生審消費者政策部会「消費者取引の適正化に向けて」報告
12月	『ネットワーカー通信』第1号発行		
1997年			
2.19	企業トップセミナー「流通革命と企業の社会的責任」（経団連会館）	1月	ココ山岡宝飾店倒産、各地の消費者相談窓口に同店の買い戻し特約関連苦情が相次ぐ
3. 4	PL関連事案に関する損害賠償マニュアル策定	2月	第二東京弁護士会、「クレジット･サラ金110番」開設
4月	国民生活センター組織再編成（総務企画部、経理管理部、消費者情報部、相談部、普及交流部、商品テスト部、研修生活研究部の7部体制）	2月	所沢市、全国初のダイオキシン規制条例可決
4.10	「外国語会話教室における中途解約トラブル問題」報告書発表	4月	消費税3％から5％に引き上げ
4.10	苦情が多発している太陽熱温水器などの訪問販売「朝日ソーラー」を社名公表	4月	厚生省、全国1150のゴミ焼却施設のうち排煙に含まれるダイオキシンについて緊急に対策が必要な72施設を公表
5. 6	比較情報「クレジットカード―銀行系､信販系､流通系のショッピング機能を中心に―」発表		
5.14	「旅行110番」開設（全相協と共催、16日まで）		
5.27	消費者問題公開講座「規制緩和と自己責任」（品川）		
6. 1	「生活問題基本委員会」（吉國一郎委員長）設置	6月	「廃棄物処理法改正案」及び「環境アセスメント法案」成立
7. 8	第1回「生活問題基本委員会」開催	6月	公取委「有料老人ホームにおける消費者取引の適正化について」報告書を公表
9.24	事故解析報告書「小児の頭部外傷の実態とその予防対策」公表	7月	「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」の施行令一部改正
10. 9	韓国衣料試験研究院職員来訪	11月	CI第15回世界大会「21世紀に向けて消費者に力を―市民社会における消費者」（チリ・サンチャゴ）
10.29	衆議院消費者問題等に関する特別委員会（宮地正介委員長）視察	11月	第36回全国消費者大会
11. 3	CI第15回世界大会（チリ･サンチャゴ）出席（7日まで）	11月	全相協（全国消費生活相談員協会）創立10周年記念行事
11.12	韓国OCAP来訪		
11.19	サウジアラビア標準化公団来訪	12月	「介護保険法」公布
		12月	地球温暖化防止京都会議（COP3）国ごとの温室効果ガス削減目標を盛り込んだ議定書を採択
1998年			
		1月	新民事訴訟法施行、少額裁判制度スタート
		1月	国民生活審議会消費者政策部会、「消費者契約法」（仮称）立法化に向けての中間報告を発表
2.27	企業トップセミナー「電子商取引時代の企業と消費者」（経団連会館）	2月	金融システム安定化関連二法案、可決成立
		3月	国の行政機関を対象にした情報公開法案を閣議決定
4. 7	消費者ブックレット「くらしの疑問Q&A2」発行	3月	民間非営利組織（NPO）を支援する「特定非営利活動促進法」成立
5.13	「消費者契約被害110番」開設（全相協と共催）（15日まで）	3月	第二東京弁護士会消費者問題対策委員会「マルチメディア・インターネット・トラブル110番」を開設
5.29	公開講座「30周年を迎える消費者保護基本法」（品川）	6月	金融システム改革法（金融ビッグバン）公布

7. 7	特別調査「乳幼児の車内事故に関する調査報告―チャイルドシートを中心に―」発表	6月	厚生省「有料老人ホーム等のあり方に関する検討会」報告書公表
9.18	第1回「消費者学習テキスト作成委員会」開催		
10. 1	有馬真喜子会長就任	9月	神奈川県、行政改革の一端として横浜消費生活センターを廃止する方針公表
10月	「生活ニューネット（ホームページ）」をリニューアル	10月	農水省、「食品等の表示・規格制度の見直しについて」報告書公表
10.26	「消費者取引に係わる消費者苦情の実態について」公表	10月	OECD電子商取引閣僚級会議で「プライバシー保護」等を決定
10.26	事故情報分析報告書「浴室内での死亡事故―高齢者の入浴中突然死を防ぐために―」公表		
11.18	EU第24総局（消費者政策・保健）テオデュース・レノン氏他来訪	11月	農水省「有機食品の検査・認証制度導入について」報告書公表
11.24	「多重債務110番」開設（26日まで）	11月	主婦連、創立50周年を迎え活動の拠点となる主婦会館を建て直し、「プラザエフ」として開設
11.20	台湾行政院消費者保護委員会来訪		
12. 4	「消費者からみた介護保険Q&A」発行	11月	第37回全国消費者大会
12. 7	全国消費者フォーラム「自己責任時代の消費者」（8日まで）		

1999年

1.19	韓国PL制度調査団来訪	1月	建設省、欠陥住宅問題に対するガイドラインの新設方針を発表
		1月	日本版デビットカード（J-Debit）のサービス開始
		1月	PIO-NETの相談情報データ300万件突破
2.26	企業トップセミナー「規制緩和時代に求められる公正なルールのあり方―消費者契約法（仮称）の制定をめぐって―」（経団連会館）	1月	国生審消費者政策部会本報告「消費者契約法（仮称）の制定に向けて」を公表
		4月	改正特定商取引法公布（特定継続的役務取引を規定）
3.10	CIシルバン副会長来訪		
3.16	韓国消費者保護院院長他来訪		改正割賦販売法公布
5.12	家庭内事故解析棟落成記念行事開催	4月	改正男女雇用機会均等法スタート
5.12	「内職・代理店商法110番」開設（全相協と共催、14日まで）	4月	食糧法等の改正により、米の関税化による自由な輸入開始
5.21	消費者問題特別講座「規制緩和時代の消費者取引に求められる公正自由な競争と新しいくらしのルールづくり」（相模原）	5月	中央省庁の行政文書を対象にした情報公開法が国会で可決成立
6. 4	特別調査家庭内事故に関する調査報告書「家庭内事故―その実態を探る」公表		
6.21	特別調査「多重債務者問題」調査結果発表	7月	改正JAS法公布
7. 5	糠谷真平理事長就任	7月	ダイオキシン対策法公布
8.24	国民生活センター30周年記念事業推進委員会発足	8月	日弁連、金融サービス法について消費者保護を重視するよう大蔵省等に意見書提出
		10月	環境庁、土壌、大気、水質に含まれるダイオキシンの環境基準を決定
12. 3	第1回日韓消費者フォーラム「21世紀の消費者政策の方向」糠谷理事長他出席（韓国ソウル市）	12月	「成年後見制度」を導入した民法の一部改正案など4法案が可決成立（00年4月施行）
12.29	コンピュータ2000年問題（Y2K）に対応して臨時の相談窓口体制（1月4日まで）	12月	国生審消費者政策部会、「消費者契約法（仮称）の立法に当たって」と題する最終報告書を発表
		12月	2000年問題で首相官邸に対策室設置。
		12月	和服モニター商法多発

2000年			
3.23	特別調査「金融商品に係る消費者トラブル問題」調査結果	3月	年金改正関連法案成立
		4月	「消費者契約法」成立
4.25	月刊『国民生活』がリニューアル	4月	「介護保険法」「住宅品質確保促進法」が施行。「容器包装リサイクル法」が完全施行
4.25	メールマガジン「生活ニューネットマガジン」の配信を開始	5月	宗教法人「法の華三法行」の元代表役員と最高幹部ら12人を詐欺の疑いで逮捕
4.21	タイ首相府大臣一行来訪（相模原）		
5.12	台湾行政院消費者保護委員会秘書長来訪	6月	「雪印乳業」の加工乳を飲んだ200人以上が腹痛等の異常を訴えていたことが大阪市等の調べで判明
7月	翌年の消費者契約法の施行にむけ消費者啓発用リーフレット発行	7月	「三菱自動車工業」のリコール隠しが発覚
		8月	米国「ブリヂストン・ファイアストン社」が、650万本のタイヤのリコールに応じると発表
		9月	厚生省は、「シックハウス」対策として、有機化合物総量の暫定目標値を決め、同省のシックハウス問題検討会に提示
10. 1	国民生活センター創立30周年を迎える	10月	新築住宅の住宅性能表示制度がスタート
10. 1	国民生活センターの英文名称を「JCIC」から「NCAC（National Consumer Affairs Center of Japan）」に変更		エステティックサロン「エステdeミロード」の運営会社が破産
		11月	「訪問販売法」改正案が成立。名称は「特定商取引に関する法律」に
10. 6	創立30周年記念シンポジウム・祝賀会（日経ホール、品川プリンスホテル）	11月	ジェット噴流バスで入浴中に吸水口に髪の毛が吸い込まれて小学１年生の女児が死亡していたことが判明
12.31	インターネット博覧会（インパク）に参加（01年12月31日まで）		
2001年			
1. 6	監督官庁が経済企画庁から内閣府に変更	1月	中央省庁再編。１府12省庁に
2.23	消費者問題・企業トップセミナー「再点検！企業の消費者対応」開催（経団連会館）	3月	レーザーポインター、「消費生活用製品安全法」の適合品以外は販売禁止へ
3月	研修施設に「IT講習室」竣工		厚労省は、肝炎感染の恐れがある非加熱製剤を納入したとされる803の医療機関名を公表
3月	『第31回 国民生活動向調査「情報通信技術（IT）化と消費者意識』」発行	4月	「消費者契約法」が施行
5.22	韓国消費者保護院院長来訪（東京）	4月	「行政機関の保有する情報の公開に関する法律」が施行
6.13	タイ首相府大臣・消費者保護委員会事務局長一行来訪（14日まで）		「金融商品販売法」施行
9. 7	中国消費者協会一行来訪	6月	「特定商取引に関する法律（改正訪問販売法）」が施行
11.13	マレーシア国内取引・消費者行政大臣一行来訪（相模原）	8月	「マンション管理適正化法」施行
11.28	携帯電話のいわゆる「ワン切り」に関する相談について注意喚起	10月	COP7では京都議定書の運用ルールについて最終的に合意し、全体会議で採択
12. 5	「たしかな目」創刊20周年記念イベント開催（27日まで）	11月	「大和都市管財」の旧経営陣や元幹部社員らを詐欺の容疑で逮捕
12.19	「特殊法人等整理合理化計画」（閣議決定）において、「①独立行政法人化、②直接相談の段階的縮小し経由相談への特化、③商品比較テストの廃止、人の生命・身体等に重大な影響を及ぼす商品テストへの特化」の方針が示される	11月	このころ、「ワン切り」が多発
		12月	国交省がチャイルドシートの安全性について初めてのアセスメント結果とりまとめ
			「電子消費者契約法」施行
2002年			
		1月	「雪印食品」が国産牛肉の産地を偽装
4月	商品比較テストを廃止し、人の生命・身体等に重大な影響を及ぼす苦情処理テストを実施	3月	内職商法を行っていた「日本全国直販」に対し、勧誘方法や広告が特商法に抵触したとして取引停止命令

4. 8	「消費者トラブルメール箱」による情報収集の開始	4月	輸入鶏肉を国産と偽装表示した食肉販売会社に対し、公取委は景表法に基づき排除命令
4.24	「個品割賦購入あっせん契約におけるクレジット会社の加盟店管理問題」公表	5月	ドーナツ会社が販売した肉まんに、無認可の食品添加物が使われていたことが発覚
7月	ホームページに携帯電話用（ｉモード対応）サイトを開設	7月	中国から個人輸入されたダイエット食品による肝臓障害などの健康被害が発生
			「建築基準法等の一部を改正する法律」が公布。シックハウス症候群への対策が強化
8月	ホームページで「消費生活相談データベース」運用開始	8月	「住民基本台帳ネットワーク」がスタート
		9月	投資目的で出資金をだましとったとして、「ジー・オーグループ」幹部ら逮捕
		10月	「独立行政法人等の保有する情報の公開に関する法律」が施行
10. 1	情報公開窓口開設		
10. 1	タイ消費者保護委員会研修生を受け入れ（11日まで）		全国の会員から多額の出資金をだまし取った疑いで、02年１月に破産した「全国八葉物流」の名誉会長ら幹部が詐欺容疑で逮捕
12月	「独立行政法人国民生活センター法」公布	12月	「有線電気通信法の一部を改正する法律」が施行。携帯電話の「ワン切り」行為を刑事罰の対象として規制開始
12. 2	全国消費者フォーラム「安全・安心の消費社会とルールづくり」（アルカディア市ヶ谷）		

2003年

2.25	消費者問題・企業トップセミナー「消費者に評価される企業、されない企業　―企業の社会的責任と消費者対応―」開催（経団連会館）	3月	公取委は、景表法違反で初めて有料老人ホーム３事業者に排除命令
		3月	「個人情報保護法」公布
3. 6	インド電気通信紛争処理･上訴裁判所（TDSAT）委員長一行来訪（東京）	5月	「改正景品表示法」が公布。合理的な根拠なく著しい優良性を示す不当表示の効果的な規制、都道府県知事による執行力の強化などが改正の主な内容
			「食品安全基本法」が公布
		6月	総務省に消費者行政課設置
		7月	「食品安全委員会」が発足
8月	特別調査「製品回収をめぐる現状と問題」公表	7月	「パソコン教室」「結婚相手紹介サービス」が特商法の規制対象に
			「品質保持期限」を廃止し、「賞味期限」に一本化することが告示
9. 5	公正取引委員会と内閣府国民生活局・国民生活センターとの意見交換会実施（霞が関）	8月	「ヤミ金融対策法（貸金業規制法及び出資法等の一部改正法）」が公布。貸金業者登録制度の強化、罰則の大幅引き上げ等が主な内容
10. 1	独立行政法人に移行、相模原事務所、東京事務所を配置		
	第１期中期目標期間スタート（平成20年3月31日までの期間）		「住民基本台帳ネットワークシステム（住基ネット）」が本格稼動
10.13	第17回CI世界大会出席（ポルトガル　・リスボン）（17日まで）	12月	関東、中京、近畿の一部地域で地上デジタル放送が開始
10.28	タイ消費者保護委員会研修生を受け入れ(11月4日まで)	12月	アメリカで初のBSE感染牛が確認され、日本はアメリカ産牛肉の輸入停止を決定
12.18	公正取引委員会との意見交換会実施	12月	架空請求被害増大

2004年

		2月	インターネット接続サービス「ヤフー BB」の顧客情報約450万人分が流出していたことが判明
3月	『第34回 国民生活動向調査「「訪問販売」や「電話」での勧誘、「問題商法」の勧誘』」発行	3月	「三菱ふそうトラック･バス」は、タイヤ脱落事故は構造上の欠陥によるものとしてリコールを届出を発表

			「大和都市管財」グループの巨額詐欺事件について、大阪地裁は元社長らに実刑判決
			六本木の商業施設で、男児が入り口の回転ドアに頭を挟まれ死亡する事故発生
4. 1	新着情報配信サービス「おすすめフレッシュ便」運用開始	4月	消費税の総額表示制度がスタート
		6月	「消費者基本法」公布。「消費者保護基本法」36年ぶり改正
			「公益通報者保護法」が公布。
8. 4	「架空請求に関する相談件数が多い業者名リスト」の公表開始	7月	長野県の公共露天風呂で入浴剤で着色していたことが判明。その後、温泉の表示偽装が各地発覚
9. 2	第１回日中韓消費者政策協議会に出席（韓国・ソウル）（3日まで）	11月	消費者団体訴訟制度を担う消費者団体の訴訟費用を拠出する「消費者支援基金」が発足
10. 1	「くらしの情報交流プラザ」オープン	12月	牛肉トレーサビリティ法に基づく牛肉の個体識別番号表示制度がスタート
2005年			
		1月	全国の高齢者施設でノロウイルスへの集団感染が相次ぐ
2.23	消費者問題・企業トップセミナー「消費者と企業、共生社会の実現を目指して―「消費者基本法」の理念を具現化するためには―」開催（経団連会館）	2月	厚労省は、国内で初めて変異型ヤコブ病による死者を確認したと発表
			「京都議定書」が発効。日本の温室効果ガス排出量の削減目標は６％
3月	『第35回 国民生活動向調査「健康食品等をめぐる主婦の意識と行動』」発行	3月	少額訴訟制度を悪用した架空請求業者に対し東京地裁が損害賠償命令
3. 9	ICPEN会合出席（スコットランド･エジンバラ）（11日まで）	4月	「個人情報保護法」が全面施行
			FF式石油温風機による一酸化炭素中毒事故を受け、松下電器産業はリコールを開始
4. 1	「全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET:パイオネット)」運営事業の国からの全面移管	5月	高齢者を狙った悪質な訪問販売による住宅リフォーム工事が社会問題化
4. 1	個人情報相談窓口設置		「改正特定電子メール法」公布
		6月	要介護度が低い人向けの介護予防サービスの新設等を定めた「改正介護保険法」が公布
7月	生命保険の告知義務に関するトラブルを公表	8月	「偽造・盗難カード預貯金者保護法」が公布
			経産省は、自動回転ドアの性能基準を定めたJIS規格を制定
10月	訪販リフォームに関する苦情相談と当センターの対応を公表	10月	健康食品を医薬品として書籍において広告宣伝した出版社及び健康食品販売会社の役員等が逮捕
			金融庁は、生命保険会社の不払いについての調査結果を公表。
11. 7	ICPEN会合出席（韓国・ソウル）（9日まで）	11月	各地で耐震強度を偽装した物件が明らかとなり社会問題化
11.24	中国国家質検総局関係者一行来訪（東京）		金融庁は、支払い漏れが判明した損害保険会社26社に対し業務改善命令
		12月	最高裁は、賃貸マンションの自然損耗についての補修費は本来賃料に含まれるため、入居者に負担義務はないとの初めての判断
2006年			
3月	多重債務問題の現状と対応に関する調査研究公表	1月	最高裁は、グレーゾーン金利について、高金利を事実上強制した場合にも「利息制限法」の上限を超える利息の支払は無効という初の判断

3月	第36回 国民生活動向調査「家計の管理と金融トラブル」発行	3月	100円ショップ等で販売されていた低価格の金属製アクセサリーに高濃度の鉛が含まれていることが判明
3.26	ICPEN会合出席（韓国・済州島）（28日まで）	4月	「公益通報者保護法」「障害者自立支援法」が施行
		5月	消費者団体訴訟制度を導入した「改正消費者契約法」が成立
5.17	東京事務所耐震改修工事等開始（09年3月まで）	6月	「シンドラー社」製エレベーターで死亡事故。
		6月	「消防法」の改正により、住宅用火災警報器等の設置が義務付け
		6月	「金融商品取引法」成立
9月	「シュレッダーの安全性にかかわる情報－指切断などの事故を防ぐために－」公表	8月	経産省は、幼児のシュレッダー事故を受け、業界団体に消費者に対する周知徹底と再発防止策の検討などを要請。
9. 7	第２回日中韓消費者政策協議会に出席（中国・北京）（8日まで）	10月	「法テラス（日本司法支援センター）」が相談開始
9.19	中国消費者協会秘書長補佐一行来訪（東京）	11月	入学を辞退した元受験生らが、授業料などの返還を大学側に求めた訴訟で最高裁は、授業料の返還を命じた一方、入学金については、返還義務を負わないと判決
9.26	危害情報室発足（センター内限り）		
10.22	ICPEN会合出席（ポーランド･ワルシャワ）（24日まで）		製品事故を起こしたメーカーや輸入業者に報告を義務付ける「改正消費生活用製品安全法」が成立
11月	スプレー缶製品の使用上の安全性を公表	12月	貸金業者への規制を強化する「貸金業法」が13日成立。グレーゾーン金利の廃止、「出資法」の上限金利を年20％まで引き下げる
12. 4	全国消費者フォーラム「消費者団体への期待と新たな役割」開催（アルカディア市ヶ谷）		

2007年

1月	「高年層をターゲットにした電話勧誘販売に注意」公表	1月	生活情報番組「発掘！あるある大事典Ⅱ」で、納豆のダイエット効果を紹介した放送にデータ捏造が発覚
2.27	消費者問題･企業トップセミナー「安全のためのモノづくり、人づくり、組織づくり」開催（経団連会館）	2月	「リンナイ」製の開放式小型湯沸器での一酸化炭素中毒について経産省が事故原因の究明を指示
3月	第37回 国民生活動向調査「訪問販売と電話による勧誘－不招請勧誘－」発行		英会話スクール「NOVA」に経産省と東京都が立ち入り検査
		3月	大日本印刷は、顧客企業43社から預かっていた個人情報863万件が流出したと発表
4. 1	中名生隆理事長就任		
4.19	ICPEN会合出席（ポーランド・クラコフ）（20日まで）	3月	インフルエンザ治療薬「タミフル」で、服用した10代の患者に異常行動が見られるとの報告が厚労省に寄せられていた判明
4.27	第１回国民生活センターの在り方等に関する検討会開催	4月	「裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律（ADR法）」が施行
		5月	「改正消費生活用製品安全法」が施行
		6月	「改正消費者契約法」施行。消費者団体訴訟制度がスタート
7. 3	第７回国民生活センターの在り方等に関する検討会開催。中間報告提出へ	8月	「石屋製菓」が菓子『白い恋人』の賞味期限の改ざんで自主回収
9. 7	タイ首相府大臣一行来訪（東京）	9月	「金融商品取引法」、「改正金融商品販売法」が施行
9.11	「高齢者金融取引110番」（12日まで）		流行のゴム製サンダルを履いた子供がエスカレーターで足を挟まれる事故が発生していると経産省が注意喚起
9.25	第９回国民生活センターの在り方等に関する検討会開催。最終報告提出へ		
10.26	福田康夫内閣総理大臣視察（相模原）	10月	郵政民営化（１日）
			「パロマ工業」の前社長ら業務上過失致死容疑で逮捕

			「赤福」が売れ残った餅を再利用して販売。無期限営業停止処分。
			食品加工会社「比内鶏」が比内地鶏を偽装していたことが判明
			「船場吉兆」が賞味期限切れ商品のラベルを貼り替えて販売していたことが判明
11.26	ICPEN会合出席（チリ・サンティアゴ）（29日まで）	11月	06年の改正に続き、「改正消費生活用製品安全法」が成立
12. 3	全国消費者フォーラム「安全・安心なくらしをどう創るか―消費者・行政・事業者の連携を考える―」開催（アルカディア市ヶ谷）	12月	警視庁が和牛預託商法で「ふるさと牧場」を家宅捜査
		12月	電動ベッドに挟まれ４歳児が窒息死
2008年			
1月	『第38回 国民生活動向調査「高齢期の生活資金準備と金融商品」』 発行	1月	福田首相、施政方針演説で消費者行政一元化に向け「消費者庁」を創設する方針を表明
1.30	(独)製品評価技術基盤機構との連携合意文書調印		中国産冷凍ギョウザによる中毒事故が判明
2. 1	韓国消費者院院長一行来訪（東京）	2月	政府の「消費者行政推進会議」発足
3. 3	(独)農林水産消費安全技術センターとの連携合意文書調印		
3. 3	(独) 国立健康･栄養研究所との連携合意文書調印		
4月	「国民生活」と「たしかな目」を統合し、「月刊国民生活」創刊	4月	ゴム製サンダルでのエスカレーター事故の多発を受け、経産省は、製造･輸入業者に製品の改善を要請
4. 1	第２期中期目標期間スタート(平成25年3月31日までの期間)		「改正消費者契約法」等が成立。適格消費者団体による差止請求の対象が、特商法及び景表法上の不当行為に拡大
4. 4	「安心！くらし情報～あなたのたしかな目～」放送開始	5月	「保険法」が成立。
4.17	ICPEN会合出席（チリ・プエルトバラス）（18日まで）	6月	「改正特定商取引法」と「改正割賦販売法」が成立。
			「振り込め詐欺救済法」施行。
5月	「改正独立行政法人国民生活センター法」公布、「重要消費者紛争」解決を図る事務が追加される	6月	「消費者行政推進基本計画」を閣議決定
		7月	金融庁は、保険金不払い問題に関して、大手生命保険会社10社に対し、業務改善命令を発出
5.19	自民党内閣部会消費者問題プロジェクトチーム視察（東京）	7月	高配当をうたい、フィリピンのエビ養殖事業への出資者を募った「ワールドオーシャンファーム」の会長らが詐欺容疑で逮捕
		7月	こんにゃく入りゼリーによる窒息死事故が発生。(95年から17人目)
9.18	高齢者被害特別相談（高齢者110番）（19日まで）	9月	リーマン・ブラザーズ破綻
		10月	海外留学仲介業者「ゲートウェイ21」が経営破綻
		10月	敷金や礼金、仲介手数料ゼロをうたう「ゼロゼロ物件」を入居者が損害賠償を求めて不動産会社を提訴
		10月	内閣府、厚労省、農水省の三者連名で「こんにゃく入りゼリーによる窒息事故の再発防止策について」を関係団体に発出
		11月	和牛のオーナーになれば高配当が得られるとうたい出資金を集めた「ふるさと牧場」の社長らが詐欺容疑で逮捕
		11月	「日本消費者法学会」設立
12. 1	全国消費者フォーラム「消費者の視点に立つ社会をめざして」開催（アルカディァ市ヶ谷）	12月	「平成20年版国民生活白書」刊行。わが国における07年度の悪質商法による被害額は、最大で3兆4,000億円にのぼるとの推計

2009年

1. 8	ミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーの現状について公表。国民生活生活センターでは95年から10回にわたり情報提供を実施。	1. 8	内閣府、厚労省、農水省の三者連名で「こんにゃく入りゼリーによる窒息事故の再発防止策の周知徹底について」を関係団体に通知
2. 4	公正取引委員会との意見交換会実施（霞ヶ関）	2月	疑似通貨『円天』を発行していた「L&G」の会長らが組織犯罪処罰法違反容疑で逮捕
2.26	消費者問題・企業トップセミナー「消費者の期待と信頼に応える企業経営」開催（経団連会館）	3月	「定額給付金」の支給を装った詐欺事件が各地で発生
3.24	第３回日中韓消費者政策協議会に出席（霞が関）		消費者団体訴訟で初めての和解が成立。英会話学校の運営業者に対し、不当勧誘の差し止めを求めていた事案
4. 1	紛争解決委員会設置・紛争解決手続スタート	4月	「消費生活用製品安全法」が一部改正。製造･輸入業者等に対し、製品の点検期間および標準使用期間の設定や、経年劣化についての注意表示等を義務付け
5.11	タイ消費者保護局一行来訪（東京､相模原）（12日まで）	5月	裁判員制度スタート
6月	早期警戒指標を開発、本格運用開始	5月	消費者庁設置関連３法案が参議院本会議において全会一致で可決・成立
6. 1	地方支援事業室設立（センター内限り）		新型インフルエンザが世界的流行。ＷＨＯはパンデミックを宣言
7月	市町村の消費生活相談窓口に実務経験豊富な「消費生活相談専門家」を派遣する「巡回訪問事業」を開始	7月	「水俣病被害者の救済及び水俣病問題の解決に関する特別措置法」が成立
			警視庁、「年金たまご」をうたったライフ･アップ本社などを出資法違反の容疑で家宅捜索
			国民生活審議会が44年間の歴史を終える
		8月	大阪高裁、家賃の更新料を徴収する条項は消費者契約法に照らし「無効」と判決
9.17	高齢者被害特別相談（高齢者110番）（18日まで）	9月	消費者行政の司令塔「消費者庁」と、その監視役となる「消費者委員会」が発足
			古い消火器の破裂による負傷事故が相次ぐ
		10月	法制審議会「18歳成人」を答申。若年者の消費者被害対策が課題に
11月	「ウイルス対策をうたったマスク－表示はどこまであてになるの？－」公表	11月	消費者庁、インターネット上の仮想空間等を取引する連鎖販売取引業者「ビズ・インターナショナル」に対し、特商法に基づく業務停止命令
		12月	「改正特商法」「改正割販法」が本格施行。指定商品･役務制の廃止をはじめ、大幅に規制を強化。
			経済産業省の消費経済審議会がライターの安全規制について検討を開始

2010年

1.16	土日祝日相談受付開始	1月	「消費者ホットライン」が全国で運用開始
2.26	消費者問題・企業トップセミナー「消費者庁創設と企業の消費者対応の展望」開催（アルカディア市ヶ谷）	2月	消費者庁が、米国アップル社にiTunes Storeの代金不当請求問題で公開質問状
3.29	システムを抜本的に刷新した「PIO-NET2010」運用開始		金融庁が、大量の個人情報を流出させた保険会社に対し、保険業法に基づく業務改善命令
3.31	全国消費者フォーラム「消費者庁創設!消費者市民社会の確立をめざして」開催（アルカディア市ヶ谷）	3月	中国の警察当局、中国産冷凍ギョウザ中毒事件(08年１月に判明)で製造元の元工員を逮捕
3.31	協力病院からの危害情報収集を終了	3月	イラク通貨（ディナール)､スーダン通貨等外国通貨購入の投資トラブル急増

4.16	行政刷新会議、事業仕分け評価者が国センを事前視察（相模原）	4月	大手英会話学校の「ジオス」が破産申請
4.20	野々山宏理事長就任	4月	宮崎県で牛、豚等の口蹄疫が流行
4.27	韓国消費者院院長一行来訪（東京）	5月	「パロマ工業」製湯沸器による一酸化炭素中毒で05年に２名が死傷した事故で、東京地裁が前社長に有罪判決
4.28	国センが行政刷新会議の事業仕分けの対象に（日本橋）		
5.18	消費者庁の依頼に基づきミニカップタイプのこんにゃく入りゼリーの販売実態について調査を実施。	5月	国民生活センターの調査を踏まえ、消費者庁は製造関係団体及び製造事業者等に対し再発防止策の周知に徹底を求める。
		6月	消費者金融への規制を強化する「改正貸金業法」が全面施行。
7.22	ベトナム工業商業省競争機構長一行来訪(相模原)		
10. 1	ICPEN会合出席（オランダ･ハーグ）（4日まで）	8月	消費者委員会初の建議
12. 7	「独立行政法人の事務･事業の見直しの基本方針」においてセンターの法人の在り方等について、「直接相談の廃止、相模原研修所については、研修施設としては廃止する」等の方針が示される	9月	貴金属等の訪問買取り被害多発消費者金融業者最大手「武富士」経営破たん
		11.17	こんにゃく入りゼリー、製品に欠陥なし判決(第1審)(請求棄却、原告控訴)
12.24	「第１回国民生活センターの在り方の見直しに係るタスクフォース」開催（8.26まで全15回開催）	11月	「消費生活用製品安全法施行令」改正（いわゆる使い捨てライターを追加指定）
2011年			
1.24	ペニーオークショントラブル急増で注意喚起	1月	グルーポン販売のおせち料理に苦情相談相次ぐ
3.31	「直接相談」の廃止	2月	「劇場型勧誘」によるトラブル増加
3.27	東日本大震災の発生を受け、消費生活相談を実施できない地域を支援するため､「震災に関連する悪質商法110番」開設（同年7.29まで）	3.11	東日本大震災発生
		3月	このころ、震災に便乗した商法続発 このころ、放射性物質に対する不安広がる
5月	東日本大震災被災地の相談窓口等に消費者問題の専門家（弁護士、司法書士、土地家屋調査士等）を派遣する事業を消費者庁と共同で開始	3月	ネット取引の中で、クレジットカードの決済代行がかかわるトラブルが深刻化
		4月	生食用牛肉で集団食中毒発生
6.20	「平日バックアップ相談」相談受付開始		「茶のしずく石鹸」による小麦アレルギー被害発覚全国で弁護団が結成される。
7.14	「小麦加水分解物を含有する「旧茶のしずく石鹸」による危害について公表		
			PlayStation Network個人情報流出事件発覚
8.26	「国民生活センターの在り方の見直しに係るタスクフォース」のとりまとめにおいて､「平成25年度に消費者庁に移管し、一元化することを目指す」とされる	7月	地上波テレビのアナログ放送を終了し、地上デジタル放送に完全移行（一部を除く）
			安愚楽牧場事件（５月民事再生法の適用申請、11月破産手続きへ）
9.15	高齢者被害特別相談（高齢者110番）（16日まで）		決済代行業者登録制度（任意）開始
9月	「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」研修施設での研修を廃止	9月	PSCマークのない使い捨てライター販売禁止
10.12	タスクフォースの結論をふまえ、「第１回国民生活センターの在り方の見直しに関する検証会議」開催（12.6まで全7回開催）		
11.16	韓国消費者院視察（相模原事務所）	11月	消費者庁越境消費者センター開設
12. 6	検証会議の中間報告として「国へ移行することが現実的」と、とりまとめられる。		
2012年			
1.20	「独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」（平成24年1月24日閣議決定」においてセンターの法人の在り方について､「平成25年度を目途に本法人の機能を国に移管する」の方針が示される		
1.23	美容医療・契約トラブル110番開設（27日まで）		

2.22	「第1回国民生活センターの国への移行を踏まえた消費者行政の体制の在り方に関する検討会」はじまる（8.22まで全14回）	2月	復興庁発足
3.14	ベトナム公正取引委員会来訪（東京事務所）		
5.22	詐欺的”サクラサイト商法”被害撲滅キャンペーン（6月29日まで）	5月	「オンラインゲームの『コンプガチャ』と景品表示法の景品規制
5月	「月刊国民生活」をWeb版「国民生活」へ移行		
8.22	「国民生活センターの国への移行を踏まえた消費者行政の体制の在り方に関する検討会」報告において、「消費者庁を移行先とすることが有力な考え方と言える」等の内容が盛り込まれる	8月	「消費者教育の推進に関する法」公布
		9月	「金融商品取引法」改正
9.11	高齢者被害特別相談（高齢者110番）（12日まで）		
11. 9	オマーン消費者保護局視察（相模原）	10.1	消費者安全調査委員会発足
12.28	森大臣が国民生活センターの国への移行について、「①平成25年度については、①国へ移行せず、独立行政法人として活躍してもらう、②国民生活センターの今後の在り方については、国への移行を含めてあらゆる選択肢を排除せず、1年間かけて検討」との発言がある	12.13	「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」施行（同年8月22日成立）
2013年			
1.24	「平成25年度予算編成の基本方針」（閣議決定）において、「独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針」（平成24年1月20日閣議決定）は、それ以前より決定していた事項を除いて全面凍結される	2.21	改正「特定商取引法」施行（2012年8月成立）
3.14	「第1回消費者行政の体制整備のための有識者意見交換会」開催（3.31まで全7回）		
4. 1	第３期中期目標期間スタート（平成29年3月31日までの期間）	4. 1	改正「消費者安全法」施行（2012年8月29日成立）
		5月	高齢者を狙った健康食品の送りつけ商法が激増
5.14	全国人民代表大会常務委員会法制工作委員会民法室来訪	6月	「食品表示法」公布 「食品衛生法」、「JAS法」、「健康増進法」、「消費者契約法」（食品表示法へ差止請求の対象拡大）改正
7.26	森大臣が「消費者行政の体制整備のための有識者意見交換会」の中間整理について記者公表		
7.29	試行的に「お昼の消費生活相談」開始	7月	カネボウ化粧品、美白化粧品による白斑トラブル発覚
8. 1	松本恒雄理事長就任		
12.24	「独立行政法人改革等に関する基本的な方針」（閣議決定）において、①中期目標管理型の法人とする、②相模原施設の再開については、施設の利用見込み、長期的なコスト等を総合的に勘案した上で、平成26年夏までに結論を得る、等の方針が示される	10月	ホテルや百貨店でのメニュー表示と異なる食材を使用していたことが社会問題化
		12月	アクリフーズ、冷凍食品の農薬混入事案発覚
		12月	「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」公布
2014年			
3. 4	「第1回国民生活センター相模原事務所研修施設の活用に関する懇談会」開催（7.31まで全4回）	4月	消費税５％から８％に変更
		5月	公的機関をかたる詐欺的勧誘が急増
5.21	タイ消費者保護委員会視察（東京事務所）	6月	改正「消費者安全法」公布（消費生活相談員の法定化）
6. 2	韓国消費者院職員研修受入（7.15まで）		
8. 2	台湾消費者保護官来訪（東京事務所）	7月	中国の工場における使用期限切れ鶏肉加工食品問題発覚
9. 4	「海外業者とのバイナリーオプション取引にご注意ください」公表		ベネッセコーポレーション、個人情報流出が発覚

9.18	「相談激増！遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘トラブルにご注意ください」公表。近畿ブロックの15の消費生活センターから賛同を得て総務省に要望を行う。	8月	デング熱感染が拡大
		9月	遠隔操作によるプロバイダ変更勧誘トラブル急増
		9月	海外業者とのバイナリーオプション取引トラブル増加
9.16	「高齢者悪質商法110番」開設（17日まで）	10月	消費者庁、株式会社木曽路に対し、景品表示法に基づき措置命令（優良誤認）
10.27	試行的に実施している「お昼の消費生活相談」の効果を検証する「お昼の消費生活相談等検証会議」開催（11.27まで全3回）	12月	ファストフード店等での異物混入報道
		12. 1	改正「景品表示法」施行（2014年6月6日成立）
11.28	台湾監察院委員来訪（東京事務所）	12.10	「特定秘密の保護に関する法律」施行（2013年12月6日成立）
2015年			
		1月	スカイマーク、民事再生手続開始申し立て
2.24	全国消費者フォーラム「地域がつなぐ消費者教育－消費者が主役の社会を目指して－」開催（アルカディア市ヶ谷）	3月	国土交通省、免震ゴムの試験データ改ざんに関し、東洋ゴムの認定取り消し
		4. 1	「食品表示法」施行
5月	相模原事務所研修施設の再開	5月	ウィルスメールにより大量の年金情報が流失
6. 1	「国民生活センター越境消費者センター」開設	5月	電気通信事業法改正
7.29	「お昼の消費生活相談」受付開始		
8月	「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成26年12月27日閣議決定）に基づく政府関係機関移転について、徳島県より東京事務所の誘致提案がなされる	7.1	消費者ホットライン３桁の電話番号「188」の案内開始
9.28	PIO－NET刷新（PIO-NET2015リリース）	10月	マイナンバー通知開始
11月	「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（平成26年12月27日閣議決定）に基づく政府関係機関移転について、徳島県より相模原事務所の誘致追加提案がなされる		スポーツ庁が発足
			旭化成建材、大型マンションの傾きに関し、基礎杭データ改ざんを謝罪
2016年			
2.18	投資や利殖をうたう仮想通貨の勧誘トラブルについて公表		
2.19	電力小売全面自由化に向けた経済産業省電力取引監視等委員会と連携協定を締結		
3.22	「政府関係機関移転基本方針」（平成28年3月22日まち・ひと・しごと創生本部決定）において、国民生活センターについて消費者庁の検証と並行して検証を行い移転に向けて8月末までに結論を得ることとされる		
4. 1	改正「消費者安全法」において「全国消費生活情報ネットワークシステム」と名称変更	4. 1	改正「景品表示法」（課徴金制度導入）施行（2014年11月成立）
4.26	消費者安全法に基づく「消費生活相談員資格試験」の登録試験機関として内閣総理大臣の登録を受ける		電力小売の全面自由化
		4.14	熊本地震発生
4.28	「熊本地震消費者トラブル110番」開始（7.14まで）		
5. 9	徳島県において、「政府関係機関移転基本方針」（平成28年3月22日まち・ひと・しごと創生本部決定）に基づき、研修業務及び商品テスト業務の試験的実施開始		自動車メーカーの燃費データ不正発覚
		6月	「改正消費者契約法」「改正特定商取引法」公布
		6.19	「公職選挙法等の一部を改正する法律」施行（2015年６月成立）、年齢満18年以上満20年未満の者が選挙に参加できること等とする
9. 1	「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（平成28年9月1日まち・ひと・しごと創生本部決定）		
9.27	ICPEN（ドイツ・テーガーン）（10.2まで）		

10. 1	国民生活センターの「使命」と「行動指針」策定･公表	10月	「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（消費者裁判手続特例法）」がスタート
11.12	慶應義塾大学法学部と共同で「日本ブラジル国際シンポジウム2016」を開催	12月	改正された家庭用品品質表示法の繊維製品品質表示規程施行（衣類等の繊維製品の洗濯表示が変更）
2017年			
		1月	景品表示法による初の課徴金納付命令
2.28	全国消費者フォーラム「私たちの消費が未来を創る」開催（アルカディア市ヶ谷）		このころ、仮想通貨が話題に。「仮想通貨元年」とも呼ばれる
		3月	格安旅行会社「てるみくらぶ」が経営破たん
4. 1	第４期中期目標期間スタート（平成34年3月31日までの期間）	4月	改正「資金決済法」施行､「仮想通貨」に関する新しい制度がスタート
6月	改正「独立行政法人国民生活センター法」公布、業務として特定適格消費者団体が申し立てる仮差押命令に担保を立てることが追加	5月	民法の一部を改正する法律が成立（約款規定の新設、賃貸借における敷金返済や原状回復に関するルールが明文化）
6.15	台湾消費者文教基金会とMOU調印	6.3	改正「消費者契約法」施行
7.24	徳島県に消費者行政新未来創造オフィス開設（研修業務及び商品テスト業務の実施）	7月	適格消費者団体等の活動を支援する「消費者スマイル基金」が設立
10. 1	改正「独立行政法人国民生活センター法」施行		
8.23	徳島県において、研修業務及び商品テスト業務の試験的実施の結果について公表		
9.14	「60歳以上の消費者トラブル110番」開設（15日まで）		
10. 1	適格消費者団体支援室設置		
12.29	特設電話相談「ジャパンライフ専用ダイヤル」を開設（1.3まで）	12.1	「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」施行
2018年			
		1月	振袖の販売・レンタル業を行う「はれのひ」突然の営業中止、晴れ着を成人式に着られないトラブル発生
2.27	全国消費者フォーラム「私たちの暮らしと消費者問題－明治150年を迎えて－」開催（アルカディア市ヶ谷）	2. 2	４省庁関係局長連絡会議決定「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」
		3. 1	「ジャパンライフ株式会社」、東京地裁により破産手続開始決定
		3月	日本仮想通貨交換業協会発足
		5.15	「株式会社スマートデイズ」、東京地裁により破産手続開始決定
4.21、22	沖縄国際映画祭へ参加し、消費者庁、沖縄県消費生活センターとともに消費者トラブルの防止を啓発	6. 1	改正医療法が施行され、医療機関のウェブサイト等も広告規制の対象となる
4.26	仮想通貨に関する様々なトラブルについて公表	6月	成年年齢を現行の20歳から18歳に引き下がる改正民法が成立
6.20	香港消費者委員会とMOU調印	6月	平成30年7月豪雨発生
		6. 1	改正「割賦販売法」施行(2016年12月2日成立)
7.13	「平成30年7月豪雨消費者トラブル110番」開設（9.12まで）	7月	消費者被害の未然防止、拡大防止を図るため、内閣総理大臣が会長を務める消費者政策会議で「架空請求対策パッケージ」取りまとめ
9.13	「60歳以上の消費者トラブル110番」開設（14日まで）	9. 3	「株式会社ケフィア事業振興会」、東京地裁により破産手続開始決定
		10. 5	金融庁、「スルガ銀行株式会社」に行政処分

11.11	日本消費者法学会大会シンポジウムで研究成果を報告	12月	特定適格消費者団体が東京医科大学が性別、浪人年数等で不当な選抜基準を設けていたことに対して入学検定料等の返還を求めて訴訟提起
12. 3	「訪日観光客消費者ホットライン」開設		
2019年			
3.28	「成年年齢引下げに向けた消費生活センターの対応に関する現況調査」公表		
4月	国民生活センター ADR制度開始後10年のまとめを公表		
4.25	ホームページに「改元に便乗した消費者トラブル」のコーナーを設置	5. 1	元号が「平成」から「令和」へ
6月	インターネットチケット転売トラブルについて公表	5月	消費者委員会「消費者行政新未来創造プロジェクト検証専門調査会報告書」公表
6. 6	商品事故の未然防止、拡大防止等を図るためAmazonと情報発信の協力を合意		
7月	5大学で教員免許更新講習を実施		
8. 8	まつげ美容液による危害について公表	8月	当センターのまつげ美容液に関する公表を受けて厚労省が各都道府県宛に安全性確保についての通知発出
8.19	消費者庁が「消費者庁新未来創造戦略本部」の設置について公表。		
9.5、6	G20消費者政策国際会合（消費者庁と徳島県共催）に参加		
10. 4	ラトビア共和国とMOCを締結		
11. 1	「令和元年秋台風関連消費者ホットライン」開設（12月13日まで）		
11.15	木製ベビーベッドの収納扉で乳幼児の窒息事故について消費者庁と連名公表	12月	消費者庁にて通信販売業者（「定期購入」）を立て続けに行政処分
12.20	電力・ガス自由化をめぐるトラブルについて公表	12月	除毛剤についての公表を受けて業界団体が会員向けに安全性確保への対応について文書発出。厚労省が各都道府県宛に使用上の注意についての通知発出。
12.19	定期購入トラブルが激増で3回目の公表		
12.19	除毛剤の使用による皮膚障害について注意喚起		
2020年			
1.16	「訪日観光客消費者ホットライン」開設から1年のまとめ公表		
2.10	エストニア共和国とMOC締結		
2.26	新型コロナウイルスに便乗した悪質商法について公表		
3.26	埼玉消費者被害をなくす会からの立担保援助要請を受け、立担保援助を実施。	4月	「緊急事態宣言」発令（7日：7都道府県、16日：全国に拡大）
5. 1	新型コロナウイルス給付金関連消費者ホットラインを開設		
5.21	公式LINEアカウントの開設		
7.21	給付金関連消費者ホットラインに豪雨関連の窓口を追加「給付金・豪雨関連消費者ホットライン」に	7月	東京医科大学に対する受験料等返還義務確認訴訟において被害回復裁判手続の第2段階である簡易確定手続の開始決定が出される。
		7月	九州で豪雨災害

独立行政法人国民生活センター法

平成14年12月４日法律第123号
最終改正　令和元年６月14日法律第37号

第１章　総則

（目的）

第１条　この法律は、独立行政法人国民生活センターの名称、目的、業務の範囲等に関する事項を定めることを目的とする。

（定義）

第１条の２　この法律において「消費者紛争」とは、消費生活に関して消費者（個人（事業として又は事業のためにした行為が紛争の原因になった場合におけるものを除く。）をいう。以下同じ。）又は消費者契約法（平成12年法律第61号）第12条の２第１項に規定する差止請求を行う適格消費者団体（同法第２条第４項に規定する適格消費者団体をいう。）と事業者（法人その他の団体及び事業として又は事業のためにした行為が紛争の原因になった場合における個人をいう。）との間に生じた民事上の紛争をいう。

２　この法律において「重要消費者紛争」とは、消費者紛争のうち、消費者に生じ、若しくは生ずるおそれのある被害の状況又は事案の性質に照らし、国民生活の安定及び向上を図る上でその解決が全国的に重要であるものとして内閣府令で定めるものをいう。

（名称）

第２条　この法律及び独立行政法人通則法（平成11年法律第103号。以下「通則法」という。）の定めるところにより設立される通則法第２条第１項に規定する独立行政法人の名称は、独立行政法人国民生活センターとする。

（センターの目的）

第３条　独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）は、国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施し、及びその利用を容易にすることを目的とする。

（中期目標管理法人）

第３条の２　センターは、通則法第二条第二項に規定する中期目標管理法人とする。

（事務所）

第４条　センターは、主たる事務所を神奈川県に置く。

（資本金）

第５条　センターの資本金は、附則第２条第６項の規定により政府から出資があったものとされた金額とする。

２　政府は、必要があると認めるときは、予算で定める金額の範囲内において、センターに追加

して出資することができる。
３　センターは、前項の規定による政府の出資があったときは、その出資額により資本金を増加するものとする。

第２章　役員及び職員

（役員）

第６条　センターに、役員として、その長である理事長及び監事２人を置く。
２　センターに、役員として、理事３人以内を置くことができる。

（理事の職務及び権限等）

第７条　理事は、理事長の定めるところにより、理事長を補佐してセンターの業務を掌理する。
２　通則法第19条第２項の個別法で定める役員は、理事とする。ただし、理事が置かれていないときは、監事とする。
３　前項ただし書の場合において、通則法第19条第２項の規定により理事長の職務を代理し又はその職務を行う監事は、その間、監事の職務を行ってはならない。

（理事の任期）

第８条　理事の任期は、２年とする。

（役員及び職員の服務等）

第９条　センターの役員及び職員は、その職務上知ることができた秘密を漏らし、又は盗用してはならない。これらの者がその職を退いた後も、同様とする。
２　センターの役員及び職員は、刑法（明治40年法律第45号）その他の罰則の適用については、法令により公務に従事する職員とみなす。

第３章　業務

第１節　業務の範囲

第10条　センターは、第３条の目的を達成するため、次に掲げる業務を行う。
⑴　国民に対して国民生活の改善に関する情報を提供すること。
⑵　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。
⑶　前２号に掲げる業務に類する業務を行う行政庁、団体等の依頼に応じて国民生活に関する情報を提供すること。
⑷　国民生活の実情及び動向に関する総合的な調査研究を行うこと。
⑸　国民生活に関する情報を収集すること。
⑹　重要消費者紛争の解決を図ること。
⑺　特定適格消費者団体（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）第２条第10号に規定する特定適格消費者団体をいう。）が行う同法第56条第１項の申立てに係る仮差押命令の担保を立てること。
⑻　前各号の業務に附帯する業務を行うこと。

第２節　重要消費者紛争解決手続

第１款　紛争解決委員会

（設置、権限等）

第11条　センターに紛争解決委員会（以下「委員会」という。）を置く。

２　委員会は、重要消費者紛争の解決のための和解の仲介及び仲裁の手続（以下「重要消費者紛争解決手続」と総称する。）の実施その他この法律の規定によりその権限に属させられた事項を処理する。

３　委員会は、独立してその職権を行う。

（組織）

第12条　委員会は、委員15人以内をもって組織する。

２　委員は、非常勤とする。

（委員の任命等）

第13条　委員は、法律又は商品若しくは役務の取引に関する専門的な知識経験を有する者のうちから、内閣総理大臣の認可を受けて、理事長が任命する。

２　次の各号のいずれかに該当する者は、委員となることができない。

⑴　破産手続開始の決定を受けて復権を得ない者

⑵　禁錮以上の刑に処せられ、その刑の執行を終わり、又はその刑の執行を受けることがなくなった日から５年を経過しない者

３　委員が前項各号のいずれかに該当するに至ったときは、当然失職する。

４　通則法第23条第２項の規定は、委員について準用する。

（委員の任期）

第14条　委員の任期は、２年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

２　委員は、再任されることができる。

３　委員の任期が満了したときは、当該委員は、後任者が任命されるまで引き続きその職務を行うものとする。

（委員の服務等）

第15条　委員は、職務上知ることのできた秘密を漏らし、又は盗用してはならない。その職を退いた後も、同様とする。

２　委員は、刑法その他の罰則の適用については、法令により公務に従事する職員とみなす。

（特別委員）

第16条　重要消費者紛争解決手続に参与させるため、委員会に、特別委員を置くことができる。

２　特別委員の任期は、２年とする。

３　第12条第２項、第13条第１項から第３項まで、第14条第２項及び前条並びに通則法第23条第２項の規定は、特別委員について準用する。

（委員長）

第17条　委員会に、委員長を置き、委員の互選によりこれを定める。

２　委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3　委員長に事故があるときは、あらかじめその指名する委員が、その職務を代理する。

（会議及び議決）

第18条　委員会は、委員長が招集する。

2　委員会は、委員長又は前条第３項の規定により委員長の職務を代理する委員（第21条第２項において「委員長代理者」という。）が出席し、かつ、現に在任する委員の過半数の出席がなければ、会議を開き、議決をすることができない。

3　委員会の議事は、出席者の過半数で決し、可否同数のときは、委員長の決するところによる。

第２款　和解の仲介

第１目　手続

（手続の開始）

第19条　重要消費者紛争の当事者の双方又は一方は、委員会に対し、和解の仲介の申請をすることができる。

2　前項の申請は、書面でしなければならない。

3　次条第１項に規定する仲介委員は、第１項の申請に係る紛争が重要消費者紛争に該当しないと認めるときは、当該申請を却下しなければならない。

4　前項の規定により第１項の申請を却下する決定に不服がある者は、委員会に対し、異議を申し出ることができる。

5　和解の仲介の申請が重要消費者紛争の当事者の一方からされたものであるときは、委員会は、他方の当事者に対し、速やかに、第２項の書面の写しを添えてその旨を通知するとともに、委員会が行う仲介により当該重要消費者紛争の和解による解決を図る意思があるかどうかを確認しなければならない。

（仲介委員）

第20条　委員会が行う和解の仲介の手続（前条第３項の規定による手続を含む。以下「和解仲介手続」という。）は、１人又は２人以上の仲介委員（和解仲介手続を実施する者をいう。以下同じ。）によって実施する。

2　仲介委員は、事件ごとに、委員又は特別委員のうちから、委員長が指名する。

3　委員長は、前項の規定により仲介委員を指名するに当たっては、委員又は特別委員の有する知識経験その他の事情を総合的に勘案し、仲介委員の構成について適正を確保するように配慮しなければならない。

4　仲介委員は、中立かつ公正な立場において、和解仲介手続を実施しなければならない。

5　２人以上の仲介委員が指名されている場合には、和解仲介手続上の事項は、仲介委員の過半数で決する。

（仲介委員の忌避）

第21条　仲介委員について和解仲介手続の公正を妨げるべき事情があるときは、当事者は、その仲介委員を忌避することができる。

2　仲介委員の忌避についての決定は、当事者の申立てにより、委員長（申立てに係る仲介委員

が委員長である場合にあっては委員長代理者、委員長及び委員長代理者である場合にあってはあらかじめ委員長の指名する委員）が行う。

３　前項の申立てをしようとする当事者は、仲介委員が指名されたことを知った日又は忌避の原因があることを知った日のいずれか遅い日から15日以内に、忌避の原因を記載した申立書を委員長に提出しなければならない。

４　仲介委員は、第２項の申立てがあったときは、同項の決定があるまで和解仲介手続を中止しなければならない。ただし、急速を要する行為については、この限りでない。

（出席及び文書等の提出の要求）

第22条　仲介委員は、和解の仲介を行うために必要があると認めるときは、当事者に対し、和解仲介手続への出席又は事件に関係のある文書若しくは物件の提出を求めることができる。

（手続の非公開）

第23条　和解仲介手続は、公開しない。

（弁護士の助言）

第24条　仲介委員のうちに弁護士がいない場合（司法書士法（昭和25年法律第197号）第３条第１項第７号に規定する紛争について行う和解仲介手続において、仲介委員のうち少なくとも１人が同条第２項に規定する司法書士である場合を除く。）において、和解仲介手続の実施に当たり法令の解釈適用に関し専門的知識を必要とするときは、仲介委員は、弁護士である委員又は特別委員の助言を受けるものとする。

（和解案の受諾勧告）

第25条　仲介委員は、和解案を作成し、当事者に対し、その受諾を勧告することができる。

（手続の終了）

第26条　仲介委員は、申請に係る重要消費者紛争がその性質上和解の仲介をするのに適当でないと認めるとき、又は当事者が不当な目的でみだりに和解の仲介の申請をしたと認めるときは、和解仲介手続を終了させなければならない。

２　仲介委員は、和解仲介手続によっては当事者間に和解が成立する見込みがないと認めるときは、和解仲介手続を終了させることができる。

３　仲介委員は、前２項の規定により和解仲介手続を終了させたときは、その旨を当事者に通知しなければならない。

第２目　和解仲介手続の利用に係る特例

（時効の中断）

第27条　前条第２項の規定により仲介委員が和解仲介手続を終了させた場合において、和解の仲介の申請をした者が同条第３項の規定による通知を受けた日から１月以内に当該和解仲介手続の目的となった請求について訴えを提起したときは、時効の中断に関しては、当該和解の仲介の申請の時に、訴えの提起があったものとみなす。

（訴訟手続の中止）

第28条　重要消費者紛争について当該重要消費者紛争の当事者間に訴訟が係属する場合において、次の各号のいずれかに掲げる事由があり、かつ、当該当事者の共同の申立てがあるときは、

受訴裁判所は、４月以内の期間を定めて訴訟手続を中止する旨の決定をすることができる。

⑴　当該重要消費者紛争について、当該重要消費者紛争の当事者間において和解仲介手続が実施されていること。

⑵　前号のほか、当該重要消費者紛争の当事者間に和解仲介手続によって当該重要消費者紛争の解決を図る旨の合意があること。

２　受訴裁判所は、いつでも前項の決定を取り消すことができる。

３　第１項の申立てを却下する決定及び前項の規定により第１項の決定を取り消す決定に対しては、不服を申し立てることができない。

第３款　仲裁

（手続の開始）

第29条　重要消費者紛争の当事者の双方又は一方は、委員会に対し、仲裁の申請をすることができる。

２　当事者の一方がする仲裁の申請は、この法律の規定による仲裁に付する旨の合意に基づくものでなければならない。

３　第19条第２項から第４項までの規定は、委員会が行う仲裁の手続について準用する。この場合において、同条第２項中「前項の」とあり、並びに同条第３項及び第４項中「第１項の」とあるのは「第29九条第１項の」と、同条第３項中「次条第１項に規定する仲介委員」とあるのは「第30条第１項に規定する仲裁委員」と読み替えるものとする。

（仲裁委員）

第30条　委員会が行う仲裁の手続（前条第３項において読み替えて準用する第19条第３項の規定による手続を含む。以下同じ。）は、１人又は２人以上の仲裁委員（当該仲裁の手続を実施する者をいう。以下同じ。）によって実施する。

２　仲裁委員は、委員又は特別委員のうちから当事者が合意によって選定した者につき、委員長が指名する。ただし、当事者の合意による選定がされなかったときは、委員又は特別委員のうちから委員長が指名する。

３　仲裁委員のうち少なくとも一人は、弁護士（司法書士法第３条第１項第７号に規定する紛争について行う仲裁の手続の場合にあっては、弁護士又は同条第２項に規定する司法書士）でなければならない。

４　委員長は、第２項ただし書の規定により仲裁委員を指名するに当たっては、委員又は特別委員の有する知識経験その他の事情を総合的に勘案し、仲裁委員の構成について適正を確保するように配慮しなければならない。

５　仲裁委員は、中立かつ公正な立場において、仲裁の手続を実施しなければならない。

（文書等の提出の要求）

第31条　仲裁委員は、仲裁を行うために必要があると認めるときは、当事者に対し、事件に関係のある文書又は物件の提出を求めることができる。

（手続の非公開）

第32条　仲裁の手続は、公開しない。

（仲裁法の規定の適用）

第33条　仲裁委員は、委員会が仲裁を行う場合における仲裁法（平成15年法律第138号）の適用については、仲裁人とみなす。

第４款　雑則

（裁判外紛争解決手続を実施する他の者との連携）

第34条　委員会は、重要消費者紛争解決手続の実施に当たっては、消費者紛争について裁判外紛争解決手続（裁判外紛争解決手続の利用の促進に関する法律（平成16年法律第151号）第１条に規定する裁判外紛争解決手続をいう。）を実施する国の機関、地方公共団体及び民間事業者との適切な役割分担に配慮しつつ、これらの者と相互に連携を図り、紛争の実情に即した適正かつ迅速な解決が行われるように努めなければならない。

（業務規程）

第35条　委員会は、重要消費者紛争解決手続並びに次条の規定による公表及び第37条の規定による勧告の実施に必要な細則について、業務規程を定め、これを公表するものとする。

（結果の概要の公表）

第36条　委員会は、和解仲介手続又は仲裁の手続が終了した場合において、国民生活の安定及び向上を図るために必要と認めるときは、それらの結果の概要を公表することができる。

（義務履行の勧告）

第37条　委員会は、和解又は仲裁判断で定められた義務について、権利者の申出がある場合において、相当と認めるときは、義務者に対し、当該義務の履行に関する勧告をすることができる。

２　前項の場合において、委員会は、当該義務の履行状況について、当事者に報告を求め、又は調査をすることができる。

（審査請求及び行政事件訴訟の制限）

第38条　この節（第一款を除く。）の規定による処分又はその不作為については、審査請求及び行政事件訴訟法（昭和37年法律第139号）による訴えの提起をすることができない。

（内閣府令への委任）

第39条　この法律に規定するもののほか、委員会、重要消費者紛争解決手続並びに第36条の規定による公表及び第37条の規定による勧告に関し必要な事項は、内閣府令で定める。

第３節　消費者紛争に関するセンターのその他の業務

（訴訟の準備又は追行の援助）

第40条　センターは、和解仲介手続によって重要消費者紛争が解決されなかった場合において、和解の仲介の申請をした消費者が当該和解仲介手続の目的となった請求について訴えを提起するときは、訴訟の準備又は追行の用に供するための資料（重要消費者紛争解決手続において当事者が提出したものを除く。）で内閣府令で定めるものを提供することができる。

２　前項の規定により資料の提供を受けた消費者は、当該資料を同項の訴訟の準備又は追行の用に供する目的以外の目的に利用してはならない。

（消費者紛争に関する苦情の申出に係る業務）

第41条　センターは、委員会が行う重要消費者紛争解決手続のほか、消費者から消費者紛争に関する苦情の申出があった場合には、次に掲げる業務を行う。

⑴　当該消費者紛争の実情に即した解決を図るのにふさわしい手続の選択に資する情報を当該消費者に提供すること。

⑵　当該苦情の処理のためのあっせんを行うこと。

（情報の収集、公表等）

第42条　センターは、消費者紛争の発生を防止するため、消費生活に関する情報を有する地方公共団体その他の者に対し、当該情報の提供を依頼することができる。

２　センターは、前項の規定により提供を受けた情報その他収集した消費生活に関する情報を整理し、及び分析し、国民生活の安定及び向上を図るために必要と認める場合には、その結果を公表し、又は関係行政機関に対し、意見を付して当該結果を通知するものとする。

第４章　財務及び会計

（利益及び損失の処理の特例等）

第43条　センターは、通則法第29条第２項第１号に規定する中期目標の期間（以下この項において「中期目標の期間」という。）の最後の事業年度に係る通則法第44条第１項又は第２項の規定による整理を行った後、同条第１項の規定による積立金があるときは、その額に相当する金額のうち内閣総理大臣の承認を受けた金額を、当該中期目標の期間の次の中期目標の期間に係る通則法第30条第１項の認可を受けた中期計画（同項後段の規定による変更の認可を受けたときは、その変更後のもの）の定めるところにより、当該次の中期目標の期間における第10条に規定する業務の財源に充てることができる。

２　内閣総理大臣は、前項の規定による承認をしようとするときは、財務大臣に協議しなければならない。

３　センターは、第１項に規定する積立金の額に相当する金額から同項の規定による承認を受けた金額を控除してなお残余があるときは、その残余の額を国庫に納付しなければならない。

４　前３項に定めるもののほか、納付金の納付の手続その他積立金の処分に関し必要な事項は、政令で定める。

（長期借入金）

第43条の２　センターは、第10条第７号に掲げる業務又はこれに附帯する業務に必要な費用に充てるため、内閣総理大臣の認可を受けて、長期借入金をすることができる。

２　センターは、毎事業年度、長期借入金の償還計画を立てて、内閣総理大臣の認可を受けなければならない。

３　内閣総理大臣は、前２項の規定による認可をしようとするときは、財務大臣に協議しなければならない。

第５章　雑則

（緊急の必要がある場合の内閣総理大臣の要求）

第44条　内閣総理大臣は、商品の流通又は役務の提供が国民の生命、身体若しくは財産に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合その他の事情が生じた場合において、国民に対して緊急に情報を提供する必要があると認めるときは、センターに対し、第10条第１号及び第２号に掲げる業務に関し必要な措置をとることを求めることができる。

２　センターは、内閣総理大臣から前項の規定による求めがあったときは、正当な理由がない限り、その求めに応じなければならない。

（主務大臣等）

第45条　センターに係る通則法における主務大臣及び主務省令は、それぞれ内閣総理大臣及び内閣府令とする。

（国家公務員宿舎法の適用除外）

第46条　国家公務員宿舎法（昭和24年法律第117号）の規定は、センターの役員及び職員には適用しない。

第６章　罰則

第47条　第９条第１項又は第15条第１項（第16条第３項において準用する場合を含む。）の規定に違反した者は、１年以下の懲役又は50万円以下の罰金に処する。

第48条　第40条第２項の規定に違反した者は、30万円以下の過料に処する。

第49条　次の各号のいずれかに該当する場合には、その違反行為をしたセンターの役員は、20万円以下の過料に処する。

⑴　第10条に規定する業務以外の業務を行ったとき。

⑵　第43条第１項の規定により内閣総理大臣の承認を受けなければならない場合において、その承認を受けなかったとき。

⑶　第43条の１第1項又は第2項の規定により内閣総理大臣の認可を受けなければならない場合において、その認可を受けなかったとき。

附　則　略

【50周年記念誌について】

本記念誌は、「国民生活センター二十年史」（20周年記念誌）、「90年代の国民生活センターの歩み」（30周年記念誌）、「国民生活センター 40周年記念誌 －2000 ～ 2009年度の歩み」（40周年記念誌）の原稿を再構成し、直近10年について50周年事業室及び各部にて加筆したものである。

2020年９月30日発行

編集・発行　　独立行政法人国民生活センター
〒108-8602　東京都港区高輪3-13-22
電話　03(3443)6284

印刷・製本　　株式会社プリントン

●この本はグリーン購入法に沿った再生紙等を使っています。

独立行政法人
国民生活センター