

行政改革推進会議 独立行政法人改革等に関する分科会
第三ワーキンググループ 説明資料

独立行政法人国民生活センター関係

平成25年11月12日
消費者庁

目次

- I . 国民生活センターの在り方について……2
- II . 国民生活センター相模原事務所研修施設の活用について……………16

I. 国民生活センターの在り方について

1. 経緯

・平成22年4月 行政刷新会議における評価結果

「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」

・平成22年12月閣議決定 独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針

【組織の見直し】

事務・事業	講ずべき措置	実施時期	具体的内容
組織の見直し	法人の在り方の見直し	22年度から実施	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な見直しと並行して、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。

・平成24年1月閣議決定 独立行政法人の制度及び組織の見直しの基本方針 →平成25年1月に当面凍結
「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、平成25年度を目途に本法人の機能を国に移管」

・平成24年8月 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
「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」

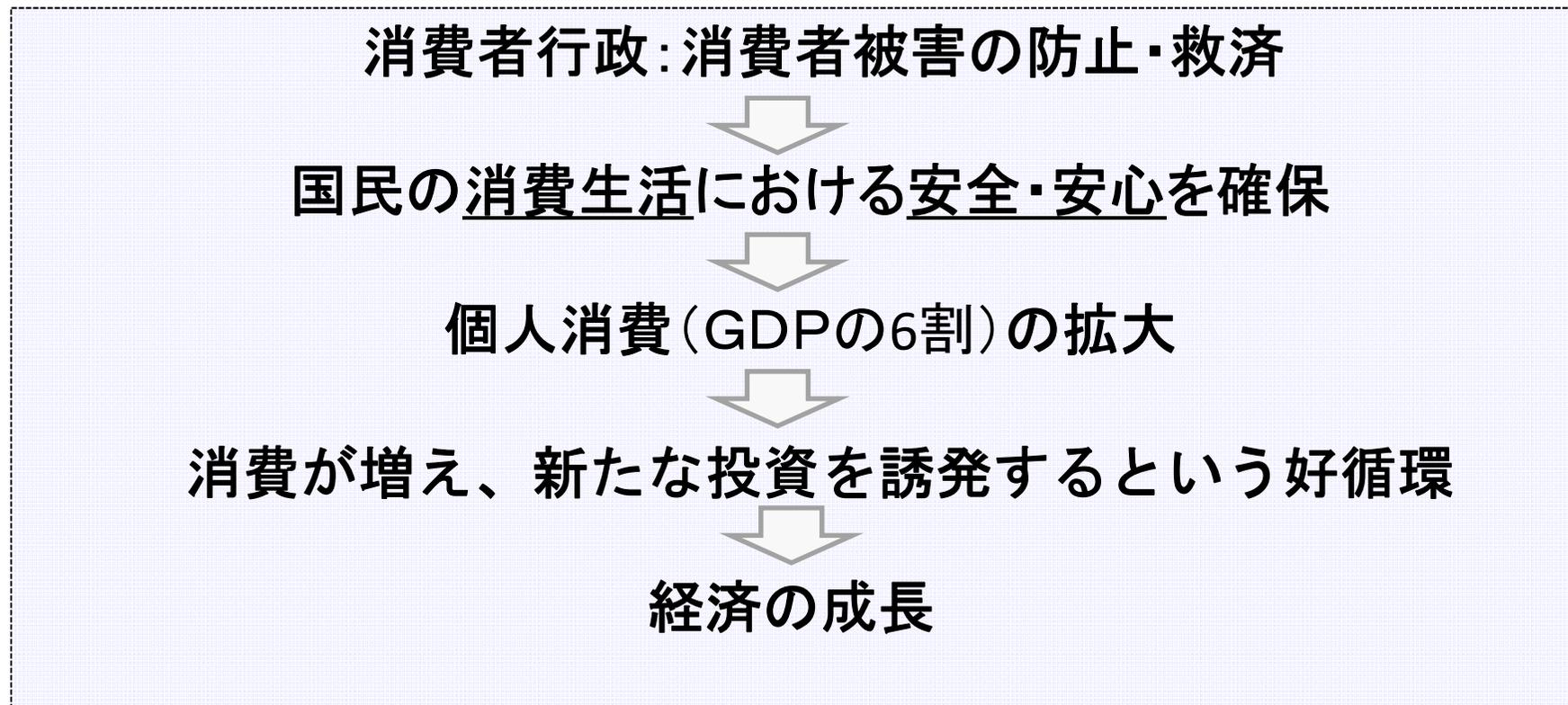
・平成24年12月 森大臣発言

「国民生活センター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。」
「いずれにせよ、国民生活センターの機能は強化してまいりたい。」

・平成25年3月～ 森大臣が様々な立場の有識者と意見交換を行う「消費者行政の体制整備のための意見交換会」を開催。

2. 安倍内閣の成長戦略と消費者行政

- 安倍内閣では「三本の矢」（いわゆるアベノミクス）を強力に推進する中、成長戦略「日本再興戦略」は、「消費が増え、新たな投資を誘発するという好循環」を目指している。
- それを実現するためには、同戦略が進める規制改革とともに、消費者行政が消費者の安全・安心を確保するセーフティネットとして機能し、消費者の様々な不安を払拭することが不可欠。
(消費者安心戦略の推進)【P 6 参照】



3. 経済社会の変化と国民生活センターの機能充実

- 新たな課題に対して機動的に行政サービスを提供する必要性が増大。

主な経済社会の変化

1. 高齢化

被害に遭った高齢者等が再び狙われ被害に遭う二次被害の顕著な増加【P7参照】

2. 国際化

国境を越えた商取引、東京オリンピック開催

3. 新たな消費者関連制度

- (1) 消費者安全調査委員会の設置(平成24年)
- (2) 消費者教育推進法の成立(平成24年)
- (3) 食品表示法の成立(平成25年)
- (4) 消費者裁判手続特例法案(平成25年閣議決定。国会審議中)

国民生活センターの機能の充実の必要性

1. 高齢者等の見守り体制や啓発事業の拡充

- ・自治体職員
- ・消費生活センター相談員
- ・高齢者等を見守る担い手(地域サポーター)の研修、情報提供

2. 越境消費者トラブル対応と外国人対応(食の安全・安心に対する信頼)

3. 要請される機能

- (1) 調査委員会依頼の事故品の分析・再現テスト
- (2) 消費者教育担い手の研修・人材育成
- (3) 自治体職員・相談員の研修、適格消費者団体に対する食品表示に関する情報提供等の支援
- (4) 消費者裁判手続特例法の施行前の事案対応(多数事案にかかるADR(裁判外紛争解決手続)機能)

4. 独立行政法人改革の方向性

- 独法制度を維持し、独法本来の趣旨（行政本体：企画立案部門、独法：実施部門）に立ち返る。

基本的考え方

- 第1次安倍内閣時の改革を推進・加速。
- 独法本来の趣旨（行政本体：企画立案部門、独法：実施部門）に立ち返り、スリム化・効率化。「民でできることは民で」の視点を貫徹。
- 各法人の長の差配の下、自主性を発揮しながらその特性に応じ機動的、弾力的な業務運営。そのため、企業の経営手法を最大限導入。

具体的な見直し

- ① PDCAサイクルが機能する目標・評価の仕組みの構築
- ② 法人の内外から業務運営を改善する仕組みの導入
- ③ 財政規律、報酬・給与等の見直し及び情報公開の充実
- ④ 法人の特性を踏まえた法人の整理と類型化

改革に対する基本姿勢

- 今回の改革の目的は、
 - ・ 財源の多くが税金であることを踏まえ、適切なガバナンスを構築するとともに、国民に対する説明責任を的確に果たされるようにすること。
 - ・ 制度創設時に想定された自主的・裁量的な業務運営の仕組みやインセンティブなどをより機能させ、経営資源が一層有効活用できるようにし、政策実施機能を向上させること。
- それらを実現するため、独立行政法人制度を維持した上で、制度面、運用面での見直しを行うことが必要。
- 本改革を通じて、独法制度の本来の趣旨と基本理念を具現化するとともに、各法人の職員が誇りをもって職務を遂行し、職員の自発性、創意工夫を通じて経済成長や国民性格の向上に最大限貢献。

「消費者安心戦略」の推進

— 経済社会情勢を踏まえ、消費者の安全・安心確保対策を強化 —

安倍内閣が「三本の矢」(いわゆるアベノミクス)を強力に推進する中、成長戦略「日本再興戦略」が目指す「消費が増え、新たな投資を誘発するという好循環」の実現には、健全で活気と厚みのある消費市場の構築が不可欠。このため、消費者の不安を払拭し、安全・安心を確保するための「消費者安心戦略」を積極的に推進。

「物価・消費市場関連対策」の推進

- 経済金融情勢を踏まえつつ、生活関連物資等に係る物価動向を注視する体制を強化する。また、公共料金改定や消費者相談の充実に向けて適切な対応を確保する。
(消費の5割程度は生活必需品)
- 成長戦略を踏まえ、市場における消費者と事業者の協働・連携を支援すること等により、消費者の多様な好みやニーズを反映した市場の創出、消費の拡大・活性化を目指す。

< 「物価関連対策」の推進 >

- 物価モニター体制の強化
- 公共料金改定の際の料金の適正性の確保
- 消費生活相談員の一層の質向上と養成・確保

< 「消費市場関連対策」の推進 >

- 消費者と事業者との協働支援
(商品企画・開発段階での消費者の参画、食品ロスの削減等)
- リスクコミュニケーション、風評被害対策など

「消費者安全・安心確保対策」の推進

- GDPの6割を占める消費の拡大は、経済成長に必要不可欠。一方で、多様な取引形態の出現や新たな食品・製品の増加の中で、消費者の生命・身体や財産が脅かされるという不安が増大。
- このため、積極的な消費者被害防止対策の展開や、消費者被害回復のための取組などを通じて、消費者の生命・身体・財産の安全・安心確保に取り組む。

< 「消費者被害防止対策」の積極展開 >

- 消費者教育の充実
- トラブルに遭うリスクの高い消費者(高齢者、被害経験者等)を守る「地域ネットワーク」の構築や啓発活動等

< 「消費者被害回復」のための取組 >

- 「消費者被害の集団的回復のための裁判手続」の構築を始めとした消費者被害回復のための取組の充実
- 地域における身近な消費生活相談体制の強化

< 生命・身体・財産の安全・安心確保 >

- 食品表示の充実
- リコール情報の周知強化による事故再発防止
- 悪質商法への厳正な取締りと消費者取引の適正化

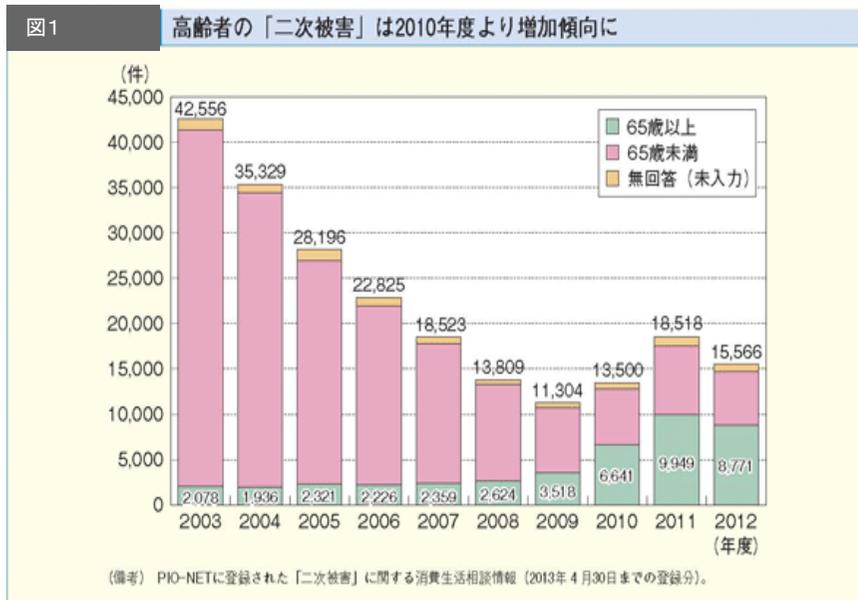
「消費者被害防止対策」の積極展開

背景（高齢消費者被害の実態）

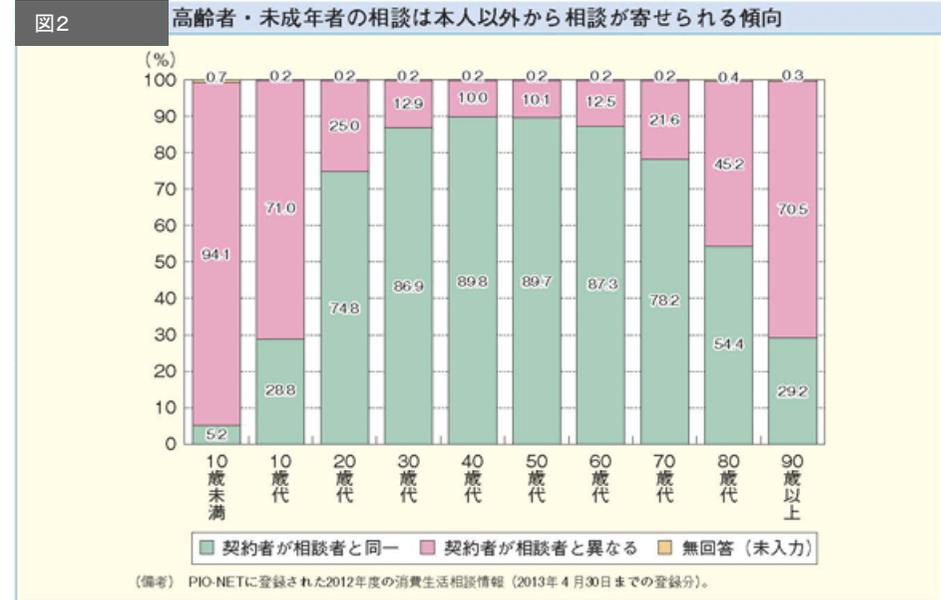
- ・近年、高齢者の消費者被害については、その相談件数が高齢者の人口の伸び以上に増加しており、また、これまで被害に遭った高齢者が再び狙われ被害に遭う「二次被害」も増加傾向にある（注1）。
- ・また、トラブルへの対応について、本人以外の者から相談が寄せられる場合が多く、被害に遭った高齢者本人が相談に行かないことが多いため、アウトリーチ（訪問支援）等の積極的な見守り対策やサポートを講じることが必要（注2）。

図1及び図2の出典：「平成25年版消費者白書」

高齢者を中心に二次被害が増加



高齢者のトラブルは、周りの人からの相談が多い



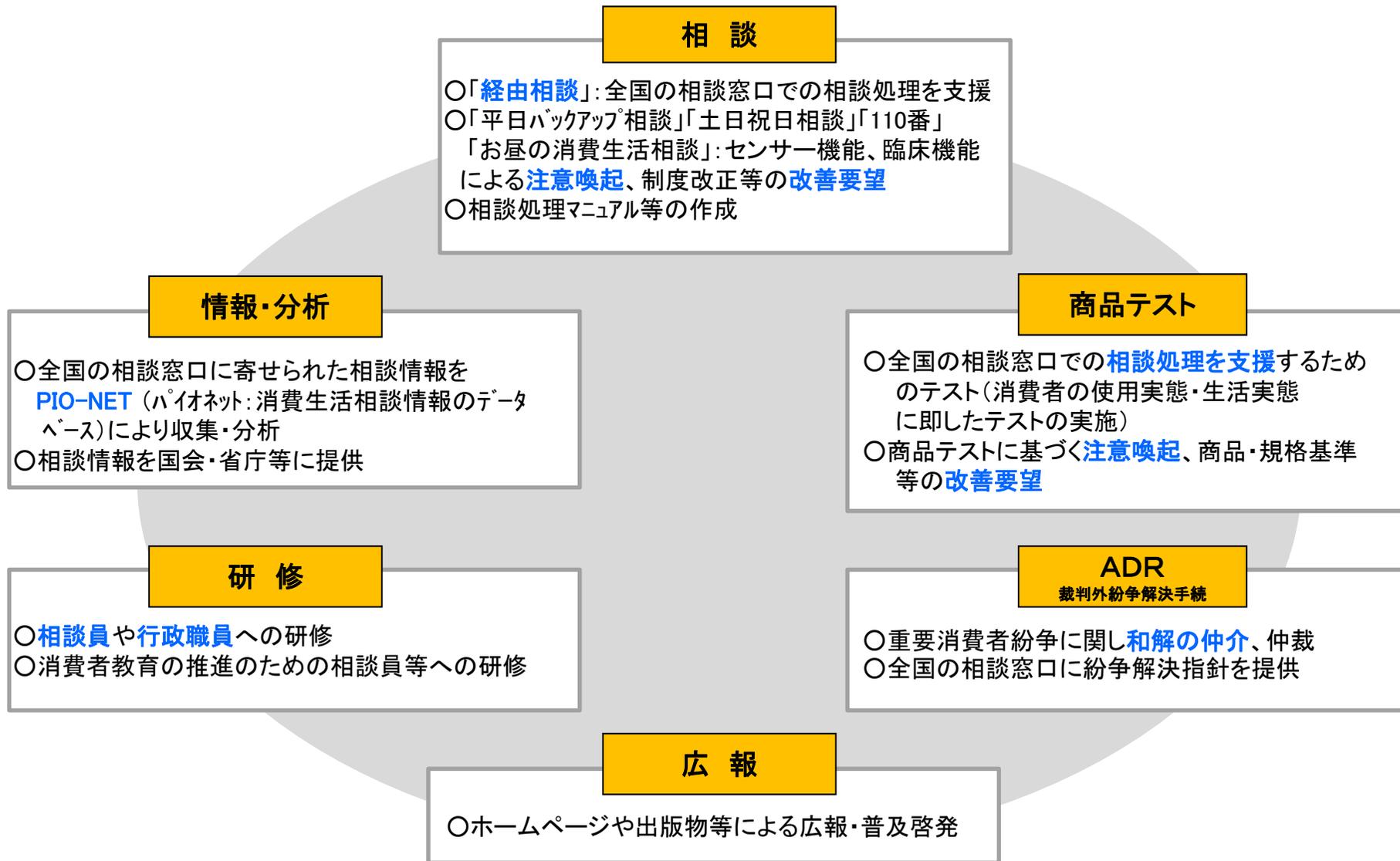
(注1) 高齢者の消費者被害の増加については、加齢や認知症等の要因により判断力が低下しつつある人が増加していることが背景として挙げられる。

なお、認知症高齢者については、認知症有病者数の約440万人と、MCI(正常と認知症の中間状態)有病者数の約380万人を併せると、約820万人と推計されている(平成22年)。

出典：平成25年6月13日「社会保障制度改革国民会議事務局資料」

(注2) 全国の警察は、投資詐欺等の犯行グループから押収した名簿(約120万人分)を使って、名前の掲載されている高齢者に注意を呼びかける取組を実施している。

【国民生活センターの事業概要】各業務は相互補完性・一体性を持って機能



【国民生活センター位置づけ】消費者行政の推進に必要不可欠な存在

消費者行政における**中核的な実施機関**(消費者基本法25条)

- ・消費者問題は**複雑化・高度化し絶えず変化**
特定の地域にとどまらず**広域的**に発生
- ・迅速・適切な対応には、高度の**知見・ノウハウ**が必要
(知見・ノウハウを個々の地方公共団体が備えることは困難)

①司令塔機能の発揮に必要不可欠な存在

- 消費者被害全般**にわたり相談受付
- 全国の相談情報を**PIO-NET**(消費生活相談情報のデータベース)により収集

⇒ 収集・分析した情報を消費者庁に提供
消費者庁に対して制度改正等の**改善要望**

} 消費者行政の司令塔機能の重要な**情報源**

※消費者庁と日常的に緊密な連携(毎週情報共有打合せなど)

②地方消費者行政の推進に必要不可欠な存在

- 各業務により得られた**豊富な情報**や**専門的な知見・ノウハウ**を**長年培い蓄積**

⇒ 全国各地の消費生活センター・相談窓口提供・活用(効率的・効果的)

③消費者への注意喚起に必要不可欠な存在

- 自らが直に**相談処理**や**商品テスト**を実施

⇒ 実際の手口や問題点、消費者へのアドバイス(注意点・解決方法)について、**詳細かつ機動的な注意喚起**
全国の消費者に一律・広域的に注意喚起(効率的・効果的)

国民生活センターと地方との連携

国民生活センターは地方消費者行政の推進において必要不可欠な存在

→ あらゆる機会を捉えて、地方公共団体と連携

【連携・連絡会議】

全国の消費生活センター(所長・担当職員等)との各種会議を毎年度開催
：事業の報告・協力依頼とともに、共通の課題について情報交換・検討

会議名等	出席者	実績(平成24年度)
全国消費生活センター所長会議	都道府県・政令市のセンター所長	76名
ブロック別消費生活センター所長会議	各ブロックのセンター所長・職員	全国7ヶ所 207名
全国中核市消費者行政協議会	中核市(10程度)のセンター所長・職員	11名

【相談】

- 全国各地でトラブルが発生している事業者、処理が困難な事業者について、国民生活センターで一括処理
- 地方公共団体と共同で110番を実施(高齢者110番、金儲けソフト勧誘トラブル110番など)

【情報・分析】

- PIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)を全国の消費生活センター等と協力して運営

【研修】

- 相談員・行政職員向けの研修の実施(一部の講座を、地方公共団体と共催(全82コースのうち52コースを地方開催))

【商品テスト】

- 全国の相談窓口での相談処理を支援するためのテストの実施

【ADR(裁判外紛争解決手続)】

- 全国の相談窓口にも紛争解決指針を提供

消費者庁による地方消費者行政の自立化を促す取組

①「地方消費者行政活性化基金」による財政支援と自立化の取組

- 地方消費者行政の充実・強化を図るため、「地方消費者行政活性化基金」を通じて、消費生活センターや相談窓口の整備、消費生活相談員の配置・育成、消費者教育・啓発等を支援。
- 地方の消費者行政の自立化、強化を促すために、本年2月、「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」を消費者庁長官より自治体首長宛てに発出し、「消費生活センター等の整備については3年など、個別事業ごとの基金の活用期間・終期」^注を定め、地方公共団体に対して、長期的視点に立った自主財源化への移行を求めている。

※注：メニューによって、以下の活用期間の延長又は短縮を定めており、自主財源化を促す仕組みの一つとしている。

- ・基金活用期間経過後においても、地方自治体の独自の取組として基金を活用して整備した体制を維持・強化することを毎年度首長が表明する場合　：　活用期間の2年延長
- ・国費を投じて確保・養成・育成した消費生活相談員の雇止めを行う場合　：　活用期間の2年短縮

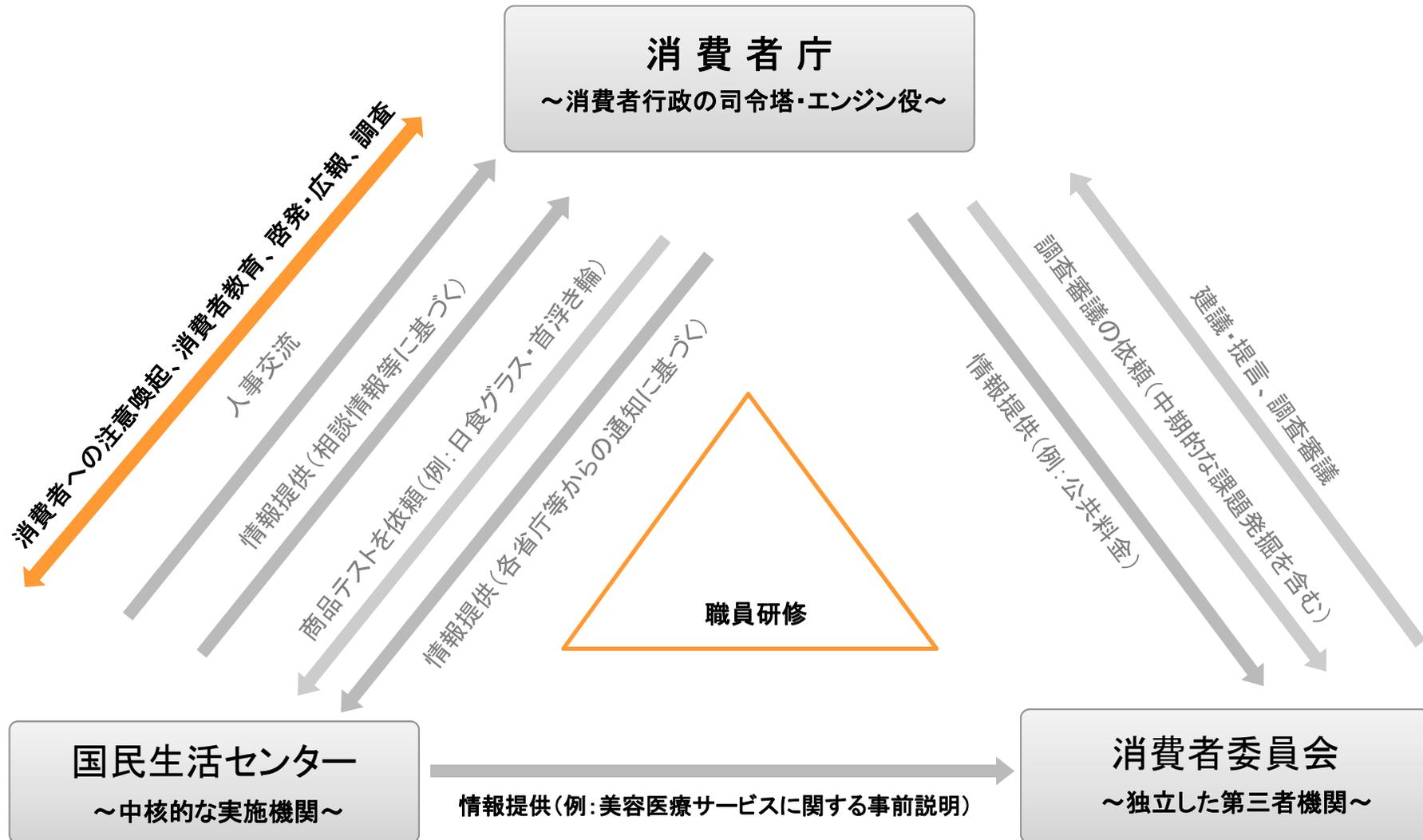
②「地方消費者行政の充実・強化のための指針」の策定等

- 地方消費者行政の現状と課題、これまでの各種支援措置の効果を分析し、「先進事例」を挙げながら、今後の地方消費者行政の充実・強化に向けた「消費者庁の取組」と「自治体への期待（提言）」を示した「地方消費者行政の充実・強化のための指針」を平成24年7月に取りまとめた。
- その他、個別政策課題に応じて、「自治体を取り組む際に参考となるよう、指針や手引きの作成や、モデル事業（「先駆的プログラム」）」を実施。

③情報交換・意見交換の場の開催

- 「消費者行政ブロック会議」（全国6ブロック）や「地方消費者グループ・フォーラム」（全国8グループ）を開催することにより、自治体や地域で活躍する消費者団体を始めとした多様な主体が情報交換・意見交換を行う場の設定。

消費者庁、消費者委員会、国民生活センターの分担・連携



※「消費者政策検討会議」による検討を実施。

消費者庁及び国民生活センターの連携強化を通じた業務運用の改善等を目的とした会議。

消費者庁と国民生活センターの個別業務に関する分担・連携

個別分野		分担		連携
		消費者庁	国民生活センター	
消費者被害 対応 (財産分野・ 生命身体分 野)	事故等情報及び 対応方針の意見 交換・情報共有			・相互の情報提供による早期 からの緊密な事故情報・対 応方針の認識共有。
	消費者への 注意喚起 (生命身体分野)	<ul style="list-style-type: none"> ・原則として、消費者庁名で公表。 ①関係法に基づき、報告・通知された事故情報(★) ②関係省庁との密接な調整等の必要性(★) ③迅速な公表の必要性 ④関係法を根拠にする場合 	<ul style="list-style-type: none"> ・原則として、国民生活センター名で公表。 ①PIO-NET情報の詳細な分析を行う一方、左記の★に該当しない場合 ②自ら実施した商品テスト結果を基に公表 	<ul style="list-style-type: none"> ・原則として、消費者庁と国民生活センターの連名で公表。 ①PIO-NET情報の詳細な分析を行う一方、左記の★に該当 ②消費者庁が国民生活センターに商品テストを依頼
	関係省庁等への 働きかけ	<ul style="list-style-type: none"> ・法的権限(措置要求)を背景に働きかけを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・被害情報に基づいた改善要望。 	<ul style="list-style-type: none"> ・国民生活センターによるPIO-NET情報の提供や商品テストにより、消費者庁の働きかけをサポート。
	事故等原因 調査	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者安全調査委員会(以下「調査委員会」という。)の事務のサポート。 	<ul style="list-style-type: none"> ・調査委員会から国民生活センターへ事故品の分析・再現実験を委託。 	<ul style="list-style-type: none"> ・調査委員会の活動に資する国民生活センターの知見の提供。 ・国民生活センターの職員を調査委員会の専門委員に任命。

消費者庁と国民生活センターの個別業務に関する分担・連携

個別分野		分担		連携
		消費者庁	国民生活センター	
消費者教育・啓発、広報	消費者教育	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の消費生活センターが消費者教育の拠点となるよう、一拠点の在り方を検討。 －拠点化のために必要な研修の内容を検討。 	<ul style="list-style-type: none"> ・教員や見守り関係者向けの研修の充実。 	<ul style="list-style-type: none"> ・教材等のHP掲載について、管理一元化(ポータルサイト)等。
	啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・情報提供について、企画立案を担う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報提供について、メールマガジンの発信等の業務。 	<ul style="list-style-type: none"> ・国民生活センターのメールマガジンを消費者庁ポータルサイトから入手可能とし、更なる周知や登録増を図る。
	広報	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁に記者クラブを設置。 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁に設置された記者クラブを通じた情報提供。 ・独自の記者説明会を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁長官会見等において、積極的に国民生活センターの活動を紹介。
調査		<ul style="list-style-type: none"> ・消費者意識基本調査の実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・国民生活動向調査の消費者意識基本調査への統合について検討。 	
人事交流、職員研修	人事交流			<ul style="list-style-type: none"> ・双方の人事交流の拡大。
	職員研修			<ul style="list-style-type: none"> ・研修の相互の参加の促進。 ・研修講師の相互の派遣。

Ⅱ. 国民生活センター相模原事務所研修施設の活用について

1. 経緯

- ・場所:昭和55年、神奈川県相模原市キャンプ淵野辺跡地に建設。
- ・事業:商品テスト事業／研修事業を実施。
- ・行政刷新会議における評価結果(平成22年4月28日)

【評価者のコメント(一部抜粋)】

- ・センターでの研修の廃止を含めた見直しで経費を削減する。
- ・相模原研修施設、宿泊施設については、稼働率が低調なので、廃止・売却も念頭において、必要に応じて施設をリースした場合とのコスト比較、検討を行うべきである。
- ・相模原の施設で実施するのと、他の施設を借りて実施するのと、どちらが効率的・効果的か検討した上で、より良い方向を迅速に打ち出すべき。

【評価結果】

研修事業(施設)の廃止を含めた見直し

- ・相模原事務所研修施設についての閣議決定

「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」(平成22年12月7日閣議決定)

【事務・事業の見直し】

事務・事業	講ずべき措置	実施時期	具体的内容
研修事業	研修施設における研修の廃止	23年度中に実施	相模原の研修施設で行なう研修については、廃止することを前提にその後の研修の実施方法を検討する。

【資産・運営等の見直し】

	講ずべき措置	実施時期	具体的内容
事務所等の見直し	相模原研修施設の廃止	24年度中に実施	相模原研修所については、研修施設としては廃止する。

- ・現在、研修施設は遊休施設となっており、外部施設を利用して研修事業を実施。

2. 外部研修施設利用の費用対効果

①費用面の効率性

外部施設を使用することで、研修施設利用時と比較し、運営費交付金年間627万円程度の費用負担増、受講者の自己負担分も含めると年間1,300万円程度の負担増。

②研修効果

廃止後は、相談業務の実務的な研修が実施できず、相談員のスキルアップに支障。

研修等内容	研修施設	外部施設
座学	○	○
少人数制のゼミ	○	×
ロールプレイング	○	×
講義終了後の勉強会	○	×
図書館を利用した自習	○	×

3. 国庫納付する場合のコスト

- ・相模原事務所全体の受変電設備等が管理研修宿泊棟に設置されている。
- ・国庫納付を行う際は、新たに商品テスト棟に受変電設備等に移設する必要がある。



国庫納付に係るコスト 約3.5億円(移設工事等に係る所要見込額)

4. 行政刷新会議以降の動向

(「独立行政法人の事務・事業の見直しの基本方針」(平成22年12月7日閣議決定))

○消費者教育の推進に関する法律（平成24年8月22日公布）の施行

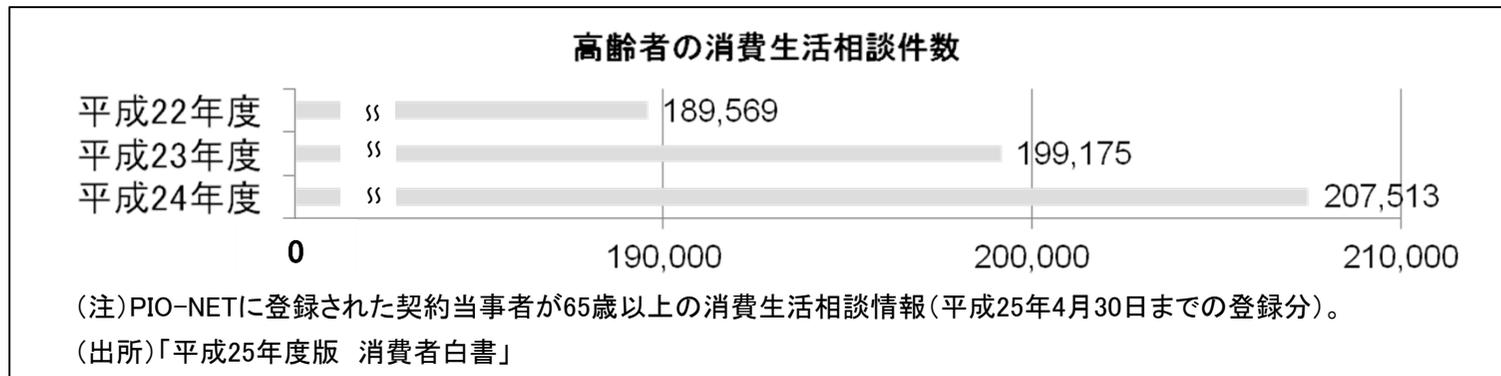
・国民生活センターは、消費者教育を支援するための相談員、民生委員、社会福祉主事、介護福祉士など研修の実施、情報の提供が義務付けられた。

○消費者安全調査委員会の発足（平成24年10月1日）

・事故調査案件の選定、分析・実験について、国民生活センターによる商品テストの知見等を活用する必要。

○高齢者の消費者トラブルの増加

・高齢者を対象とした消費者トラブルは、増加の一途。



5. 研修の拡充が求められる施策

施策	根拠	内容
消費者教育の拡充	「消費者教育の推進に関する法律」 (平成24年8月22日公布)	国民生活センターは、 <u>消費者教育の各種担い手</u> に対して研修を行うことが義務付けられている。
	「消費者教育の推進に関する基本的な方針」 (平成25年6月28日閣議決定)	国民生活センターは、幅広く <u>地域活動に従事する者</u> を対象とした人材養成プログラムを開発、提供する拠点と位置付けられている。
高齢者等の見守り体制拡充	「消費者安心戦略」 (平成25年8月)	トラブルに遭う高齢者等の消費者を守る「 <u>地域ネットワーク</u> 」の構築を打ち出しており、「 <u>地域サポーター</u> 」(<u>民生委員や介護福祉士等</u>)に対して、消費者研修を受講してもらう。
地方消費者行政体制における庁内連携・官民連携の強化	「地方消費者行政の体制整備の推進に関する建議」(消費者委員会建議) (平成25年8月6日)	地方自治体の消費者行政担当職員に対する研修を充実させることで、教育、福祉担当部局等の庁内連携や地域の福祉関係団体等の官民連携を展開させていく。
消費生活相談員に対する研修の充実	「消費生活相談員資格の法的位置づけの明確化等に関する検討会」中間報告 (平成24年8月)	消費生活相談員について、全国的な水準の確保と質の向上を図るために、 <u>消費生活相談員</u> 向けの研修について、引き続き拡充していく。
消費者目線、国民目線、専門知識等をもった国家公務員の育成	「消費者基本計画」 (平成22年3月30日閣議決定)	<ul style="list-style-type: none"> ・人事院で実施している、本府省審議官を対象とした消費生活センター等の業務体験研修のような研修について、<u>国家公務員</u>の受講対象者を拡大する。 ・消費者安全調査委員会担当職員に対する所要の研修をはじめ、<u>消費者庁職員</u>に対する各種研修を充実させる。



研修拡充により、施設の高い稼働率

6. 外部貸し出し

・外部への貸し出しを含め、研修施設の更なる活用・自己収入の確保。

市場化テスト(3年間)の実施結果

区分	3年間合計	平成21年度	平成22年度	平成23年度
外部貸し出しによる宿泊施設の利用延べ人数	4,979人	1,710人	1,618人	1,651人

(注)主に高校、大学のゼミ合宿での利用。

研修施設の活用方針について

各事業を実施していくために、予算措置等、必要となる準備を進め、遊休施設として廃止されている相模原研修施設については、

消費者行政に携わる多様な担い手に対する、消費者教育及び消費者行政の研修施設として、できるだけ速やかに利用を再開する

外部への貸し出しも含め、最大限に活用する

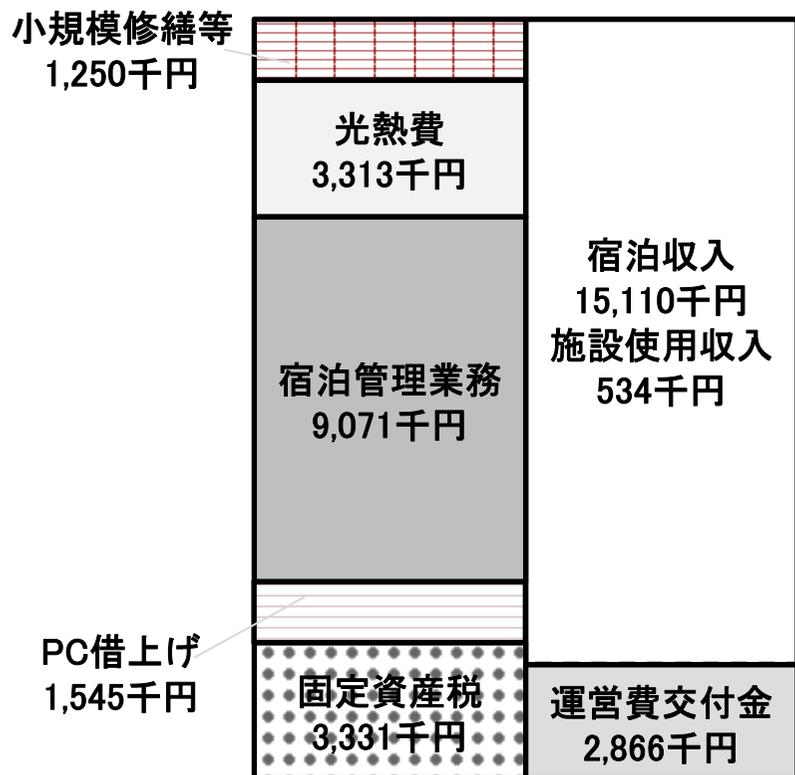
ことを目指す。

国民生活センター相模原研修施設と外部研修施設のコスト比較

相模原研修施設利用
 (22年度実績)
 受講者数:3,326名、稼働率21.9%

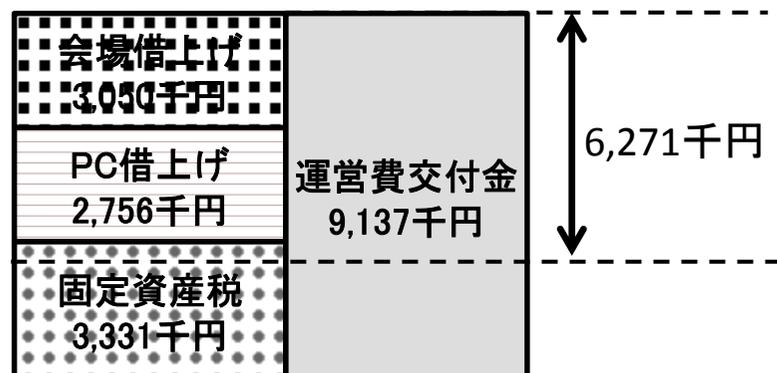
外部研修施設利用
 (25年度見込み)
 受講者数:3,490名

合計18,510千円



研修宿施設に事務所全体の受変電設備等が設置。移設には約3.5億円が必要のため、施設の処分は困難。継続的に固定資産税が負荷。

合計9,137千円

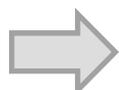


支出

収入

支出

収入



相模原研修施設を利用した場合、運営費交付金約627万円/年の節約が可能
 (外部施設利用による受講者の自己負担増加額分を含めれば約1,300万円/年の節約)