

独立行政法人国民生活センター評価等のための
有識者懇談会
平成27年度第2回議事録

(開催日：平成27年8月6日)

消費者庁消費者教育・地方協力課

第2回独立行政法人国民生活センター評価等のための有識者懇談会
議事次第

日 時：平成27年8月6日（木）9:55～10:55
場 所：消費者庁6階 記者会見室

1. 開 会

2. 議 題

(1) 国民生活センターの平成26年度業務実績に対する主務大臣の評価への委員の意見

3. 閉 会

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 時間前ですけれども、おそろいいただきましたので、始めさせていただきます。

ただいまから第2回「独立行政法人国民生活センター評価等のための有識者懇談会」を開催いたします。お忙しいところ、お暑い中をお集まりいただきましてありがとうございます。

前回、7月24日に開催しました第1回の懇談会におけます、国民生活センターからの項目別評価に対する自己評価の説明と、有識者の皆様との質疑応答を踏まえまして、主務大臣による評価案を作成し、先週、皆様へ送付させていただきました。

本日は、主務大臣の評価案につきまして、先生方の御意見を頂戴できればと思いますので、どうぞよろしく願いいたします。

それでは、事務局から配付資料について説明をさせていただきます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 まず、一番上にございますので、議事次第をごらんいただけますでしょうか。議事次第の次は座席表となっております。この議事次第の中段から配付資料と参考資料のリストがございます。

まず、配付資料でございますが、資料1-1から2-2まで4種類がございます、それぞれ主務大臣の評価を記入した総合評定表が資料1-1、項目別評定表が資料1-2でございます。先週、これはメールにて皆様に送付させていただきました、一部の字句の修正は手直しがございますけれども、基本的には同じ内容のものでございます。

資料1-1の総合評定表でございますが、これは国民生活センターさんの自己評価欄はもともと様式としてございませんので、主務大臣の評価のみが記入された表となっております。A4横になっておりまして、1枚目は表紙でございますので、評定自体はめくっていただいて2枚目でございます。

一番上に「様式1-1-2 中期目標管理法人 年度評価 総合評定」となっておりまして、ここの評定がきょう最終的に御審議いただくものでございます。現在はB評定、標準ということで記入しております。

こちらの2枚セットが総合評定表の資料1-1でございます、前回もお送りしていません、95枚が入っている分厚いシートが資料1-2の項目別評定表でございます、こちらも主務大臣の評価としまして、表の真ん中あたりになると思うのですが、国民生活センターさんの自己評価はBがたくさんあってAが4つあるものに対して、私どもも同様の記入が縦にされておまして、この表をごらんいただくこととなると思います。

資料1-1と1-2は以上でございます、1点、補足説明がございます、縦長の大きいA3判の項目別評定表の30番につきまして補足説明をさせていただきます。

30番は、私どもの評価もB評定となっておりますけれども、左の表を見ていただきますと、計画値のところに「50件」が上のほうにたくさん並んでおまして、平成29年度まで入っております。この平成26年度のところをごらんいただきますと「45件」となっておりまして、この計画値50件に対して45件は下回っているということでございますが、そうい

う意味ではC評定とする可能性もありますけれども、下にもいろいろと書いてございますように、26年度内に45件をホームページ等に掲載して、これは消費者トラブルメール箱に寄せられた多数のものに対して、45件を26年度に実際にホームページ等に、その解決策ですとか、アドバイスを掲載した。17件については、多少おくれで4月6日に掲載したのですけれども、約1週間おくれにすぎないということでございますので、この17件を26年度分と考えれば、45件プラス17件で計62件となりますので、これは計画値50件に対しまして124%に相当しますので、1週間の掲載おくれをもってC評定とするほどのことでもない判断いたしまして、主務大臣の評価としてはB評定としております。

ただ、この点につきましては、評価の妥当性の話でございますので、委員の皆様におかれまして、後ほど御意見等がございましたらいただければと思います。

ちなみに計画値のあるものは30番以外に11項目があるのですが、その11項目全てにおきまして計画値は達成している状況でございます。30番だけが見かけ上は目立つことになっておりまして、例えば、26番、27番あたりを見ていただきますと、左のほうに表がそれぞれございますけれども、計画値が入っておりまして、26番については「4以上」と29年度まで入っておりますけれども、26年度は4.5ということで計画値を達成しておりますし、27番の「1回」という数字が平成29年のところまで入っておりますけれども、26年度は達成しているという形で、ほかの項目についても達成しております。

資料1-1と1-2は以上でございます。

次に、資料2-1と2-2でございますが、前回、似たような表を配付させていただいて、A4横の赤字の入った資料でございます。よろしいでしょうか。

1枚目が国民生活センターの中期目標変更の新旧対照表でございます、2枚目が中期計画の新旧対照表でございます。

前回お渡ししたのものから、例えば、中期目標の変更のほうで説明させていただきますと、若干つけ加わったものがございまして、これは何かといいますと、総務省からの御指導によりまして、数値をなるべく入れてくれということでございまして、中期目標においても、中期計画においても、具体的な数字を追加記入してほしいという要請がございましたので、その数字を入れたものでございまして、そのほかのところは前回の案と変わっておりません。

具体的には、前回は一般競争入札等の割合が前年度を下回らないという表現だったものを、契約件数全体の84.1%、平成26年度の実績でございますけれども、これを下回らないように努めると具体的な数字を入れたものでございますので、御参考までに配付させていただきました。

資料2-1と2-2は以上でございます。

最後に、議事次第の下の方に「＜参考＞消費者からのアクセス・相談状況」の資料としまして、参考1と参考2を国民生活センターから頂戴しておりまして、参考2に別添資料でグラフがついております。

これは、もう一度長い表に戻りますけれども、この表の25番でございます。

25番の左のほうの表をごらんいただきまして、表の真ん中あたりに25年度と26年度の全記事総アクセス数というところに数字が入っております、これが25年度は99万6,349件、26年度は210万6,984件という数字になっておりまして、ほぼ数字が倍増しておりますので、この点につきまして瀧澤先生から御質問がございまして、それに対して国民生活センターさんから資料を頂戴しておりますので、後ほど西部長様から御説明をお願いしたいと思っております。

きょうの配付資料の説明は以上でございますが、特に資料について御質問がないようでしたら、議事に移らせていただきたいと思いますと思いますが、よろしいでしょうか。

それでは、課長、お願いいたします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 まず、参考1、参考2について国民生活センターから御説明をお願いいたします。

○国民生活センター西総務部長 前回の懇談会で御質問等をいただいた件につきまして、参考1、参考2で資料を提出させていただいておりますので、御説明いたします。

まず、参考1、国民生活センターのホームページのアクセス件数の資料でございます。

国民生活センターのホームページのアクセス数の推移ということで1番目に記載しておりますけれども、総アクセス数としては、26年度は5,228万件、25年度が5,074万件ということで、対前年度比103%となっています。トップページアクセス数は15万8,400件から17万6,900件ということで、対前年度比111.7%という状況でございます。いずれも増加という状況になっております。

特にカテゴリー別に顕著にふえたものはございませんけれども、全体的に増加をしている状況でございます。

2番目に、平成26年度のアクセス数が多かった情報ということで御紹介させていただいております。

まず、「①発表情報」というカテゴリーの部分がございましてけれども、この中で上位10件を記載させていただいておりますが、一番多かったものが平成26年5月に発表いたしましたカラーコンタクトレンズの安全性で、商品テストの情報でございます。この件数が19万7,300になります。

2番目が送りつけ商法、「今度は違法なアダルトDVDが消費者のもとに」ということで、相談トラブルからの情報提供ということで、19万4,367件、3番目も相談情報から「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御注意」といった内容でございます。

上位10件を記載させていただいておりますけれども、多くは平成26年度に情報提供した内容について報道発表等がされたといったこと、それから、センターが発表しなくても、関連の情報が他機関から紹介されて、センターの情報が紹介され、それに付随してアクセス数がふえている状況になっているところでございます。

特に順位の4番目ですけれども、「あわてないで！！クリックしただけで、いきなり料

金請求する手口」は平成16年12月に発表したものでございますけれども、平成16年ですからもう10年前の架空請求トラブルの情報提供になりますけれども、今もアクセス数が非常に多い状況でございます。

また、順位の9番目でございますけれども、「小児の頭部外傷の実態とその予防対策」ということで、平成9年、特殊法人の時代に発表した情報でございますが、これもインターネットでこれに関する項目を検索するとセンターの情報が出る、それでアクセスをしてもらえるとといった形で、必ずしも平成26年度に発表したものが全て上位に来る状況ではなくて、過去に発表したものにおいても、引き続きインターネットの世界で関連情報として紹介されているといった状況があり得るかと思えます。

裏面の2ページ目、「②商品テスト結果」というカテゴリーの区分でございます。

ここでは上位5位までですけれども、「体に良いとうたうゲルマニウム使用のブレスレット」、2番目が「家庭用オゾン発生器の安全性」、3番目が「着衣着火に注意」といった情報でアクセス数が多い状況でございます。

商品テストについては、先ほど申し上げましたカラーコンタクトレンズが入っておりますけれども、平成21年度に発表したゲルマニウムのブレスレットですとか、オゾン発生器の安全性といったもので、今でもそういった商品が販売されているものに関連して、アクセス数が多いことが見受けられるかと思えます。

「③回収・無償修理の情報等」でございます。

これは昨年度に大々的に新聞等でも取り上げられました個人情報の流出ということで、「ベネッセホールディングスの個人情報流出のお知らせ」が、センターとしては平成26年7月に公表したところでございますけれども、件数としては9,800件ということで一番アクセスが多い情報になっております。

2番目が、日本クレジット協会のクレジットカードの使用上の注意が多くなっているということで、比較的個人情報絡みといったところでアクセス数が多いところがある。これも新聞報道等によるところが多いかと思えます。

4番目が「④全国の消費生活センター等」で、消費生活センター一覧を御紹介しておりますので、東京都の消費生活総合センターのアクセス数が一番多くて、2番目が横浜市ということで、特に人気の順位ではございませんけれども、東京に在住されている方あるいは東京都が発表されている内容についてのアクセス数が多くなっていることが推察されます。

5番目の「⑤見守り新鮮情報」という情報提供でございますけれども、これは25年度末に発表しました「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」が一番多くて、約2万件のアクセスです。

2番目が「話を聞くだけのつもりが…即日施術！美容医療のトラブル」ということで1万7,000件といった状況になっております。

見守り新鮮情報の内容的には、先ほども申し上げましたけれども、アダルトの架空請求

の関係ですとか、美容医療の関係でも新聞で取り上げられることが多いといったところの影響が大きいのかなということでございます。

毎年情報を発表しておりますので、当然アクセス数はその分累積されていくということが増えていくといった状況に変わりはありませんけれども、カレントな相談情報、商品テスト情報に対するアクセス、報道発表によるもの、恒常的にある架空請求トラブルとか、クーリングオフとかといったものにアクセス数が多くなっているのが現在のホームページの状況でございます。

続きまして、参考2の「国民生活センターにおける消費生活相談の推移」という資料でございます。

国民生活センターにおける消費生活相談につきましては、御提出しております業務実績報告書の別添資料ということで資料2-1を提出しているところでございますけれども、参考2の中段にそれぞれの相談受付件数を記載させていただいております。

平成26年度は、さまざまな相談対応をしておりますけれども、全体で2万1,580件と、前年度よりも約1,000件ほど増加したといった状況でございます。

内容的に見ますと、経由相談が26年度は7,687件ということで前年度より約400件ほど増えたといった状況でございます。

3つ目のお昼の消費生活相談でございますけれども、これは平成25年7月末から開始しておりますので、平成26年度が平年度化されたといったところもありますけれども、前年より約1,000件ふえたといった状況でございます。

全体的には、相談の件数は大体2万件ということで、これら相談体制についても内部でいろいろと組みかえながらやっているところがあって、質、量の問題等がございますので、センター全体の相談受付件数は大体約2万件という状況で相談体制を組んでいる状況でございます。

26年度の特徴でございますけれども、ページをめくっていただきまして、別添でPIO-NETにみる全国消費生活センターの消費生活相談の件数の推移でございます。平成26年度は95万5,000件ということで、前年度よりも約1万5,000件の増となっております。

これは昨年度に御説明したかもしれませんが、平成23年度まで逡減していたのですけれども、平成25年度からまた件数が増えているといった傾向がございます。

戻っていただきまして、平成26年度は平成25年度と比較すると、依然として70歳以上の高齢者の御相談の割合が多いといった傾向がございます。

2つ目が、アダルト情報サイトやインターネット関連の相談が増加ということで、いわゆる架空請求のところの件数がまた増えてきている状況が見受けられるかと思えます。

3つ目が、公的機関をかたって個人情報削除を持ちかけるなど、公的機関、有名企業などをかたるトラブルが増加ということで、特にこれも高齢者の方から電話がかかってくる傾向が多いようです。

4つ目、キャッシュレスでの買い物に関するトラブルが増加ということで、通信販売を

利用して、キャッシュレスで決済をしてしまって、物が届かないとか、違ったものが来たといったトラブルが多いといったところで、こういった傾向が平成25年度と比較すると26年度は顕著に見られている状況でございます。

簡単ですけれども、参考資料につきましては、以上でございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 ありがとうございます。

今の御説明に対しまして、何か御質問、御意見がありましたら、お願いいたします。

○瀧澤委員 早速送っていただきましたので、アクセス数の多かった情報の内容を私も見てみたのですが、1つは、例えば、ゲルマニウムのブレスレットの商品テスト結果のところなどですと、企業名が付されていて企業に対して指導しているというか、企業の釈明の文章があって、それに対して商品結果部のほうでの御意見ということで、非常に緊張関係がよく示されておりまして、実直に真面目にお仕事されている様子が伝わってきましたので、とてもいいと好感を持ちました。

もう一点、例えば、カラーコンタクトレンズなどというワードでグーグル検索をしますと、たしか4番目くらい、結構上のほうに来るのです。ですので、非常に国民に対しても利用されているということがよくわかりました。

一方で、この辺のすみ分けをどうされているのかと思ったのが、サイクロン方式の掃除機です。

サイクロン方式の掃除機でやりますと、商品テスト結果を見ると、各社の吸引力が低下する商品についてのレポートがあるのですが、それに対してあるメーカーさんが釈明して、実際の使用状況と違うテスト環境ではないかみたいなのを書いてあるのです。

カラーコンタクトは医療として間違った使用法ですとか、その危険性を考えると国民に広く周知する必要がある一方で、こういった電化製品は、個々のメーカーが開発にしのぎを削っている中でどうしても優劣が出てきてしまうと思うのですが、例えば、サイクロン方式の掃除機のほかに、お掃除ロボットなどという項目もありました。

あれも商品の優劣が表示されていて、公的機関でやられているテスト結果なので非常にインパクトが大きいと思うのですが、その辺の危害情報、国民に必ず知ってほしい情報と、一方で、便利情報といいますか、そういったもののすみ分けみたいなものはどうしていただいたらいいのかなということを感じました。

○国民生活センター宗林理事 多分、お掃除ロボットはうちの情報ではないのではないかと思います。手がけていないと思います。

○瀧澤委員 済みません。そうです。ごめんなさい。別の地方のどこかです。

○国民生活センター宗林理事 昔は買い物情報として商品を比較をして、海外ではそういう雑誌もたくさん売れていますけれども、どれがいいのかとか、省エネ性ではどれが便利なのか、使いやすさはどうなのかとテストを実施していた時代があるのですが、そこから閣議決定に基づいて、それは国がやることではない。国の機関として優先的には安全性といったもの、危害があるものに対して軸足を移すことになりました。

ですから、主には安全といったものが軸足になっていますが、今の家電製品などの場合でも、カタログとか、メーカーはそれぞれのベスト条件でやってきますけれども、生活実態の中でやってくると、いろいろな不具合が出たり、品質差があったりという、生活実態の中で起きてくる問題点については、使う側にも事業者側にも問題提起、アドバイスをしていくのは、国民生活センターのやるべきことだと思っています。多分サイクロン方式のものも、例えば、お手入れしないと臭いが気になるとか、そんな話が載っていたと思いますけれども、あとは吸引力が落ちるとか、それにはどうしたら性能を維持しながらやっていけるかということも同時に載っていたかと思いますが、毎日使うもので、生活実態の中での重要な情報は、プライオリティーとしては安全性の次にはなりますけれども、やっていくべきことと整理しています。

○瀧澤委員 よくわかりました。ありがとうございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 よろしいでしょうか。

ありがとうございました。

議題の評価に移らせていただきたいと思いますが、資料1-1が総合評定で、1-2が項目別の評定でございますけれども、まず、その総合評定のもとになりますものが個別の項目別の評定になりますので、資料1-2から御意見をいただければと思います。

先ほど説明いたしましたように、基本的に国民生活センターによる自己評価と同じ評価を主務大臣による評価案としております。30番については、補足の説明をさせていただきました。

30番について、何か国民生活センターからございますか。今、事務局から説明したことに加えて、特にはよろしいですか。

○国民生活センター西総務部長 はい。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 では、これについて御意見をいただければと思いますけれども、委員のどなたからでもお願いできますか。

○長岡委員 30番の件で、追加で御質問なのですが、先ほど御説明いただいたとおり、4月6日ということで、ほぼ3月31日に近いということでこの分を加えることは理解できるのですが、もともと3月末までに掲載することを予定していたものが、たまたま4月6日に延びたということでしょうか。そうすると、今年度については、その分は除いてカウントしていくということですか。

○国民生活センター西総務部長 今回は、事務的な遅れがあって1週間ほどおくれた。今年度については、当然、今回の4月に発表したものを含めて評価いただいている、それでB評価という評価が仮にされたということであるならば、当然27年度はこの数字を除いたものが前提になると考えています。

○長岡委員 では、計画するときもこの分は除くと。

○国民生活センター西総務部長 今回の4月に発表した分は、平成26年度の評価の前提となる数値であったという整理になると思います。

○長岡委員 そこに入ってくるということですね。

○国民生活センター松本理事長 ただ、発表件数としての数字は、その年度で出すと思うのですが、そこで目標を超過しているかどうかを評価するときに、既に前年度分としてカウントされた分はカウントしないで、自己評価をすることになるのだろうと思います。数字を減らして出すということはちょっとおかしいから、それはやらないと思います。

○長岡委員 わかりました。

○国民生活センター丹野理事 ちなみに、当然ですが、今後は決してそういうことのないように、年度内に掲載できるように作業してまいりますので、ぜひ御了解ください。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 升田先生、お願いします。

○升田委員 資料を拝見しましても評価は基本的に特段異論もないのですが、主に数字、目標数値を基準に評価することになっていて、今も話がありましたけれども、数字を目標にしますといろいろな問題があって、1つは、どうしても件数を達成しないといけないということで無理が生じる。昨今、いろいろな事件でも話題になっていますけれども、頑張れよということ、四半期でやっておられるかどうかは知りませんが、半期か期末に胃が痛くなるという状況は、世の中では生じ得る話になる。どうしても無理が生じる。

先ほどの話にありましたように、では、Cではだめなのかということ、別にそれだからといって、1つ2つあってもということはあるとは思いますが。

ですから、そのところの数字の怖さは非常にあるわけで、それは十分に御理解の上でやっていただきたいことが1つです。

2つ目は、今のことにも関連しますけれども、数字だけという語弊がありますし、この内容、中身も十分に吟味しないといけないのですが、数字を前提とすると、今度は担当の方が毎年この数字でいくわけです。成績をよくしようと思えば、計画を下げればどうってことはないという問題も生じるのですが、いずれにしても数字が重要だということになると、今度は職員のほうが每期非常に疲れるのです。

ですから、余り数字にとらわれるなどと言って本当にとらわれなくなってしまっても問題が生じるのですけれども、そこら辺のモチベーションを考えていただく必要があるのではないかと。

今、偉そうなことを言っていますが、数字は出ませんが、私も学校では評価される立場にあるものですから、そういう問題もあると思いますので、そこは十分に御留意いただいたほうがいいのではないかと。

特に、いろいろな事業をやっておられて、先ほど来、おっしゃっていますように、過去にもいろいろなものをやるぞと言って、だんだんランクが下がったり、いろいろなことがあって、今日に至っているわけですが、各種の事業をやっておられるとなると、それぞれの目標を満すことも重要ですが、国民生活センターよりも、いろいろとトラブルを起こすほうの人が大体創意工夫は盛んなわけです。

ですから、それに追いついていかないという、前々から指摘されている問題が非常に顕在化するおそれがある、それは理事長以下、皆さん方で問題点を把握しつつ日々やっておられるとは思いますが、いずれにせよ数字ばかりを追いかけていると、そちらがおろそかになる。

特に今回はPIO-NETの新規活用だの、そういうことをいろいろとお考えにならないといけない時期かと思うのですが、そこに手抜かりがあっては本末転倒の問題になるおそれがあるようにお見受けするのです。

もう一つ、この間から議論になっていました、地方のいろいろな情報提供は非常によくやっておられるという印象があるわけです。テレビとか、いろいろな媒体を見ていると、予期せぬところで突然画面が出てきたりすることがありますけれども、情報提供は重要なのですけれども、一番の根本的な目標はそういうものを未然に防止することで、地方の担当の方々を含めたところを強化するというのは前々からおっしゃっているところで、地方との連携という場面で、もうちょっと充実させる必要があることは今後の非常に重要な課題ではないかと思うわけであります。

そうしますと、そういったあたりに今後は御努力を、従来からやっておられますけれども、そこを改めてやっていただいたほうがいいのではないかと思うのですが、そこら辺が数字には出てこないわけで、一挙にその辺を数値化するようなものがあればそれを数値化することもありますけれども、簡単には実現できないというテーマですから、それを数値化した途端にランクがいろいろと下がるということがありますので、現実的な対策として、皆さん方でどういう取り組みをされるかということは、今後の重要な課題ではないかと、はたから見ると思うわけでありまして、今回はこの評価自体が変わり目の年でありまして、従来からいろいろな評価あるいは情報提供その他を拝聴していますと、今回は別にこれで特段異論はないとは思いますが、問題は評価自体の意味というものをよく認識されて将来に取り組んでいただきたいということが私の意見です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 ありがとうございます。

どうぞ。

○国民生活センター松本理事長 今の御指摘との関係で、地方のことが出されたわけですが、我々国民生活センターは、6つの業務を遂行しながら3つの機能を果たすのだということをご公式の文書にも書いております。その3つの機能の1つ目は、行政機関や業界団体等に対していろいろな要望を出して、取り組み等を進めてもらうことです。地方支援が2つ目で、3つ目が、直接国民、消費者に対して注意喚起する、情報提供をするということですが、今回の項目別評価は、そういう視点ではない形で並んでおります。

地方支援という視点から切り出して並べれば、それはそれでいろいろなことをやっているということがわかるのですが、この表からはちょっとずつ組みかえていくこととなりますから、その辺は場合によっては別の視点から見た自己評価をつくったほうがわかりやすいということかもしれないので、別途検討させていただきたいと思っております。地方に

対しては、例えば、先ほどの相談のところにもございましたけれども、経由相談は100%地方支援の事業でございますし、平日バックアップ相談も本来は地方で受けるべき相談が、電話が繋がらないからということがかかってくる。

参考2で、経由相談7,687件、平日バックアップ相談が3,150件、この1万件ちょっと、それから、土日祝日もそうでありますから、国民生活センターで行っております相談の大半は地方支援で行っているということですし、研修関係でも地方公共団体の消費生活相談員への研修が過半数を占めているということがあります。

そういうことで、数字ではいろいろと出そうと思えば出せるわけですが、一番重要なのは、それだけやって消費者のウエルフェアが高まったのか、つまり、被害が減ったり消費生活でいろいろと利便性が高まったのかという部分がなかなか評価ができないところです。アクセス件数とか、情報提供を何件やりましたという数字でしか出せない、それが本当に効果があったのかどうかはまた別だというのが難しいところで、その辺は消費者政策全般に共通のものだと思っております。これは別途消費者庁でそれをいかに数値化するかという検討作業は行われているところで、それがうまくいくと、消費者庁、国民生活センターがいろいろな施策をやることによって、国民の消費者被害が今年度は何兆円防げたということが出せて、非常にいいのではないかとと思っております。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 どうぞ。

○国民生活センター山形理事 今、先生がおっしゃった視点で、手前みそになりますが、ぜひ注目していただきたいのは、資料1-2の18ページ、いわゆる早期警戒指標の活用で、早期警戒指標は急増指標と特商法指標というものがあるのですけれども、昨年度は次期のPIO-NET刷新のために特商法指標の見直しをしたのです。

特商法指標は判別分析を行っているのですが、要するに、実際の取り締まりで摘発された業者がPIO-NET上でどういう相談としてチェックが入っているかということを見て、今、問題を起している業者がどれだけマッチングしているかということを見て出しているのですけれども、業者もどんどん手法を変えて中身を変えてきますし、業態も変わってくるということで、いまの指標だけだとだんだん判別率が下がっていく傾向があるのです。

そこで新たに、最近の傾向を見ながら、いまの指標の見直しをやって、統計的な分析をして、統計学の専門の先生方の御意見を聞いて見直しをしていって、今回のモデルとしてつくったものの判別率が今のもよりも上がったという結果が出ているのです。それで、今回はこれでやりましょう、ということなのです。特商法指標は端緒情報になりますので、警察などもそうですし、地方の本課などが摘発するときに、指標ではどうなのか、ということをやっていると聞いています。そういう意味で非常に有効な指標なのですが、これが実際に稼働しているということで、数値目標とは違うので、今の評価方式だと、こういうチャレンジをしても、やったことがなかなか評価に出てこない。

いまのような評価で結果だけを見ると、やって当たり前だろうみたいな、やらなくても一緒、やっても一緒みたいな感じになってくるので、数値だけではないという意味で、こ

の辺をうまく評価するものがないのかなということ、担当は一生懸命頑張っていますのでなおさらそういうところは思うことがあります。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長　どうぞ。

○升田委員　それもやむを得ないところで、防止に効果があったものをカウントしろといっても、それは本来的に難しいわけです。

例えば、コンプライアンスの問題も同じで、守ることが非常に重要だけれども、守ったことの件数を数えられないのです。あれは違反しか出てこないということがありますから、それはそれであれなのですけれども、数年前から早期警戒システムは非常に重要で、何をどう評価するかということが検討する必要があるとは思っています。

おっしゃったように、実際には行動のパターンは、個別ではわかりませんが、ある程度はわかると見たらわかるのです。それはその地域で見ると。そこでやったら次の地域に移るタイプもいますし、年齢別でやっている人もいます。

高齢者だけ集中的にやっている人もいますし、あるいは、商品、サービス別にやっているという、いろいろなパターンがあって、不正な取引、不当な取引をやる人たちの行動のパターン分析くらいまでできれば、実際にそういう商法がある地域のある年齢層に行こうというときに、情報提供をして既にそこで待っているぐらいがベストでしょうけれども、それはなかなか難しいにしても、早期警戒という、実際にそういう情報が集まって初めて早目に知らせましょうというコンセプトなのですね。ですけれども、日本は狭いですし、せっきくのシステムですので、余り矮小化せずに。

○国民生活センター山形理事　我々は月1回、全体的な傾向は提供しているのですけれども、これの利用率を高めるということは、まさに今、先生がおっしゃったように、地方ごと、自分の県ではどうか、県レベルで年齢的にはどうかと、自分たち自身でやる方法をツールとして使える仕組みにはしてあるのですけれども、なかなか利用が進んでいない。

○升田委員　それは相当能力から要りますから、そういった人材をね。せっきくそういうツールがあるわけですから、それを活用する時代になっている気はします。

○国民生活センター松本理事長　国民に対する注意喚起、情報提供がどれくらい効果があったかは、恐らく単年度では見えなくて、2年、3年をまとめたほうが見えるというところがございませう。参考2の別添で、全国の相談件数が2005年度は130万件と大変多かったものが翌年で大分下がっておりまして、その後もずっと下がっておりますが、これは架空請求が減ったからだと言われております。架空請求については、国民生活センターも注意喚起しましたし、その他の警察等の取り締まりも行われた結果として、翌年からは下がってきたということがあります。

それから、最近さお竹商法がまた復活してきたということがあります。これは数年前に一度急増したので国民生活センターが注意喚起をして、かつ、警察等の取り締まりがあった結果、どんどん減っていきまして、また最近増えてきたということがございませう。そこで、本日再度注意喚起をさせていただきますので、今晚のテレビ等で報道されるものと思

われます。このように、翌年にそれと同じタイプの苦情が減っているということがあれば、その分だけは注意喚起の効果があったのではないかと考えられます。

被害を受けても相談する人は3パーセントくらいと言われていていますから、相談件数の減少分の30倍くらいの被害が防げたとカウントできるかもしれないということで、単年度評価ではなくて、複数年度評価をしていただけると、その辺の効果まで見た評価になる可能性があるかと思います。

○国民生活センター丹野理事 先生がおっしゃったことはまことにもっともでございます。

○升田委員 もっともなことしか言わないですから。

○国民生活センター丹野理事 大変失礼をいたしました。

おっしゃっていただいたことを目指して、私どもは専門性を強化しております。その専門性を強化した部分で地方の相談員さんを支援するさまざまなツールがありまして、例えば、表の33ですと先ほどの経由相談の話が出てきますし、43ですと、私どもはマル急と呼称をしていますけれども、消費生活相談緊急情報。消費者センターだけに届く、国民生活センターから発信する緊急情報を出しております、新しい手口が広まったということになると、即全国の消費生活センターにお知らせして、こういうふうに解決することができるということを情報提供させていただいているのです。

このようにたくさん支援しているのですけれども、それが消費者被害を実際に防ぐところにどこまで役に立つかということにいくと非常に厳しいところはございますが、この方向で鋭意努力をさせていただいて、質のよい情報を出していくことを心がけたいと思っております。

実際に経由相談の件数がふえているのは、ある意味、誇らしいと言っては語弊がありますがけれども、地方の相談員さんが国民生活センターにこの手口をどう解決したらいいか、情報が欲しいから電話をかけていらっしゃる。相談員は相談員を知っているので、ちゃんと情報を出さないと電話してくれないのです。そういう意味では、経由相談件数がふえているのは、私どもがそのレベルを上げていることの証左だと自負をしております。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 宗林理事。

○国民生活センター宗林理事 別の話題ですが、先ほど先生から数字にとらわれ過ぎなくともというお話をいただいたので、それを受けさせていただいて、例えば、8番の項目、施設の有効活用についてですが、今年度から相模原施設が再開しております。これは大変ありがたいことで、研修も落ち着いてできますし、たくさんのコース数を実施しているのですが、実際にやってみますと、特別な予算がついて始めたわけではないので、最初のほうは備品の交換をしなくてはいけないものがたくさん発生したり、研修も宿泊稼働率を今年は頑張っているわけですがけれども、本当に近場のセンターの予算措置の問題や個々人の事情等もありますので、無理やり研修に参加したら必ず泊まれというわけにもいかない。

宿泊できない方は研修を受けないでくれというのは主客転倒だと思いますしあるいは、

金曜日などは、土曜日も拘束する形でどこまでできるのかという現実的な問題がありまして、その中でできるだけ先生のおっしゃったような、資質を高め、地方の方々が参加しやすく、こういう落ち着いた場所があることによって、夜までみんなグループに分かれてロールプレイングだったり、グループミーティングができたり、座学だけではないやり方、そこでできるがゆえのいい研修を、やることが一番大事だと思っています。そういう意味ですと、数値ありきということで最初は目標を立てておりますが、その中では、後からわかったことがさまざまに出てきておりまして、それはもちろん頑張っていますけれども、相模原の人にどうしても泊まれということはないで、研修を受けていただくことを最優先、そういうこともございますので、今年の評価ではありませんけれども、来年度以降そういう視点もあるという、御説明をさせていただきました。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 ありがとうございます。

それぞれの課題に対応してどのような目標を設定してどのように評価するかということ、今、御指摘いただいたことも踏まえて、来年度以降の目標の設定、評価について、検討させていただきたいと思います。

瀧澤先生、何かございますか。

○瀧澤委員 いいえ。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 それでは、個別の項目別の評価でございますけれども、30番も含め、この主務大臣による評価でよろしいでしょうか。

(「はい」と声あり)

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 ありがとうございます。

それでは、資料1-1をごらんいただければと思いますが、「1. 全体の評定」でございますけれども、S、A、B、C、Dのうち、標準であるBとしてはどうかということでございます。

評定に至った理由といたしましては、項目別評定の分布において、御確認いただきましたように、全てがB以上の評定でありまして、95%がB、5%がAであること、それから、下記の判断を踏まえると、国センは中期目標の達成に向けて年度計画を着実に実施しているため、「1. 全体の評定」をB評定としたということでございます。

「2. 法人全体に対する評価」につきましては、繰り返しですが、83項目のうち、4項目がA評定、79項目がB評定であり、全体として年度計画を着実に実施しているということ、全体の評定を行う上で特に考慮すべき事項につきましては、特段なしとさせていただきます。

「3. 項目別評価における主要な課題、改善事項など」でございますけれども、案ではそれぞれ「特段なし」としておりますけれども、何か記述したほうが良いということがございましたら、今、御指摘いただいたようなことを書くという案もあるかもしれないですが、また御意見をいただければと思います。

「4. その他事項」、監事等からの意見も「特段なし」としております。その他特記事

項も「特段なし」でございますけれども、これについて御意見をよろしくお願いいたします。

目標設定の妥当性という点について、今は「特段なし」としてありますが、どうでしょうか。

○国民生活センター高橋監事 監事等からの意見についても、「特段なし」ということで結構でございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 ありがとうございます。

○升田委員 評価自体では「特段なし」だと。

○消費者庁消費者教育・地方協力課植田課長 「特段なし」でよろしいですか。

それでは、次回に向けて宿題とさせていただければと思います。

ほかによろしいですか。

それでは、これで主務大臣の評価案とさせていただきます。

どうも貴重な御意見を頂戴いたしまして、ありがとうございました。これにつきましては、主務大臣の評価案ということで、来週になると思いますけれども、大臣の決裁を経た上で総務省に8月25日までに提出ということになっておりますので、8月25日に総務省へ提出いたしたいと思います。

以上で予定しました議題は終了となります。どうもお忙しいところをありがとうございました。

これにて閉会とさせていただきます。