

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
第2回議事録

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30年8月7日（火） 9:58～11:16

場 所：中央合同庁舎第4号館 共用第3特別会議室

1. 開 会

2. 議 題

国民生活センターの平成29年度及び第3期中期目標期間の業務実績に対する主務大臣評価案への委員の意見

3. 閉 会

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 おはようございます。

定刻前ですが、皆様お集まりですので、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。

前回、7月25日に開催いたしました第1回の懇談会では、国民生活センターから、平成29年度の業務実績に対する自己評価と、第3期中期目標期間の業務実績に対する自己評価につきまして、特徴的な部分を中心に説明いただき、委員の皆様から、御質問や御意見を頂戴したところでございます。

これらを踏まえまして、消費者庁で主務大臣評価案を作成し、先週、委員の皆様へ送付させていただきました。

本日は、この主務大臣評価案につきまして、委員の皆様の御意見を頂戴できればと考えておりますので、よろしく願いいたします。

それでは、事務局から、本日の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 それでは、配付資料の説明をさせていただきます。

いつもと同様でございますが、議事次第の下半分に資料名が掲載されておまして、本日は資料1から資料4までの4つの資料を用意させていただいております。

まず、資料1と資料2は、平成29年度の業務実績に対しまして、主務大臣による年度評価を実施した「総合評定表」と「項目別評定表」でございます。

次に、資料3と資料4は、第3期中期目標期間、すなわち、平成25年度から平成29年度までの5年間の業務実績に対しまして、主務大臣による期間実績評価を実施した「総合評定表」と「項目別評定表」でございます。

なお、資料1と資料3の各「総合評定表」については、もともと自己評価欄がございません。これらの「総合評定表」は、前回の第1回懇談会の場で様式として配布させていただきましたが、今回、その様式に、主務大臣による評価を書き入れたものとなっております。

以上、資料1から資料4までの4つの資料が、本日の議題に対応するものとなっております。

ちなみに、資料2でございますが、1枚目の総括表を御覧ください。黒枠で囲んである2列のうち右側の「主務大臣評価」と書いてある縦の列が、今回新たに書き入れた列で、国民生活センターの平成29年度業務実績に対する主務大臣評価でございます。黒枠の中の左側「平成29年度」と書いてある列は、同じ平成29年度業務実績に対する評価なのですが、これは前回、国民生活センターが記載しました自己評価がそのまま入っております。

資料4は、左側に平成25年度から平成28年度までの各年度の主務大臣評価と、平成29年度の自己評価及び主務大臣評価を掲載し、うち平成29年度の主務大臣評価については枠で囲んであります。その右側には、第3期中期目標期間全体に対する評価が縦に3列並んでいます。1列目の「見込評価」は昨年度に実施した平成25年度から28年度までの4年間

に対する主務大臣による見込評価をそのまま記載しており、2列目は5年間の業務実績に対する国民生活センターの自己評価の列であり、3列目が今回、5年間の業務実績に対する主務大臣評価を記載した列であり、こちらも枠で囲んであります。

資料2に戻っていただきまして、前回の第1回懇談会の際に委員の皆様から頂戴した御意見や御質問のあった項目のうち、御意見等を反映させて国民生活センターが自己評価欄を修正した項目番号は、22番、28番、35番、36番、61番、68番、70番、75番、76番、89番、90番、92番の12項目です。

これらの修正内容につき御不明な点が委員の皆様からございましたら、国民生活センター側から改めて本日お答えいただきます。

資料の説明は、以上でございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 それでは、議題に移らせていただきます。

本日の議題である、主務大臣の評価を記入した資料2と資料4の「項目別評定表」につきまして、委員の皆様から御意見等を頂戴し、最後に、資料1と資料3の「総合評価表」への御意見等を頂戴できればと考えております。

それではまず、資料2と資料4の「項目別評定表」の主務大臣評価案につきまして、委員の皆様から御意見等がありましたらお願いいたします。

長岡先生、どうぞ。

○長岡委員 細かい点なのですが、文章の言い回しなのですが、26番のところ、評定はAとなっていて、3段落目の「また」というところなのですが、文章は「平成28年度から新たに交付を受けた科学研究費助成事業においても」とあるのですが、交付を受けたということなので、助成金によりということなのかと思います。科学研究費助成事業における科研費補助金によって、これこれという文章になるのかなと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 交付を受けたという表現が若干わかりにくいという感じでしょうか。

もしかしら、こういう言い回しをするのかもしれませんが、これは3年間の助成事業でございまして、28年度が1年度目ということでございます。

○長岡委員 交付を受けたということなので、助成事業が交付されるわけではなくて、補助金が交付されるので、文章が。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 先生の御質問事項は、国民生活センターの自己評価欄の「さらに」の段落の「事業による科学研究費補助金により」というところが主務大臣評価のところ落ちていたので、事業によりではなくて、事業による科学研究費補助金によりという文言にしたほうが、より正しい表現なのではないかという御質問でございますか。

○長岡委員 そうです。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 文言のところは誤解がないように修正をさせていただきます。ありがとうございます。

○長岡委員 もう一点、これも言い回しなのですからけれども、70番で、評価はBなのですが、「市場化テストの実施に基づき決定した事業者と、契約を適切に行ったことは評価できる」とあるのですけれども、これは契約をしたということの評価しているのですか。契約によって、事業を実施したことを評価するのかなと思って、その評価の対象が、何を評価しているのかわかりづらいなと思ったのですけれども。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 先生の今の御質問は、契約を行ったことは手段であって、目的としては、契約を行ったことによって事業をきちんと適切に行ったことを評価しているのではないかと。どちらを評価されているか。

ここが、私の理解では両方あると思います。市場化テストの実施を適切に行ったということ。市場化テストを行って、事業者に任すことによって、適切に事業を実施した。それはきちんと適切に行ったという両方の面を踏まえて、ここは標準であるとしているのかなと、私の理解ではそのように思っております。ですので、きちんと適切に契約を行ったこと、それから、適切に契約を行ったことによって事業を適切に実施した点、両方について標準であるという理解でおります。

○長岡委員 そうしたら、国民生活センターの評価欄に書いてある文章のほうがわかりやすいかなと思ったのです。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 わかりました。そのような形で、文言をもう少し詳しく、わかりやすく改めたいと思います。

○長岡委員 ありがとうございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 瀧澤先生、どうぞ。

○瀧澤委員 中期目標期間の評価において1か所だけ、自己評価がAに対し、見込み評価と主務大臣評価がBになっているところがあり、これは項目番号75番ですが、御説明いただければと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 75番でございますが、資料4で説明させていただきます。

去年、75番の評価の際、平成28年度の「年度評価」については自己評価と主務大臣評価はAとしましたが、4年間の評価としての「見込評価」は自己評価と主務大臣評価をBとしました。今年、平成29年度の「年度評価」については自己評価Aに対し主務大臣評価もAとしましたが、5年間の評価としての「期間実績評価」については、国民生活センターはこれも自己評価Aとしているのに対し、主務大臣評価は1ランク下のBと評定いたしました。この理由は、5年間の各年度の評価をみると、平成28年度及び平成29年度と最近の2年間はA評価なのですが、その前の平成25年、平成26年、平成27年度と3年連続「標準」のB評価であり、Aが2つとBが3つであってむしろBが多数を占め、5年間全体を通して標準を2割上回るA評価とするのは妥当でない判断し、Bと評定いたしました。なお、平成25年度のAは当時の基準による「標準」であり、現在のBに相当します。

○瀧澤委員 事業自体は上向いているというか、努力されていて、ここ2年はAに相当す

るのだけれども、過去5年間で見ると、過去の部分も影響するということですね。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 はい、5年間全体を見たときに、5年間で2割増しには至っていないのではないかという判断がありまして、Bにいたしました。

○瀧澤委員 状況が変化して、インターネットにどんどんシフトしてきている。そちらを今、強化しているので、ここ2年の年度評価はAということなのですね。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 はい。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 升田先生、どうぞ。

○升田委員 前回、大分お話しさせていただきましたので、今回、さほど異論はないわけですけれども、考えてみますと、こんなに膨大な資料をおつくりになって、かつ、きょう多数の方がお見えになっていて、相当なマンパワーをお使いで、しかもここに出られて、あれこれ文句と言うとあれですけれども、意見を言われるということで、いろいろお気持ちはあろうかと思うのですけれども、しかし制度がある以上、やむを得ないということと、多分、これをおやりになるに当たって、みずからの業務をいろいろな観点から分析されて、それなりに見直しをされるということと、対外的にきちんと公表するという2つの大きな意味があって、非常に大きな労力をお使いになっている効果もそれなりにあるとは思いますが。

ただ、一つは前々から問題になっていますけれども、基本的に数値目標であるということで、それはそれなりに非常に重要でありまして、しかしながら、考えてみますと、先ほど御指摘もありましたように、世の中を見ていて、公表する媒体も変わっているときに、例えば、「本の出版数」だけでカウントしてよいのか、ということなどいろいろ出てきているわけですから、そういうことをどのように評価されるのか。それに気がついて、早目に対応してやっていることも、数に表れないけれども評価すべきだとか、そういう問題も最近あるわけです。

考えてみますと、こういう事業評価は、普通の会社でいいますと、事業計画を立てて、実績を評価して、最終的には利益が出るかどうかということでやっているわけですけれども、国民生活センターの場合には、利益というわけにはいきませんから、そうすると、一体何が国民から期待されているかということと、そもそも設立の趣旨があるわけでしょうから、消費者行政の一翼を担っておられて、できるだけいろいろな問題に対処しておられる姿を望んでいるのではないかと、新しい問題に積極的に取り組まれて、かつ、実効性のある対策もとっておられるという姿も非常に重要かと思うわけでありまして、評価に当たってそういうものをもうちよつと盛り込まれるような項目もあってもいいのかなという気がするわけです。

しかも、これだけの分量の書類をお作りになること自体がものすごく大変なことで、行政当局のほうでも大変だと思うのですけれども、嫌々ながらという気持ちになられると、嫌なものになるわけで、もうちよつと前向きに捉えていただいて、自分のところの実績はこうだけれども、しかし、現実に所管しておられる消費者問題が、解決されるなどして満

足すべき状態に達しているかということ、決してそんなことはないわけで、いろいろなところでいろいろな問題が提起されているわけです。できるだけそういう問題に積極的に取り組んでいただけるシステムもあるわけですから、そういうことにできるだけ取り組んでいただいて、それが評価にも反映されるようなところが今後、重要になるのかなと。

課題とはなっているのですけれども、課題も数値課題ではなくて、お書きになっていることを見ると、何となく実効性の問題について御指摘になっているので、評価は数値なのに実効性で今後の課題というのは余りフェアではないかなと。つまり、数値目標で評価するのならば、例えば前年が100件であれば200件にしろとか、それが多分、課題になるわけですが、なかなかそのように書けないところがあるわけで、物の言いようが難しいところではありますけれども、これだけのことをおやりになっているわけですから、嫌だ、これを出せば終わりだという具合ではなくて、これだけの膨大な業務を行っておられるという意味を、ぜひ、もう一つ前向きにお捉えいただいて、今後に役立てていただくようにされるのが一番重要なことという気がするわけです。

そうしないと、細かいところで、こちらの数字がこう変わって、こちらがこう変わっているのに、なぜこれがAだ、Bだなどと、こんなことを言うのであればですけども、大抵は瑣末な議論かもしれないとか、例えば、満足度で常に4.9とか5.0なんて世の中にあり得ないと言っただけなんですけれども、そういう数値で、私もぜひ学校で自分の講義に対しそういう成績評価をいただきたいと思うわけですけども、いろいろな人がいる中で、4.9だから満足、3.0よりはいいとは思いますが、余り細かいことにとらわれないで、本来の趣旨があるわけですから、そういう問題を重視するほうがいいのかなという気がするものですから、そういう見直しもぜひお願いしたいという気がいたします。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 先生、ありがとうございます。

瀧澤先生、お願いします。

○瀧澤委員 次の議題になってしまうかもしれないのですが、ちょっと気になったことがございまして、項目別評価による主要な課題改善事項というところで、相模原研修施設の話が出てきます。外部利用を推進する、土日、休日の宿泊室利用を積極的に働きかけることで稼働率を高める工夫が必要と書いてあるのですが、こうなってくると、相模原研修施設が一体何の施設なのかと。平日は余り利用がないので、休日で稼働率を上げるとなると、まるでホテル業みたいな感じになってきてしまっていて、手段と目的がすりかわってしまうのかなと。

以前、どうしてもこの施設は必要なのだという御説明があったと思うのですが、そのあたりがちょっと感じられないので、違和感があるところなのです。項目別評価でいうと8番、9番あたりは評価もCですね。

実際、なぜ平日の宿泊室の稼働率が低いかというと、近隣県の方の利用が多くて、内規により近隣への出張には宿泊費が出ないため宿泊の利用が低いということで、そうすると、

そもそも需要がないのではないかと感じるわけです。この文面からは、総合的に見るとそれを維持する理由がどうしても感じられないのです。次の議題になってしまうかもしれないのですけれども、項目番号8、9とあわせて、その辺の御説明をいただければと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 御質問ありがとうございます。

相模原研修施設については、まず、先ほどの升田先生のお話にも戻るかと思うのですが、そもそも研修施設はなぜあるかという点、相談員だけではなくて、消費者行政を学ぶ現場の方をはじめとして、そこでしっかり学んでいただくための施設を持っている、ということでございます。仮にこれを持たずに外部で借りるよりは、当時、再開に当たって試算もいたしましたけれども、相模原研修施設を使ったほうがコスト的に有益であるという結論が得られたため、施設を再開した経緯がございます。

その中で、施設を有効に利用するという話と、宿泊室の稼働率が低いというあたりをもう少し説明したほうがいいのではないかとこのことを御質問いただいているかと思っております。

例えば、研修を受ける方が関東地区からであれば、内規などの定めもあり泊まらずに帰ってしまうので、宿泊室の稼働率が上がらないという現実がある中、他方では、研修施設自体は当然、365日、24時間保有しているわけなので、その中で土日のように、研修を行わないところにおいて、どのような団体にもお貸しするわけではないのですけれども、例えば本来の研修を受けるために泊まるわけではないのですが、学生が合宿で利用するとか、そういう形の外部利用で使うことは、資産の有効活用という意味では伸びしろがあるといえますか、そこについてもう少し努力していただける余地があるのではないかとこのことで、そのような形として書かせていただいているところです。

このように、外部利用、特に土日のところは研修自体はやっていないものですから、ここにおいてぜひ外部の方にも使っていただくように、既に働きかけは国民生活センターも、例えば学校に御活用くださいなどという形で御案内をされていると伺っておりますけれども、さらにその他にも多く使っていただくことが資産の有効利用として必要なのかなという意を込めて、土日利用を含めて積極的に使っていただきたいというお話を書かせていただいたところです。

○瀧澤委員 難しいですね。そもそも相模原施設の収支が今、どうなっているとか、5年間経つと周りの状況も変わってきますね。そうすると、今後5年間どうするかという議論も本当はもう少し詳細にご説明いただいたほうがいいのかもされないかと、今、伺っていて思いました。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 わかりました。本日の議題とは少し離れてしまうのですけれども、新しい第4期中期目標は今年度から5年間になるのですけれども、その中で、宿泊室の利用率については、徐々に毎年2%ずつ上げていくような形にしております。

これは、前の第3期中期目標ではそもそもの目標水準がかなり高めに設定されていたため、確かにここ数年、国民生活センターは研修でかなり人を増やしていたのですけれども、どれだけ頑張っても目標を達成できないということがありましたので、まず、新しい5か年の第4期中期目標においては、ちょっと頑張れば届くようなところを発射台にしまして、徐々にそれを、5年間で毎年2%ずつ上げていって、最終年度では50%にまで上げていくということを今、目標にさせていただいております。

ですので、前回の第3期中期目標期間の結果として実態を見たときに、目標水準が高過ぎたというところも踏まえて、我々としても、今年度からの第4期中期目標での水準は現実のところに合わせて上で、かつ、それをただ単に平行な目標水準とせずに2%ずつ高めながら、頑張っ て届くような形でインセンティブをつけさせていただくという設定をしております。このように、新しい第4期中期目標では、これまでの実績を踏まえてそれを反映させているところをごさ いまして、今後の5年間につきやや詳しく説明をさせていただきます。

○瀧澤委員 ありがとうございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 升田先生、どうぞ。

○升田委員 相模原は、いろいろな経緯がある問題で、一朝一夕にどうのこうのと言えないところがあると思うのですが、もうちょっと広く見ると、そもそも国民生活センターの業績を評価するときに、別に営利法人ではないわけですから、国民生活センターが持っておられる資産があるわけですが、基本は無形資産が非常に重要なわけですね。その中に、研修という名のもとに非常に大きな施設を持っておられて、しかも研修といいますと、大体世の中では観光地でやるか、それとも都心というか非常に交通利便のところ でやるかが一番好まれているわけです。

相模原は、リニアが近くを通る予定で非常に都会化しているとは思いますが、失礼ながら、観光地でもなく、研修施設はそういうところにあるのであって、しかも駅から遠い。歩けば健康には良いとは思いますが、研修を行う場としては非常に自然に恵まれたところにあるのですが、世の中の研修に参加しようと思う人の本来の気持ちとは余り一致していない場所であって、それを研修だけのために維持することが基本的な問題を抱えているわけですから、それをどうするかといえば、研修とかかわりなく利用してもらう方向、外部利用の推進や企業研修ということをおっしゃっていますけれども、企業研修に行く人も同じような気持ちだとすると、研修から離れて利用できるようなことをしてもいいかどうかですね。

世の中、民泊で非常ににぎわっているというか、そういう状況の中で、一人ぼつんと取り残されていると言っ ては失礼ですけれども、一体、どういう需要を目標にしておられるのか。さらに問題は、本来どの程度の稼働率であればよしとするのか。そのあたりがはっきりしないわけです。

国民生活センターが持っておられる有形、無形の資産をどうやって活用するのか。経済

的な対価がどの程度入らないといけないのかという、もうちょっと広い視野からごらんいただかないと、これをずっと議論していても、経済状況やいろいろな状況で、一時伸びても、それがずっと安定的に稼働できるとはとても思えないわけですね。そうすると、そこに非常に努力されても、ここでいろいろ議論して、もっとやらないといけないという叱咤激励があっても、目標自体を下げない限りはなかなか難しい問題になってしまうのではないかという気がしますので、そういう観点から、もう一度いろいろ考えられたほうがいいのかという気がします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 升田先生、コメントありがとうございます。

相模原研修施設の特に外部利用の扱いについては、これまでも、ぜひ御活用くださいといった御案内を既に国民生活センターは行っているということですが、それ以外にも、どういう形で使われるようにするのか。関東近隣の相談員が利用するには、旅費の関係などいろいろ問題があるかと思いますが、では相模原市民が利用するにはどういう形が可能なのか、そのあたりも含めて、いかなる取り組みができるかは、我々も所管課として、引き続き実際に運営をされている国民生活センターと連携をとりながら考えていきたいと思っております。

もし、国民生活センターから補足があれば、お願いいたします。

○国民生活センター松本理事長 升田委員の指摘されたことは、我々はずっと課題として感じていることなのですが、研修施設というのは、消費者教育や相談員研修、行政職員研修という目的のためにつくられたものであって、当該目的の達成との関係でどれぐらい有効に使われているかという視点からの評価は比較的しやすいと思うのです。講座を企画して、何人ぐらいに参加していただきましたかというのは、はっきり数字で見えるわけです。

他方、何に使おうが、箱物としてどれだけ稼働していますかという点になると、場所的な面だとかいろいろなことがございまして、なかなか苦しいということで、その両方を満たすというのは、相当たいへんなことと思っております。

ただ、箱物としての利用に関しても、我々の業務目的に反しない程度でさまざまに使っていただくということで、積極的にセールス活動をしております。私は昨日も1日相模原に居たのですが、2つの高等学校が合宿研修に使っていて、お昼休みなどは食堂が非常に混み合っている状況になっておりました。夏休み中は一般的な研修が比較的少ないということもあって、外部利用が非常に活発に行われているということで、外部の利用率は毎年、向上しています。口コミでも関係者の間で広がっているようで、学校による利用は今後も増えるだろうと予測しております。

そういう活動をするとともに、本来の研修業務の内容を高めて、たくさんの方に来ていただいて、満足いただけるようにしたいと思います。

それと、評価の点に関しまして、学校だとそんなに点につかないというのは当然でありまして、学校というのは本来、勉強したい人が来るはずなのだけれども、実際はそうでない人もたくさん来ているというのが現実ですが、研修の場合は、研修に参加したいという

人が来るので、学校よりは満足度が高いということは、逆に言えば、たいへん厳しい評価になる可能性もあるのですけれども、そういう意識の高い人が来られているという点から、満足度の評価は比較的信頼してもいいのではないかと考えています。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 瀧澤先生、どうぞ。

○瀧澤委員 今、理事長がおっしゃったように、土日の利用はあくまでもおまけの部分ですので、本来、ここに来て、きちんと研修を受けていただく人がどれくらいこれを必要としているのかがベースになると思うのです。

それがあからこそ相模原施設が必要であって、それをさらに有効利用するために、土日も活用しましょうと。それについては、こういう活動をしていますという論理だと思いますので、ベースのところ、例えば都心で受講したい人がとても増えているとか、日帰りで受講したい人が増えているとか、そういう状況変化もあると思いますので、まずは相模原施設ありきではなくて、基本的な需要をよく見ていただいて、判断していただくしかないのかなと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 ありがとうございます。

1点、補足させていただきますと、相模原研修施設というのは、研修室と宿泊室がございます。研修室の方は、和室も含めまして、研修に伴って使う会議室や部屋でございます。これはどれくらい利用されているかといいますと、項目番号8番の研修室稼働率の目標達成状況を見ますと124.9%で、2割以上、上回って達成している状況でございます。研修室の利用については、比較的良好なパフォーマンスを示しています。

他方、宿泊室はシングルルームが72室あるわけですけれども、それは研修の規模に合わせて必要な室数であり、受講者に泊まっていただくためのものですが、例えば神奈川県を受講者は、県内の出張としてそもそも宿泊することができない規定があるなど、受講者全員が泊まることにはならないため、宿泊室の稼働率はどうしても落ちてしまうのです。

最近の傾向としては、研修そのものを一部、徳島でやったりすれば、その分相模原施設の宿泊率も落ちます。

それから、項目番号64番の企業職員研修ですが、企業の職員の方々に相模原施設へ来ていただき、できれば宿泊もしていただく形の研修コースは、これまで質の高い非常にいいコースを準備しているのですけれども、さすがに企業の方々がお忙しいと、相模原へ行って1泊2日というのはなかなか難しいようで、企業職員研修については人員の充足率と宿泊室の稼働率は苦戦しています。せっかく良い講師を揃え、質の高い企業職員研修を準備しているのですから、同じコストに対して受講者は多ければ多いほど有効性は高い訳で、実は今年度から、都心で企業職員研修を企画したところ既に申込多数になっていると聞いておまして、人員充足率にはプラスに作用するとみられ、今回の年度評価ではD評価となっている企業職員研修の人員充足率もC評価や更にはB評価へと上昇してくることも期待されます。他方、都心へのシフトは、相模原の研修コースが減ることにより宿泊室の稼働率にもマイナスに作用します。

こうした徳島や都心への研修のシフトにより、研修を通じた宿泊室の稼働率引上げには一定の限界もあり、研修以外に何か稼働率を高めることはできないかと常に模索してきたところです。稼働率の上昇という目標は、国民生活センターに限らず、独立行政法人共通のテーマとして強く求められているため、研修で使わない土日を外部利用で宿泊してもらえば稼働率が高まるように第4期中期目標において稼働率の計算方法を変えており、今まさに国民生活センターでは、外部利用推進の取組を進めていると聞いております。

○瀧澤委員 先ほども申しましたけれども、施設を維持することを目的にするのではなくて、例えば都心で受けてみたい人たちでも、地方から来られる方は泊まる場所がなくて困るのであれば、そのために新たな制度を設けて、例えば費用を一部、負担するとか、税金を投入しているわけですから、施設維持ありきではなくて、総合的に見て何が合理的なのかということで判断していただく。今はその過渡期にあるのかなと思いますけれども、ぜひそのような方向で考えていただきたいと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 ありがとうございます。

升田先生、どうぞ。

○升田委員 ちらちらと表を見ていて思ったのですが、今の企業職員研修の関係で、64番で、何を質問したいかという、コースが一時期、27年度に増えて、その後、減っているのですけれども、これはなぜなのですか。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 では、国民生活センターのほうから御説明いただいてよろしいでしょうか。項目番号64番でございます。平成27年度には10コースあったものが、平成28年度、平成29年度はそれぞれ7コースずつに減っている理由でございます。

○升田委員 充実させると言っているのに減っているというのはなぜか。非常に単純な質問なのですけれども。

○国民生活センター西総務部長 27年度に施設を再開して、当時、相模原施設で施設再開前は20コース程度だったのですけれども、消費者教育の充実をしていこうということで、コース数を70コース程度、3倍ぐらいにふやしたという研修全体の強化の中で、企業職員研修も10コース設定したところです。

ただ、実際にやってみて、先ほどの場所の問題や企業のコスト意識の問題等々で、企業職員研修については厳しいものがあつたというところを踏まえて縮小したという経緯がございます。

○升田委員 いろいろ検討しておられて、非常に重要だと思うのですが、研修に来る人は、要するに高校生とか学生とか生徒と、従来やっておられる地方自治体の方、消費者関係の方のほかに、今、企業職員のほうを検討しておられる。大体こういうことですね。

一般国民が研修に行くというのはなかなかないとすると、今、計画しておられるコースの中で、一番人数が多く、予算もありそうなのは企業職員研修で、伸びしろがあるのはこちらのほうで、地方自治体のほうも消費者関係のほうも従来、相当やっておられて伸びし

ろが非常に厳しい状況にあるとすれば、普通は可能性のあるほうにいろいろ努力することになる。ニーズが何かとお書きになっているわけですが、実際にはニーズは極めて多様なのですが、企業職員研修で提供されるものが企業の欲している消費者関係のいろいろな情報なのかどうかですね。役に立つ情報であるかどうかは課題になり得るのかなという気がするのです。消費者問題の内部情報というとなんですけれども、切り口が非常に鋭ければ、企業からみんな聞きに来る可能性はあるわけですから、ぜひ、コースも色とりどりに展開されるのがよい。確かにパック旅行のように応募が少なかったらやめてしまうといったことが常にどの業界にもあるものの、できるだけメニューが多くないと、来る人もなかなか来ないのかなという気がします。メニューの内容も、企業のいろいろな活動を前提とした消費者問題であるべきで、消費者運動がどうのこうのというのは企業には余り関心がないわけです。ですから、企業の立場に立ったコース設定が非常に重要ではないかと個人的には思うのですが、国民生活センターにはいろいろなお考えがもちろんおありであろうと思うのですが、コースを減らすと参加人数も減ってしまうわけで、どこも我慢しながらコースを増やして、何とかやっていって、どうもつながりそうだとすると、そちらをやって、また減ればすぐにとりかえてしまって、というように臨機応変に設定していかないとなかなか増えないかなと。

ついでに、企業の職員であれば、職務命令があれば泊まりますし、都心でやると携帯電話で呼び出されるから嫌だとか、隔離されたところで研修を受けたいとか、いろいろな人がいまして、絶対に都心でなければいけないということもないと思われまますので、都心も合わせていろいろとやられれば、先ほどの宿泊率の問題にも、参加人数の問題にも資すると思うのです。まさに、27年度の施設再開のときにはそういうことでコースを増やされて、結果として人数が多いわけで、28年度以降コースが減ると人数も少なくなるという結果が示されていますから、その辺も踏まえて、いろいろお考えいただいたら、もっと増えるのかなと。

企業職員研修の人員充足率は、平成29年度にDとなっていて、先ほどの一覧表の中では目立ち過ぎるところがありますから、ぜひ、DとCを払拭していただければという気がいたします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 宗林理事、どうぞ。

○国民生活センター宗林理事 企業職員研修を始めるに当たりまして、私どものところは、消費者庁の研修施設でもあると言ったら語弊がありますがけれども、例えば景表法など、消費者庁の担当官と直接、じっくりお話しができる。ちょうど平成27年度に再開したころは、食品表示法や機能性表示食品などの新しい食品の仕組みが出されたときでありまして、最初の年は食品をかなり実施しまして、講師に対してすごく長い列ができました。

それから、もう一つの特徴は、企業間での人脈ができる。意見交換とか、夜、懇親会もできるでしょうという2つが企業研修をやるに当たっての強みだと思って始めたのです。

最初の年は、食品が中心だったということで、それなりに人が集まったのですが、結果

を聞きますと、やはり泊まりはつらいというのが大変多く聞かれまして、その後も、最初に信じた路線で展開し、コース数をふやしていけば、どうなったかはわかりませんが、今の時点では、消費者庁の方ともお話をしたいという思いはありますけれども、都心でコンパクトにいろいろなことを聞きたいというニーズが高いということです。

というのは、昨年、同じテーマでも、いろいろなところの主催の研修会がたくさん開かれていまして、それを宿泊研修で当方がやると、相模原だけはなかなか人が入りませんでした。都心の3か所で、東京都であったり消費者庁であったり、同じテーマでやっても、そこは満杯という状態がございました。そういったところから見ると、宿泊であったり、重い研修はちょっとつらいかなという感想がそのままのイメージかと思ひまして、今年度、少しコンパクトにやってみて、どうかということで試してみたいと思います。

先生のおっしゃることはもっともなことで、私もそう思います。これから伸びしろのあるところで、ここからお金をいただければ、懇親会もすれば食堂も潤うと。それから人脈もできて、名刺交換もできる。消費者庁なり講師の方も残ってくだされば、こんなに企業の方にとって直接、お話しができる機会はないなと思ったのですが、1年目はよかったのですが、2年目は続かないということでございました。

検討させていただきます。

○国民生活センター松本理事長 追加ですが、企業との関係については、我々も従来からいろいろ考えているわけですが、例えば消費者相談の情報の提供にしる研修にしる、企業が欲しい情報と我々が知ってほしい情報が一致すれば一番いいのですけれども、必ずしも一致しなくて、我々が知ってほしいことについての研修だと、企業は余り集まってこないけれども、企業としてぜひこういう話をもっと知りたいという話しであれば、集まるかもしれないです。そういう一種のセミナー屋的な感じで、国民生活センターの本来業務とは別の営利部門的にやるということは、全く考えられないわけではないのでしょうけれども、今のところそういうスタンスはとっていません。PIO-NET情報に付加価値をつけて、企業に有償で提供するという議論もしたことはあるのですけれども、今のところそういうことはやっていません。

企業職員研修に関しても、宿泊費を含む参加費は、行政関係者向けの研修よりは少し高いとはいえ、民間の業者の受講料よりはるかに安価に設定しています。そういう形で企業の人にも知ってもらいたい情報を提供するということで、消費者であれ、企業であれ、行政職員であれ、大きな差をつけないで事業をやっているということがございます。そういうやり方を変えるか変えないかというのは、今後の課題になるかもしれないです。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 升田先生、どうぞ。

○升田委員 今、セミナー屋とおっしゃいましたが、セミナーを業とするいろいろな事業主体は世の中にたくさんありまして、企業職員研修というと、同じテーマで競合をしながら、みんないろいろなところでやっているわけです。そうしますと、それを全部比較して決める人は、余りいないと思いますけれども、何が魅力かというのはそれなりにみんなそ

れぞれ考えていて、いろいろな業界でやっている人たちは、そういうことを非常に意識して、競争の中で生き延びようということでありまして、先ほどおっしゃいました特に法律が改正されるようなときには、予想外にいろいろなところから、しかも先ほどの消費者庁やら国民生活センターより遥かに先んじて、もう法案が出るか出ないかのタイミングでセミナーをやっている人がいて、世の中は本当に競争が激しい状況にあると思います。

ですから、何が魅力かということを非常に重視しないといけないのと、理事長がおっしゃいました、まさにそのとおりなのですけれども、ただ、国民生活センターが持っておられる有形、無形の資産をどう活用するかということに、どういう制約があるかということはもちろん考えなければいけないわけですが、大体、自分が聞いてもらいたくて提供しようとする情報は誰も聞きたがらないわけで、聞きたいほうの人は自分勝手ですから、自分が聞きたいことを聞けばいい。そうすると、国民生活センターからどういう情報ももらえるとか、相談とかなんとかしてくれるのかとか、内部情報があるのか、あるいは法律が改正されたときに、どうすれば問題なくやれるのか、そんなところに主な関心があるわけです。それが多分、消費者保護の問題とは違うのではないかという意識をお持ちになるかもしれませんけれども、しかし、広く考えれば、企業に消費者に関するいろいろな情報を提供することによって、企業は企業で何か消費者事故を起こしたいと思っているわけではなくて、情報を得て、自主規制をするわけですから、それはそれなりに効果はあるということになりますから、もっと幅広く捉えられてもいいのかなという気がするわけです。

確かに、企業にもいろいろな企業があって、ひどいものになると悪質商法をやっている人が、契約書を直してほしいとか、研修のときにやってきて、最後に講師の人と若干の面談の機会があるとすれば、ここはどうですかみたいに聞く人もいるわけです。しかし、それは良識に従って対応されればいいのですけれども、今後もありますので、企業職員研修についての基本的考え方を御検討いただきたいという気がいたします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 ありがとうございます。

○国民生活センター松本理事長 もしも、我々国民生活センターなり消費者庁なりが伝えたいということ、ほかのセミナー業者がやっているのであれば、そこに新たに我々が参入する必要はないと思うのです。安く提供できるということはありますけれども、企業がそんなに価格を気にしないのであれば、どんどん民間のセミナーのほうに参加していただき、それで同じ効果が生じるのであれば、それでいいと思います。

例えば、相談員向けの研修というのは民間業者はやってくれないのです。だから我々は伝統的にそういう分野を主としてやってきた。ほかのやらない部分を、国が国費を投入してでもやる意味があるということでやってきたわけで、企業についても、企業が知りたいことと、我々が企業に知ってほしいこととの間に、齟齬があるという大前提のもとに、我々は企業に知ってほしいことを提供するというをやってきたわけで、その分野をほかの民間業者がカバーしていただけるのであれば、我々はもうやる必要がないのだと思うのです。

あとは、本当にカバーしているのかというところを精査しないとだめだと思いますけれども、要は、国が積極的にやる必要がある分野なのですかということに換言されると思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 ありがとうございます。

企業が知りたいことと、企業にお伝えしたいことは必ずしも一致しないのではないかという論点かと思います。

ただ、必ずしも全て一致しないにしても、何のために消費者政策を実施するのかというところがあると思うのです。もちろん、消費者相談のところであれば、消費者被害のまさに被害に遭わない、救済するあるいはトラブルを解決するということもあります。

他方で、消費者政策をマクロ的に見たときは、ある意味で、よりよい社会をつくっていくために企業がどう行動するかという視点もあるかと思います。それは先ほど、升田先生の御発言の中にあつたように、国民生活センターなどから提供される被害情報を踏まえながら、企業のほうでどのように企業行動を実施するとよりよい社会になっていくか。もちろん悪質な事業者がそれを悪用するというのは論外ではありますけれども、いわゆる普通の経済活動をしている企業が、その情報を踏まえながらよりよいマーケットをつくっていくという意味では、すごく重要な視点かなと思ってまして、相談員の立場から言うと、まずはミクロ的に見た被害の救済が大事だということがあるのですけれども、他方で、マクロ的に見た企業行動をどのようによりよい市場のほうへ持っていくか。さらには、悪質な事業者にどう対処していくかという観点から見ると、企業職員研修を国民生活センターで行う意義は、ほかがやっているからやる必要がない分野には必ずしもならないのかなとは思っているところでございます。

○国民生活センター松本理事長 私はそういう研修の必要性を否定しているわけではなくて、ほかで代替できているのであれば、やる必要がない。しかし、実際はそういうマクロ的には行われていなくて、もうちょっと企業利益の最大化の視点のほうを優先するような感じのセミナーが多いのだとすれば、国民生活センターなり消費者庁なりがもう少し公の立場で全体を見て、知っていただく形の研修をやる必要があるだろうということでも我々もやっておりまして、それで参加者が少ないのだとすると、企業としては余り関心がなくて、目先の利益を上げるためのセミナー的なものに参加するのだろうと。それに対しては、トップの意識を変えてもらうしかないかと思います。

そういうことで、今、民間で行われているから国民生活センターでやらなくていいという趣旨ではなくて、同じことを民間がやってくれるのならば、我々はやらなくてもいいのではないかという趣旨です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課梅田課長補佐 今、松本理事長からご発言いただいた点、升田先生からもお話がありましたけれども、国民生活センターは単純な営利企業ではないということから、行政の立場から伝えたいことを伝えることで、企業における人材育成を行うという観点も含めて研修を企画していかなければならないということは前提とし

てあります。一方で、それが全く企業のニーズに合致しないということであれば、なかなか人が来てくれないことになってしまうと思いますので、企業のニーズもつかみつつ、我々が伝えたいことを伝える研修の企画を考えていかなければならないということだと思しますので、ニーズもしっかり掴みつつ、プラスアルファで我々が伝えたいことも伝えていくことが必要と考えています。

あとは、当庁も消費者志向経営の推進についても企業に対しては伝えさせていただいておりますけれども、そういう意識が浸透しないと、研修に出したいと企業も思わないと思いますので、そこは消費者庁も企業のほうに、消費者志向経営が大事だということを伝えていって、その中で企業の意識も高まって、ここに人を出してみようという意識を醸成する活動は、我々も努力をしていかなければならないのかなと思っているところでございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 皆様から沢山の貴重な御意見を頂戴し、誠にありがとうございました。

それでは、一通り御意見も頂戴したかと思えます。資料2、資料4の「項目別評価表」におきます主務大臣評価案につきましては、委員の皆様におかれまして、御承認ということによろしゅうございますでしょうか。

(全委員首肯)

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 「項目別評価表」の御承認、ありがとうございました。

続きまして、資料1、資料3の「総合評価表」でございます。資料1が年度の評価でございます。それから、資料3が期間実績評価ということで5年間の評価でございます。ともにB評価としております。理由は次のとおりでございます。

まず、資料1の年度評価をごらんください。全体の評価をB（標準）としております。評価に至った理由でございます。各項目に対する評価の分布におきまして、下記「2. 法人全体に対する評価」の結果を踏まえますと、96%がB以上の評価、具体的には11%がA評価、85%がB評価であることから、独立行政法人国民生活センターは、第3期中期目標の達成に向けて平成29年度の年度計画を着実に実施したと認められるため、「1. 全体の評価」をB評価としております。

次に、資料3の5年間の期間実績評価でございますが、5年間全体の評価をB（標準）としております。評価に至った理由でございます。各項目に対する評価の分布におきまして、「2. 法人全体に対する評価」の結果を踏まえますと、95%以上がB以上の評価、具体的には8%がA評価、87%がB評価であることから、独立行政法人国民生活センターは第3期中期目標期間を通じて、各年度の年度計画を着実に実施し、所期の目標を達成したと認められるため、「1. 全体の評価」をB評価としております。

それでは、年度評価、期間実績評価に関する主務大臣評価をB評価とする案につきまして、御意見等がございましたら、よろしくお願ひいたします。

瀧澤先生、お願いします。

○瀧澤委員 妥当であると思います。

他の先生方もそう思っているのではと思います。

(他の委員首肯)

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 御意見ありがとうございます。

それでは、資料1、資料3の「総合評定表」に関する主務大臣評価案につきましては、委員の皆様におかれまして御承認ということでよろしゅうございますでしょうか。

(全委員首肯)

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 「総合評定表」につきましても、御承認ありがとうございます。

それでは、委員の皆様から御承認を頂戴いたしました主務大臣評価案につきましては、大臣の決裁を得た上で、年度評価及び期間実績評価を今月末、8月31日までに公表及び総務省へ提出させていただきます。

以上で、本日予定されました議題は終了となります。

そのほか、御質問や御意見等はございますでしょうか。

瀧澤先生、お願いいたします。

○瀧澤委員 私は科学の分野で社会とのつなぎ役をしているわけなのですが、時々似非(えせ)科学の問題が持ち込まれることがございまして、簡単なところで言いますと、来週どこに地震が来るぞ、といった地震予知のようなこと。それで商売している人がいるのですが、それは何とかならないのかみたいな話があるのです。また、別の案件で言いますと、がんの代替医療です。ちまたでもいろいろな芸能人の話などもありますけれども、標準治療をしていれば、もう少し余命が長かったものを、早々にそれを諦めてしまって、民間療法的なもので命を縮めてしまったのではないかという話もありますし、エビデンスのないものに対して非常に高額な請求をして、家族としては、ほかに対処法がないということで、特に終末期、それを受け入れるのですが、さしたる効果もなく、膨大な金額だけ取られてしまう。

代替医療の中でも、明らかに似非(えせ)だというものから、国の承認はないけれども、まだわからないというような科学との境目みたいな、いろいろなバリエーションがあるわけですが、そういった問題について、国民生活センターあるいは消費者庁ではどのように取り組んでおられるのかお伺いしたいと思っています。

○国民生活センター宗林理事 いろいろなものがあると思います。例えば、EM菌を飲めば何とかとか、そういうことをたくさん問題にしているグループがおありになって、実は9月にも、国民生活センターの会議に皆さん集結して意見交換をしようというお話もございます。

国民生活センターは、むやみやたらに否定をすることはできませんが例えば今のお話にあった代替医療の中でも、これを飲んだら具合が悪くなったけれども、もっと飲めば好転

反応でよくなるということはありません。例えば、この石を入れているとラドン温泉になり、低線量のエックス線、放射線物質が出るので、がんの治療に慢性的に効くとか、そういう広告に対して調べた結果、ベータ線も何も出ていないよ、ガンマ線もないよ等こういう事実はないよという科学的根拠のある否定と申しますか、事実関係としては、そういうものにぶち当たるたびにやっています。

ただ、全てができるわけではなくて、例えば酵素食品がすごくいいよといったときに、酵素食品は何が入っていて、何がどうなっているかと明確に謳ってないのです。ただ、酵素食品がいいという場合は、酵素食品は野菜の腐ったものだよねという話なのですけれども、それを否定するのはなかなか難しいのです。

なので、その中からきちんと否定できていくもの、例えばマイナスイオンがどうか、水素水等も効果ではないけれども、水素水が何ppm入っていると表示していることに対して、実は賞味期限の時点では減少している等テストが中心になるかと思っておりますけれども、できる限りやらせていただいておりますので、これは具体的にというものがありましたら、ぜひお寄せいただければと思います。

そしてまた消費生活センターの方、それからそのグループもございますし、実際には事業者を相手取って裁判をしているグループもございますので、昨年も一度そういうことをやりまして、その輪が広がって、マスコミの方も入られて、私からも話をしたのです。食が中心にはなりますけれども、ことしもそういう形でやらせていただきますので、もしそういう具体的な問題、あるいはそういったところに御意見を寄せていただければ、ぜひ参加をしていただければと思っております。

消費者フォーラムを国民生活センターの研修の中でもやっていますが、似非（えせ）科学をテーマにして発表をされている方もいらっしゃいます。

ぜひ、御意見をいただければと思います。

○瀧澤委員 わかりました。

特にがんの関係、似非（えせ）医療は、これからもたいへん増えていくと思うのです。身近にもがん患者がたいへん増えていまして、どこからともなくそういう話が入ってくるということがございまして、ぜひ情報を共有させていただきながら、勉強させていただければと思いますので、よろしく願いいたします。

○国民生活センター宗林理事 よろしく願いいたします。

統合医療という言葉で、厚生労働省なども科研費を出している例があり、て、それによって治療の開始がおくってしまうようなことについて、一部、参加をさせていただいたことはありますけれども、非常に問題だと思っております。

○消費者庁消費者教育・地方協力課尾原課長 ほかはよろしゅうございますか。

特にないようでございますので、これをもちまして、第2回有識者懇談会を閉会させていただきます。

本日は、御審議いただきまして、ありがとうございました。