

## 第4章 情報の収集・分析及び情報提供の在り方について

- 消費者からの効率的な情報収集・集約・分析・共有のための重要なインフラとして、PIO-NET を位置づけ、その利用価値向上の観点から、配備基準の見直しを検討する必要。
- より迅速な法執行推進等の観点から、国としても PIO-NET を通じた情報収集を必要としており、入力事務の負担増大を招いている点も踏まえ、一定の負担を検討する必要。

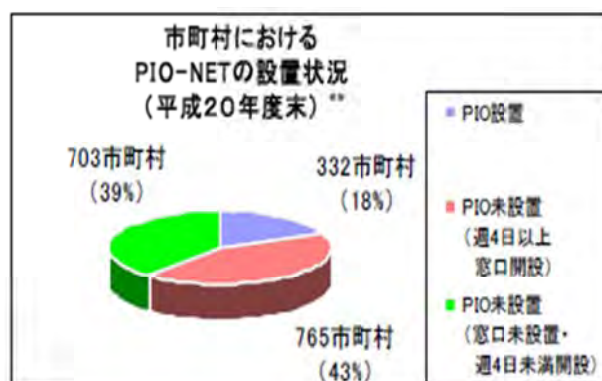
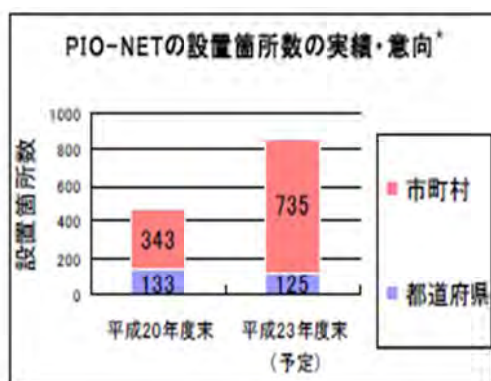
### 1 消費者被害情報の収集等に係る現状と課題

#### (1) 都道府県・市町村における情報ネットワークの実態調査結果

消費者委員会が、平成22年1月及び平成23年1月に行った地方消費者行政実態調査のうち、PIO-NETに関する結果の主な内容は以下のとおりである。

##### ① PIO-NET の設置状況

消費生活相談窓口における相談情報が集約される PIO-NET の設置状況を見ると、下記のとおり、平成20年度末時点で全市町村の2割にも満たないところであるが、平成23年度末までには、設置箇所数がほぼ倍増することが見込まれている。



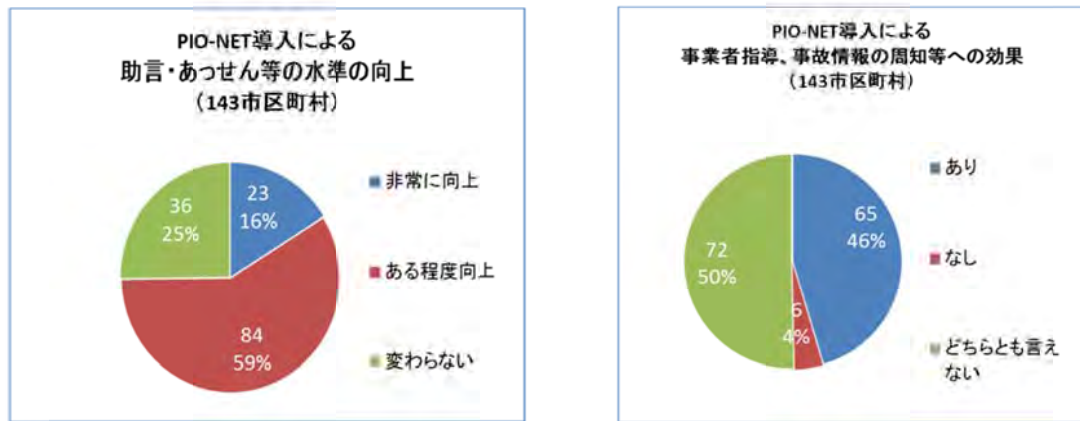
※注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書(平成22年1月 消費者委員会事務局) 10頁より

##### ② PIO-NET 導入の効果

平成21年度に消費生活相談体制を強化した自治体(31都道府県・379市町村)のうち、約75%の自治体がPIO-NET新設によって、窓口に来た相談者への助言・あっせん等の水準が向上したと回答している。また、約46%の自治体が都道府県による事業者指導や事故情報の周知等につながったと回答し

ている。

なお、PIO-NET 設置については、以下のとおり、様々な効果も報告されているが、入力業務の手間の問題等の課題も指摘されている。



(参考)PIO-NET設置に関する効果・課題等の例

- ・事例の検索によって、対応の仕方や業者の傾向がつかめ、大変参考になっている。
- ・他県の業者への相談があった時の確認作業ができ、処理がやりやすい。
- ・どのようにして解決したか具体的に記入してあるカードは、とても参考になるので、処理結果概要欄が充実したものになることを希望する。
- ・入力業務が増加し相談業務より時間がとられ、相談員の負担が増加。
- ・全国的に統一された入力方法のため、国等が集計するにはよいが市町村の担当者及び相談員にとってはキーワード項目などとても手間がかかる。

※注) 第10回地方消費者行政専門調査会 資料1 消費生活相談に関する実態調査報告(平成23年1月 消費者委員会事務局)9頁・10頁より

(1) 実態調査を踏まえた情報収集に関する課題

上記の実態調査結果をみる限り、市町村が行う消費者行政において、PIO-NET 端末は、窓口に来た相談者への助言・あっせん等の事務の水準向上につながるのみならず、都道府県による事業者指導や事故情報の周知にも効果が上がっているものとみられる。

また、各市町村でも平成23年度末までに積極的に端末を新規に導入しようとしているところが少なくないことから、引き続き、端末の設置拡大に向けた努力が求められている。

他方、PIO-NET 端末を新たに設置した市町村からは、入力業務の増加により相

談員の負担が増加しているなどの声が寄せられており、この点での問題解消が求められている。

## 2 国・地方に求められる情報の収集・分析及び情報提供の在り方

### (1) 地方消費者行政における情報ネットワークの位置づけ

上記1で述べたとおり、消費者からの相談、苦情を各地方公共団体の窓口で集め、地域ごとに集約、分析し、また、都道府県内・国全体で共有することで、各地方公共団体における、個別の相談処理や住民に対する注意喚起・啓発、さらには国等における法執行や政策・制度の企画立案等様々な面で活用できる。PIO-NETは、この情報収集・集約・分析・共有のための重要なインフラとして位置づけることができる。したがって、今後とも、その利用価値向上に向けた対応を検討する必要がある。

また、各地方公共団体の消費者行政担当部署に、域内の福祉・食品関係等他の行政部署の情報が集約される仕組みが重要である。

消費者向けの情報提供を効果的に行うには、地域の消費者団体、福祉部門のネットワークを活用するなどさらなる工夫を行う必要がある。

また、事業者向けにも、例えば、製品の誤使用による事故の予防、安全な製品づくり、表示の改善のために、PIO-NETに蓄積された情報を整理して事業者に対して提供することも検討すべきである。

さらに、PIO-NET 端末は、検索機能等に優れていることも踏まえ、各省庁のホームページ等で公表されている様々な消費者関連情報についても、PIO-NET 情報として載せることで、地方公共団体の窓口において、容易に当該関連情報を検索できるようにするなど、国から地方への情報提供についてもその内容の充実を図るべきである。

### (2) PIO-NET の設置範囲の拡大

PIO-NET の活用範囲が、地方の相談処理の支援のみならず、国等の法執行への活用、消費者行政の企画・立案等と拡大しているほか、上記1でみたとおり、PIO-NET 端末の設置が都道府県による事業者指導や事故情報の周知にも効果があるとされることを踏まえると、各地方公共団体の消費者行政本課等も含め設置範囲を拡大していくことが必要である。

### (3) PIO-NET への相談情報の入力事務の負担

迅速な法執行等が求められる中で、消費者庁やその他関連省庁等における

PIO-NET の情報に対するニーズが高まっている。それに伴い、入力が必要とされる情報量が増大し、また、セキュリティ・レベルを向上させるためにシステムが高度化したこと等から、相談員の入力負担が増大している。実際、上記 1 で述べたとおり、PIO-NET を新設した自治体からも、入力負担についての要望が寄せられている。

PIO-NET 入力に係る事務負担の増大は、被害事案の早期把握等国からの要請増加に伴う面も少なくない。相談窓口における入力に伴う手間・費用負担や、入力に関する研修業務負担の在り方については、既に PIO-NET を設置している相談窓口も含めて、その費用の一部を国が負担する仕組みとすることやシステムの刷新等を検討する必要がある。

## 第5章 地方消費者行政における商品テストの位置づけ、人材の確保について

- 各地方公共団体自ら商品テストを行うことについては、製品事故に係る相談への迅速な対応、効果的な啓発活動等一定の意義が存在。
- 国と地方との効率的な業務分担を推進する観点からは、各地方公共団体等で行った商品テスト情報に係るデータベース構築、国の関係機関による高度な商品テストの実施や研修体制等を検討する必要。
- 地方において、技術的知見を有する人材を育成、確保し、相談や事故情報への対応及び試験・研究機関との連携が的確に行われる必要。

### 1 地方消費者行政における商品テストの現状と課題

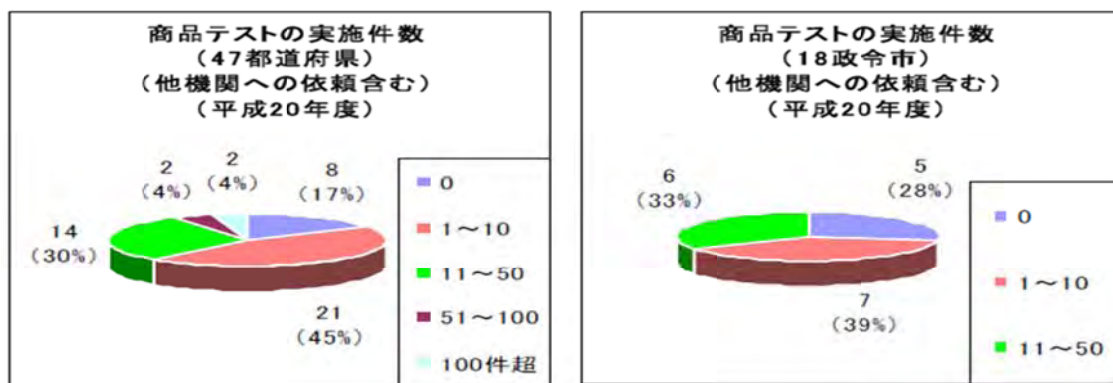
#### (1) 都道府県・政令市における商品テストの実態調査結果

平成22年1月に全国の都道府県及び18政令市に行った地方消費者行政実態調査結果のうち、商品テストの実施に係る主な内容は以下のとおりである。

##### ① 商品テストの実施状況

消費者事故等の原因究明等を目的とする商品テストについては、他機関への依頼を含めて、8都道府県、5政令市が実施していないとする回答があった。また、商品テストの内容自体も、クリーニング検査等の簡易なものが多い。

なお、平成23年1月にとりまとめた調査結果でも、平成21年度に消費者行政推進体制を強化した自治体は、42都道府県・963市町村に上るものの、そのうち、商品テストの強化を行ったところは、11自治体に止まっている。



※注) 第1回地方消費者行政専門調査会 参考資料6 地方消費者行政の実態調査報告書(平成22年1月 消費者委員会事務局) 8頁より

##### ② 商品テストの実施体制

地方公共団体自らが、商品テストを実施するには、専門的知見を有する職員

や必要な機材を購入・更新する必要がある。しかしながら、年々、担当職員数は減少しており、その約4割は他の業務と兼務している状況にある。また、商品テストのための機器の購入・更新等を行った自治体数も平成20年度までは減少傾向にあり、地方消費者行政活性化基金の創設により、平成21年度には、増えたものの、47都道府県・18政令市のうち15、全体の2割強に止まっている。

## (2) 実態調査を踏まえた商品テスト実施に係る課題

相談窓口において、消費者事故等の相談が持ち込まれた場合、商品テストの実施体制が充実していれば、迅速にその原因を究明することができる。しかしながら、上記のとおり、担当職員や施設・機器の面で、実施体制は脆弱化している。

## 2 地方消費者行政における望ましい商品テストの在り方

### (1) 商品テストの意義とその強化に向けた対応策

各地方公共団体で、自ら商品テストを行うことには、住民の相談事案への迅速な対応や、住民に対して実験を公開する等による啓発活動等一定の意義がある。

ただし、人材面、財政面や施設・機器の維持管理の面等を考慮すると、テスト対象については、各地方公共団体において容易に原因究明できるもの等その範囲をある程度絞り込まざるを得ない。他方、工業試験場、食品加工研究所等域内における他の機関との連携強化や、他の地方公共団体との協力強化等の方策を図ることで充実を図ることも考えられる。

また、国の関係機関においては、全国的に流通している商品や、地方公共団体で実施が難しいものに特化して行うと同時に、全国の自治体や関係機関におけるテストの実施状況に係るデータベースを作成し、情報共有化等に向けた取組を強化する必要がある。さらに、引き続き、技術的な相談への対応を行っていく必要がある。

### (2) 人材の確保、育成

事故情報への対応や試験・研究機関との連携を行う上で、地方の消費者行政の担当部署において、技術的知見を有する人材を確保し、育成することが重要。このため技術系の人材の消費者行政以外の部署も含めた人事ローテーションや他の地方公共団体等との人事交流を進めることが考えられる。

同時に、消費者行政に特有、あるいは頻発する技術的な問題についての知識

やノウハウを蓄積する必要があり、そのための研修システムを考えることが望ましい。そうした観点からは、国の関係機関での実務研修推進を図ることも考えられる。



## 第6章 地方公共団体における法執行の位置づけについて

- 消費者たる住民保護、各相談窓口における悪質事業者指導の実効性確保等の観点からは、都道府県における法執行の一層の強化が必要。
- ただし、各都道府県における実績のばらつき、現行法制上の限界等を踏まえると、国としても、技術支援や情報共有の推進を図ると同時に、執行権限の見直しを進める必要。

### 1 地方公共団体における法執行の現状と課題

#### (1) 都道府県における法執行の実態調査結果

消費者庁の法執行担当課から、本専門調査会に提出された資料からみた主要な関係法令の法執行の状況は、以下のとおりである。

#### ① 特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号)(以下、「特定商取引法」という。)

平成18年度、平成19年度以降、各都道府県の執行件数が急速に増加し、ほとんどすべての都道府県が業務停止命令を含め、行政処分を経験するようになっている。その結果、都道府県全体の処分数は、この数年、国の処分件数の2倍から3倍程度で推移している。

その背景として、複数の都道府県が同一の事業者に対して、同時に処分を行う事例もみられ、その分、件数がかさ上げされている面もみられるが、そうした事例を除いたとしても、なお、国の処分件数を上回っており、都道府県は、規制の実効性を確保する上で重要な役割を担っているものと評価できる。

#### 特商法に基づく行政処分の件数

年度	平成16	平成17	平成18	平成19	平成20	平成21	平成22
国	16	35	30	40	37	48	35
都道府県	24	45	54	140	104	90	77
合計	40	80	84	180	141	138	112

※ 平成22年11月30日現在

#### 特商法に基づく行政処分の件数(消費者庁設立後)

年度	平成21 (9月以降)	平成22 (11月30日現在)	合計
消費者庁	4	24	28
経済産業局	22	11	33

※注) 第8回地方消費者行政専門調査会 資料1 特定商取引法の執行について(2010年11月30日 消費者庁取引・物価対策課) 2頁より



② 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）（以下、「景品表示法」という。）

都道府県全体でみた指示件数は、平成16年度以降、十数件から二十数件で推移しているが、その大半は、静岡、東京、兵庫等のいくつかの都道府県に集中しており、平成12年度以降で、全く指示処分を行ったことがない県は、13に上っている。

また、国の執行件数は、平成16年度以降、都道府県の指示件数を大幅に上回っていたが、平成21年度以降、急速に減少している。消費者庁が発足してから1年間（平成21年9月～平成22年8月）の執行件数は9件と、平成13年度以降の各年度の件数と比較して最も少ない件数となっている。