

国民生活センターについて

2011年11月29日

独立行政法人国民生活センター

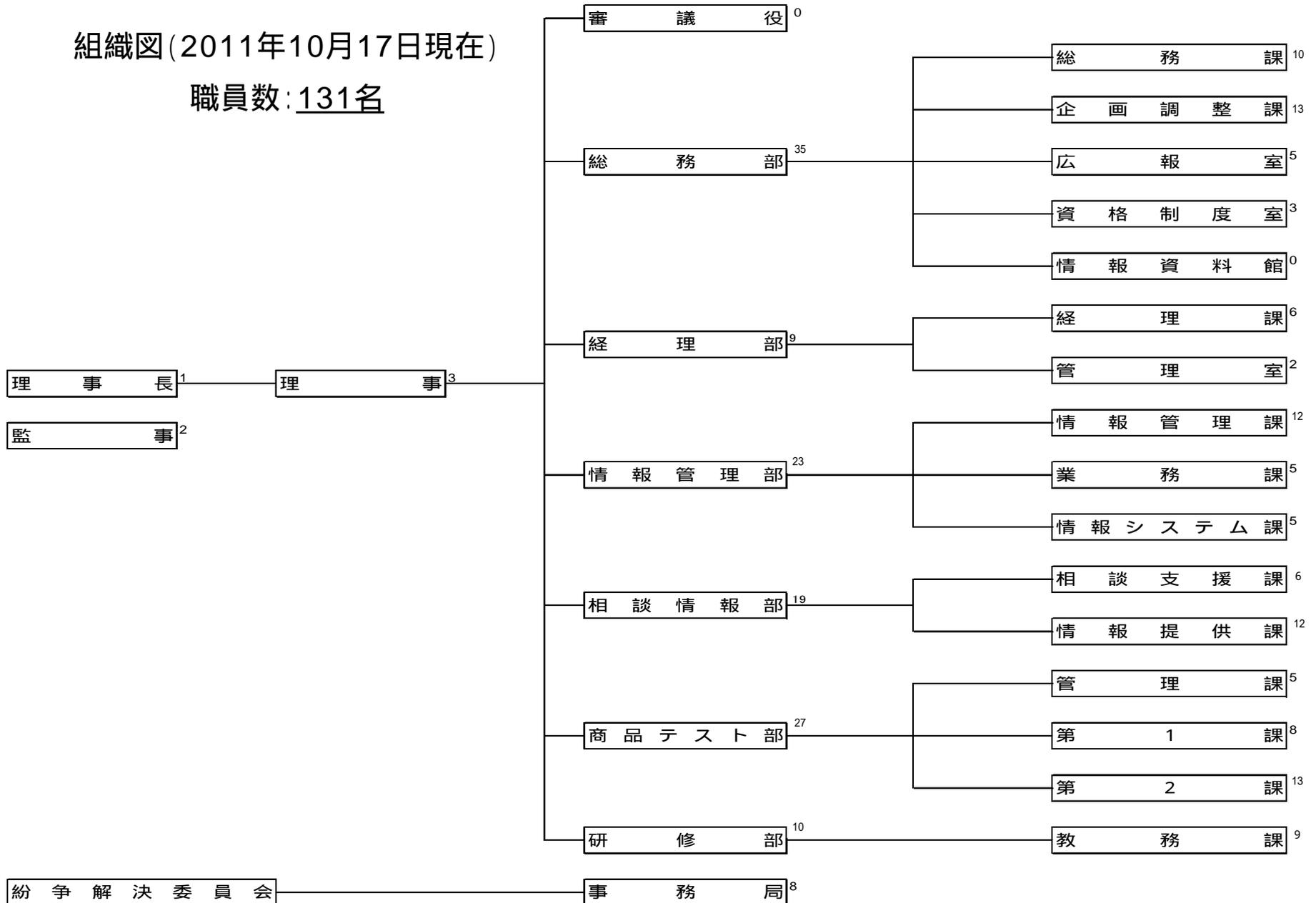
1. 国民生活センターの組織概要

(1) 目的	<p>【消費者基本法 第25条】</p> <ul style="list-style-type: none">・ 国民の消費生活に関する情報の収集及び提供・ 事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談・ 事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決・ 消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等・ 役務についての調査研究等・ 消費者に対する啓発及び教育等 <p>における中核的な機関として積極的な役割を果たす</p> <p>【独立行政法人国民生活センター法 第3条】</p> <p>国民生活の安定と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</p>
(2) 沿革	<ul style="list-style-type: none">・ 昭和45年(1970年)10月：特殊法人国民生活センター発足・ 平成15年(2003年)10月：独立行政法人国民生活センターへ組織変更
(3) 所在地	<ul style="list-style-type: none">・ 相模原事務所：神奈川県相模原市中央区弥栄3-1-1・ 東京事務所：東京都港区高輪3-13-22
(4) 役職員	<ul style="list-style-type: none">・ 役員：6名(理事長 野々山宏、理事3名、監事(非常勤)2名)・ 職員：131名(平成23年10月17日現在)
(5) 予算 (運営費交付金)	<ul style="list-style-type: none">・ 平成20年度当初：3,305百万円 〔平成20年度第1次補正予算：926百万円〕 〔同 第2次補正予算：8,965百万円〕・ 平成21、22年度予算：3,202百万円・ 平成23年度予算：3,144百万円

業務実施体制

組織図(2011年10月17日現在)

職員数: 131名



2. 国民生活センターの業務

国民生活センター

相談

- ・自治体(消費生活センター等)では解決困難な相談の処理方法等をアドバイス〔経由相談〕
- ・「消費者ホットライン」で最寄りの消費生活センター等に繋がらなかった相談の受付 等

相談情報の収集・分析・提供

- ・PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワーク・システム)を通じた相談情報の収集・分析
- ・相談情報に基づく情報提供(消費者向け注意喚起、報道機関からの取材、国会・中央省庁からの照会) 等

商品テスト

- ・自治体(消費生活センター等)における苦情相談解決のためのテスト〔テストⅠ〕
- ・商品群の問題を提起し、消費者に注意喚起情報を提供するためのテスト〔テストⅡ〕

広報・普及啓発

- ・消費者に注意喚起情報を提供するための記者説明会、出版物、リーフレット、ホームページ等を通じて、広報・普及啓発

研修・資格制度

- ・自治体(消費生活センター等)の消費生活相談員や行政職員等の能力向上のための研修
- ・資格認定試験を全国各地で実施し、「消費生活専門相談員」の資格を認定

裁判外紛争解決手続(ADR)

- ・「重要消費者紛争」の適切・迅速な解決に向けた裁判外手続を実施
- ・手続の結果概要を公表

- (注) 1. 東京事務所 : 上記①、②、④、⑤、⑥の業務を実施
2. 相模原事務所 : 上記③の業務を実施

国民生活センターの機能

国民生活センターは、相談・情報・商品テスト・研修等の各業務の実施を通じて、消費者被害の予防と救済のための3つの機能を担っている

全国の消費生活センター等に対する支援(地方支援)

- 全国各地の消費生活相談窓口に対して、ワンストップ・サービスとして以下の支援を実施
 - 各地センター等に相談処理のアドバイス等を行う「経由相談」
 - 相談員・行政職員への研修、市町村相談担当者への巡回訪問指導
 - PIO-NETその他相談を解決するための情報の提供・共有
 - 苦情相談解決のための商品テスト
 - 解決困難事案の裁判外紛争解決手続(ADR) 等

独法に関する国民意識アンケート調査
(野村総合研究所 2010年12月)

認知度 3位 (1位造幣局、2位大学入試センター、4位国立美術館)

好感・信頼感 3位 (1位造幣局、2位国立美術館、同率3位JAXA)

役立ち感 2位 (1位造幣局、3位国立美術館)

国民・消費者に対する注意喚起

- 消費者被害の拡大防止のため、国民・消費者に対して積極的に注意喚起
 - 取引関連：悪質商法等による取引被害の拡大防止のため注意喚起
 - 危害関連：人の生命・身体に危害を及ぼす製品事故等の被害拡大防止のため注意喚起
 - 商品テスト関連：製品事故等の被害拡大防止のため商品テストを実施し注意喚起
- 2010年度は、記者説明会(月2回程度)を通じて合計68件を報道発表
その他報道機関からの取材件数は約2,300件/年 (参照：<http://www.kokusen.go.jp/news/news.html>)

制度等に関する改善要望

- 上記②にあわせて、行政機関や事業者団体等に対して、制度や製品等に関する改善要望を実施

3. 相談

国民生活センターの主な相談業務は以下のとおり

「経由相談」

- 全国の消費生活センター等を支援するため、各地センター等に対して個別の相談(全国的な案件、高度で専門的な案件、個人情報相談、小規模な消費生活センターの相談員からの相談等)に関する処理方法のアドバイス等を行う

「消費者ホットラインを活用した地方支援」

「平日バックアップ相談」

- 消費生活センター等を支援するため、消費者庁による「消費者ホットライン」(0570-064-370)で、平日に都道府県・政令市の消費生活センター等に電話したが繋がらなかった相談を受付

「土日祝日相談」(消費者ホットライン経由)

- 土日祝日に相談窓口を開設していない消費生活センター等を支援するため、受付

「個人情報相談」

- 全国の消費生活センター等を支援するため、各地センター等からの個人情報の取扱いに関する相談に対してアドバイス等を行う

「消費者トラブルメール箱」

- 消費者被害の実態をリアルタイムで把握するため、インターネットを利用してトラブル情報を収集する

相談業務の実績

	件 数					
	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
経由相談	4,374	5,541	4,696	5,317	5,939	2,977
平日バックアップ相談 (注1)	—	—	—	—	—	176
土日祝日相談 (注2)	—	—	—	2,872	9,028	4,081
個人情報相談 (注3)	1,522	1,449	1,580	1,611	1,097	125
(直接相談) (注4)	4,122	4,056	5,145	4,672	7,239	—
(合計)	10,018	11,046	11,421	14,472	23,303	7,359
消費者トラブルメール箱 (注5)	8,082	10,467	11,710	7,599	12,323	6,035

(注1) 2011年6月20日からスタート

(2011年9月末日現在)

(注2) 「土日祝日相談」は2010年1月16日からスタート。2009年度の件数は、2010年1月16日～3月末までの実績

(注3) 国民からの個人情報相談の直接受付は、2010年度末で廃止。

2011年度の件数は経由相談で受け付けた件数(問い合わせも含む)。

(注4) 消費者からの相談を直接受け付ける「直接相談」は、2010年度末で廃止

(注5) 「消費者トラブルメール箱」へのアクセス数:246,488件、FAQトップページアクセス数:143,421件(2010年度件数)

相談に基づく注意喚起の例

温泉付有料老人ホームの利用権のトラブル

見守り 新鮮情報

第108号

温泉付き有料老人ホームの運営会社からパンフレットが届いた数日後、別会社から「老人ホームの利用権に関する資料が届きましたか」と電話があった。「資料は500名にしか送られていない。わが社も利用権が欲しいがパンフレットが届いていないので買えない。一口20万円だが、我々が40万円で買い取りたい」と言われ、よい話だと思い、50万円にすることにした。

その後、買い取ってもらおうと電話すると、もっと買い足すよう勧められ、次々と買い足して合計1,000万円分購入した。さらに買う約束をしていたが、事情を知った息子にしかれた。だまされたのだろうか。(70歳代 女性)



売ります！買います！
「温泉付き有料老人ホームの利用権」

■平成23年3月 ■関西地方

ひとこと助言

うまい話に
気をつけて



見守るくん

- 未公開株、外国通貨、水資源の権利などさまざまな手口で多発している「劇場型」の投資トラブルが後を絶ちません。
- 事例のほかに、「年に数%の配当金が受け取れる」「出資者は優先的に入居できる」などと勧誘されるケースもあります。
- 震災に乗じて「震災被害者に利用してもらう予定」「被災者の入居申し込みが殺到している」というセールストークもみられました。
- 販売業者とは別の業者に「高値で買い取る」と持ちかけられて、実際に買い取られた事例は一件も確認されていません。うまい話はありません。しつこく勧誘されても、きっぱりと断りましょう。
- 心配なときは、お住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください。

震災に便乗した屋根修理サービスのトラブル

見守り 新鮮情報

第110号

事例1 地震で屋根瓦が落ちてしまった。訪問してきた業者に「屋根のふき替え工事を勧められたが、高額なので断っていた。しかし、1日に3~4回訪問され、「判を押せ」とせかされて、契約してしまった。工事日も決まっていなのに「内金30万円をすぐ入れるように」と言われた。クーリング・オフしたい。(当事者：70歳代 女性)

事例2 義父が、突然訪問した業者に「屋根のシート掛けの補修を勧められ、約30万円を全額前払いで支払った。あとで確認したところ、薄いビニールをテープで貼り付けただけのずさんな内容だった。

(当事者：60歳代 男性)



あわてないで！
震災に便乗した屋根修理サービス

ひとこと助言

その場の契約は
やめよう



見守るくん

- 震災後、屋根の修理サービスに関する相談が多く寄せられています。
- 「早く工事しないと大変なことになる」などと不安をあおって契約を急がせたり、工事内容についてあまり説明せずに工事をして高額な請求をしたりするケースが見られます。
- 勧誘されてもその場ですぐに頼まず、工事の内容や費用についてよく確認した上で、家族などに相談したり複数の業者から見積もりをとったりして、十分に検討する必要があります。
- 訪問販売で契約した場合、法律で定められた契約書面を受け取ってから8日以内であれば、たとえ工事が終わっていてもクーリング・オフが可能です。
- 心配なときは、お住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください。

4 . 相談情報の収集・分析・提供

○ 国民生活センターでは、1984年からPIO-NET(全国消費生活情報ネットワーク・システム)を通じて、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談情報を収集し、その内容を分析したうえで国民・消費者への注意喚起などに活用している

○ また、相談情報の収集にあたっては、全国共通の入カールの制定・改定や登録された情報の確認・修正などのデータ管理と、システムの運用・保守を担当。情報の精度やシステムの使い勝手の向上を図り、全国の消費生活センターの相談業務を支援している

(注)PIO-NET接続先(平成23年9月末日現在) : 消費生活センター 982カ所、3,669台
中央省庁等 13カ所

○ PIO-NETで収集した相談情報の具体的な活用目的は以下のとおり

国民・消費者に対する注意喚起

全国の消費生活センター等の相談業務に対する支援

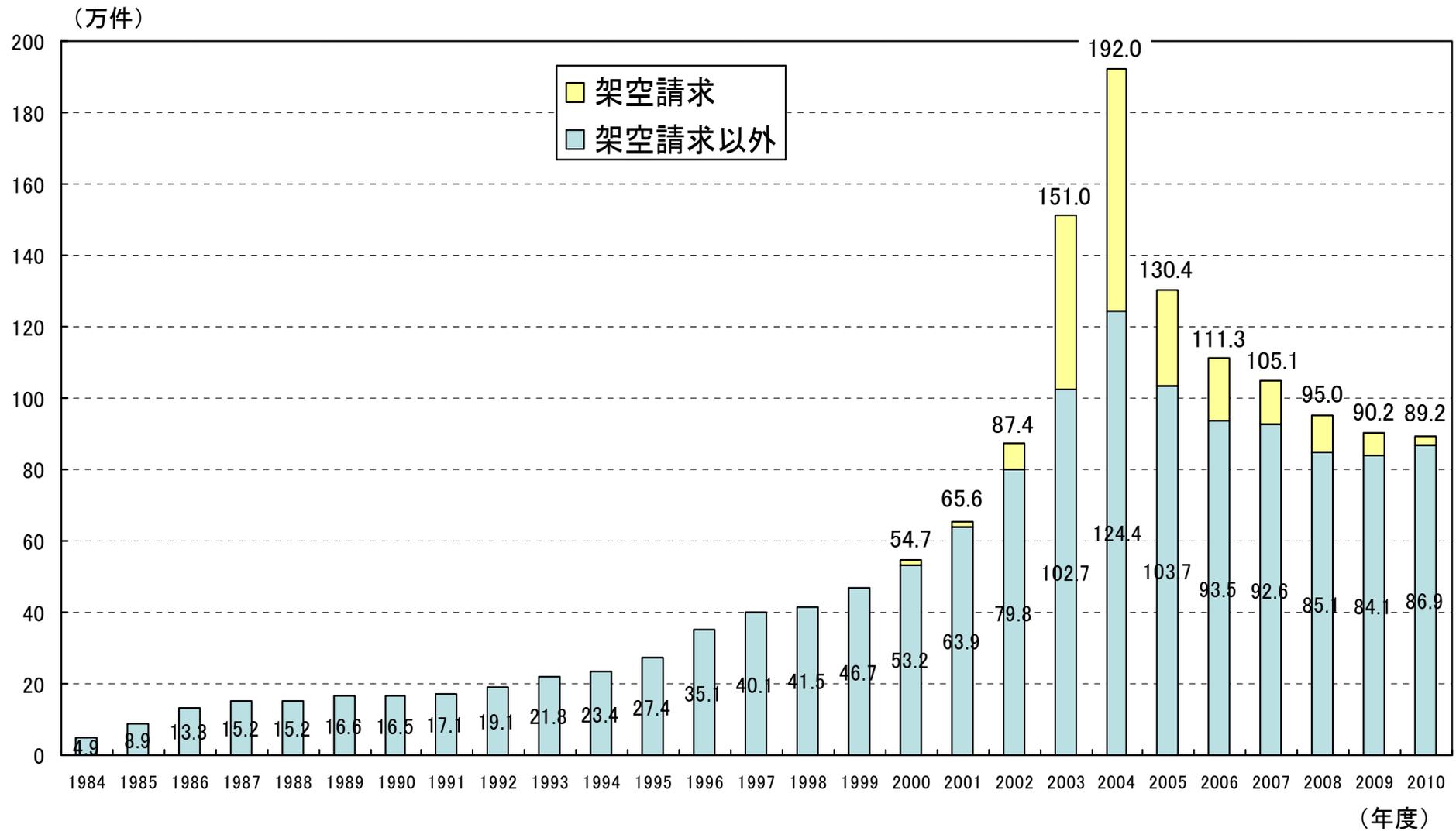
行政機関における消費者政策の企画・立案、法執行 等

○ PIO-NETで収集した相談情報は、年間約90万件

○ PIO-NETの特長

- ・ 国際的に高く評価されているシステム(信頼性の高い相談情報データベース)
- ・ わが国の消費者行政の基礎情報

PIO-NETにみる消費生活相談の件数推移



(注1) PIO-NET : 全国消費生活情報ネットワーク・システム (Practical Living Information Online Network System)

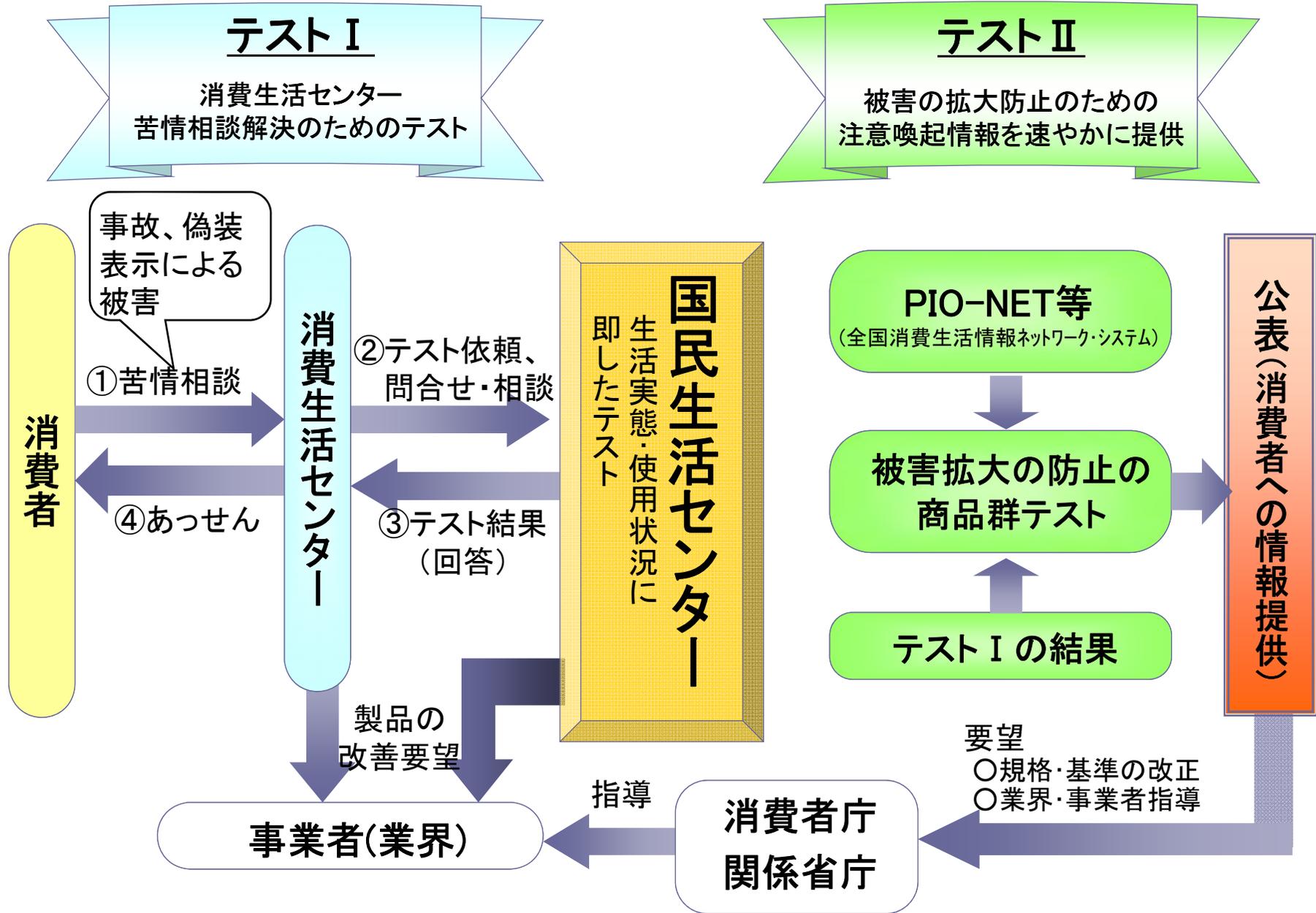
(注2) データは2011年6月15日登録分まで

消費生活相談情報に関する照会への対応状況

	合計	国会・中央省庁								法令照会					情報公開	報道機関の取材	その他	
		国会・中央省庁	消費者庁・内閣府	金融庁	警察庁	経産省	農水省	国会	その他	法令照会	警察	弁護士会	裁判所	適格消費者団体				その他
2003年度	2,544	638	78	12	7	441	0	1	99	166	54	101	11	-	0	368	1,338	34
2004年度	2,475	625	126	27	5	303	2	93	69	203	72	118	13	-	0	502	1,075	70
2005年度	2,612	634	100	21	10	378	6	54	65	314	94	206	14	-	0	572	1,000	92
2006年度	5,644	3,094	203	16	10	1,942	717	83	123	372	142	209	21	-	0	791	1,275	112
2007年度	5,321	2,789	124	28	20	1,416	817	199	185	373	136	202	19	16	0	783	1,289	87
2008年度	3,402	929	351	75	11	59	2	398	33	466	184	238	9	35	0	942	1,000	65
2009年度	3,804	715	506	23	5	31	0	75	75	694	251	350	41	52	0	1,083	1,276	36
2010年度	4,785	1,215	691	56	144	44	0	167	113	689	275	330	22	61	1	1,141	1,700	40
2011年度	2,144	358	172	1	68	12	0	48	57	323	136	152	4	30	1	733	709	21

2011年9月末日現在。

5. 商品テスト



国民生活センターの商品テストの特徴

項目	特徴
対象商品	衣食住・乗り物等、幅広い商品がテスト対象
業務内容	商品の問題(安全・品質・性能・表示等)を明確にするテスト
スタンス	<u>○消費者目線のテスト</u> <u>○取扱説明書にとらわれない生活実態を踏まえたテスト</u>
公表	商品群のテスト(テストⅡ)は商品名・事業者名を原則公表
効果	○苦情相談解決に活用(被害者の救済) ○消費者被害の拡大防止・未然防止のために注意喚起 ○消費者目線の製品改善、規格・基準の改正要望
備考	○テスト職員26名(機械、電気、食品・化学、薬学・繊維 他) ○専門性の高い案件は、大学・学会・研究機関等のエキスパートの協力を得て、幅広いテーマを実施

商品テストの実績推移

分類	2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
(1) 消費生活センターからの商品や技術等に関する問合せ・相談	503 件	528 件	626 件	655 件	775 件	521 件
(2) テストⅠ：消費生活センター 苦情相談解決のためのテスト	— 51 件	— 53 件	153 商品 62 件	207 商品 81 件	369 商品 139 件	164商品 89件
消費生活センター等からの依頼件数	117 件	134 件	167 件	208 件	262 件	135件
(3) テストⅡ：被害の拡大防止のための 注意喚起情報を速やかに提供	— 12 件	— 15 件	204 商品 18 件	379 商品 16 件	167 商品 13 件	303商品 6件

(2011年9月末日現在)

【テストの効率化(2009、2010年度)】

	定型的なテストの外部化を推進	専門性の高いテストは特殊・高度な技術を持つ大学などを活用
2009年度	43項目 例：ガソリン残留物の分析、ベビーカーの衝撃耐久試験、調理器具からの重金属の溶出試験 等	31項目 例：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について大学と共同研究、化粧品中のステロイド分析、シートカバーの革の判別 等
2010年度	56項目 例：杖の柄の強度試験、自転車のペダルの動的耐久試験、防災頭巾の防災性能 等	41項目 例：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の被ばく線量、化粧クリーム of 皮膚一次刺激性試験、竹枕の臭い物質の同定、加圧スパッツの衣服圧について大学と連携 等

商品テストの具体例 (1) 自転車の荷台の強度

幼児用補助いすが荷台ごと脱落し、子供が頭から転落(PIO-NET情報)

- 自転車の荷台の後部支柱が脱落し、幼児座席ごと脱落して子供が交差点で頭から転落、病院へ行った
- 自転車の前後に子供を乗せて走行中、幼児座席を付けた荷台を止めるネジが外れ、子供が放り出されて転落し脳しんとうを起こした

実際に走らせて補助いす(荷台)のゆれ方を多数測定
(テストの前提として、揺れ幅、揺れる強さ等を測定)

JISには、自転車の荷台の強度について、使用状況を想定したテスト方法が定められていない

使用状況を再現する試験装置がない

試験装置を創作、事故の生じた実態に沿ったテストを実施

荷台の強度不足が判明

実態に沿ったJIS規格に改訂するよう行政に要望

JIS 荷台の区分及び表示が改訂(2010年5月)
荷台の強度に関する試験方法は審議中



商品テストの具体例 (2) 水槽用ヒーターの空焚き

- 本来、水槽用ヒーターは、ヒーター全体を水中に沈めて使用する
 - しかし、水の入替え時に、コンセントを抜かずに水から出して放置することも多い
- ⇒ 一見誤使用と思われる事案について問題提起

- 5年間でPIO-NETには18件、3年間で東京消防庁には15件の火災等報告
- 消費生活センターから国民生活センターへのテスト依頼もあり(2009年)

【国民生活センター】

- 空焚きした場合の温度上昇と火災の可能性をテスト(8製品)

水の入替え時に、コンセントを抜かずにヒーターを放置することは、一般の消費者でもありうると考えられることから、消費者に対する注意喚起に加え、業界に対し、空焚き防止機能の徹底及び空焚きした際にヒューズで切れる等火災にならないよう改善要望を行った(2009年11月)



2~5分で400℃以上になり発煙、新聞等が燃焼することが判明

6. 広報・普及啓発

1. 国民・消費者への注意喚起を行うため、記者説明会を機動的に実施

- 2010年度は記者説明会の開催(25回)等を通じて、68件を報道発表
- 主な報道回数は在京6紙で155回、テレビ・ラジオで83回
- その他取材件数は約2,300件/年

記者説明会等を通じた報道発表件数

2006年度	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度
31件	49件	59件	63件	68件

2. ホームページでの迅速な情報掲載・運用等

- 総ページ閲覧数は、約2,500万ページ/年
- 消費者問題のポータルサイトとして、約3万ファイルの情報を公開
- 消費者行政関係者等へメールマガジン配信。メール受信者4万人

A.A.O.ウェブサイトクオリティ実態調査 官公庁編
第5回(アライド・ブレインズ(株)2011年6月~8月)
⇒アクセシビリティとユーザビリティに関する調査
独立行政法人部門 1位
総合(中央省庁・独法・特別民間法人) 2位
(1位 社会保険診療報酬支払基金)

3. 出版物の発行

- 月刊国民生活 : 消費生活相談員・消費者行政職員向けの消費者問題専門誌(約7,000部/月)
- くらしの豆知識 : くらしに関する情報をまとめ、年に一度発行(約40万部/年) 等

4. 見守り事業の実施

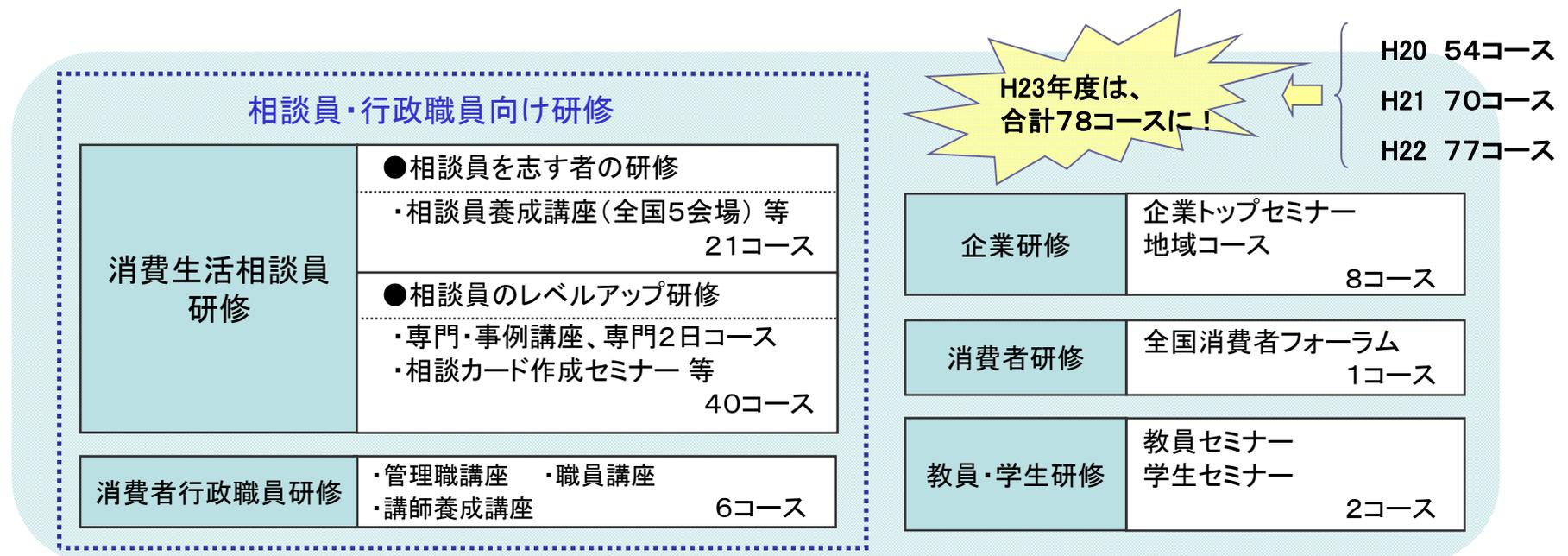
- 見守り新鮮情報 : 高齢者・障がい者やその周りの方々に悪質商法、製品事故等の情報をいち早く伝えるメールマガジン。年26回発行(2010年度)、メール受信者約2万人
- 子どもサポート情報 : 子育て世帯向けのメールマガジン。年12回発行(2010年度)

5. 消費者問題出前講座の実施

- 高齢者、障がい者、その周りの方々、若年層等を対象として、消費者問題に関する小講座に専門家を派遣(1,000カ所/年)

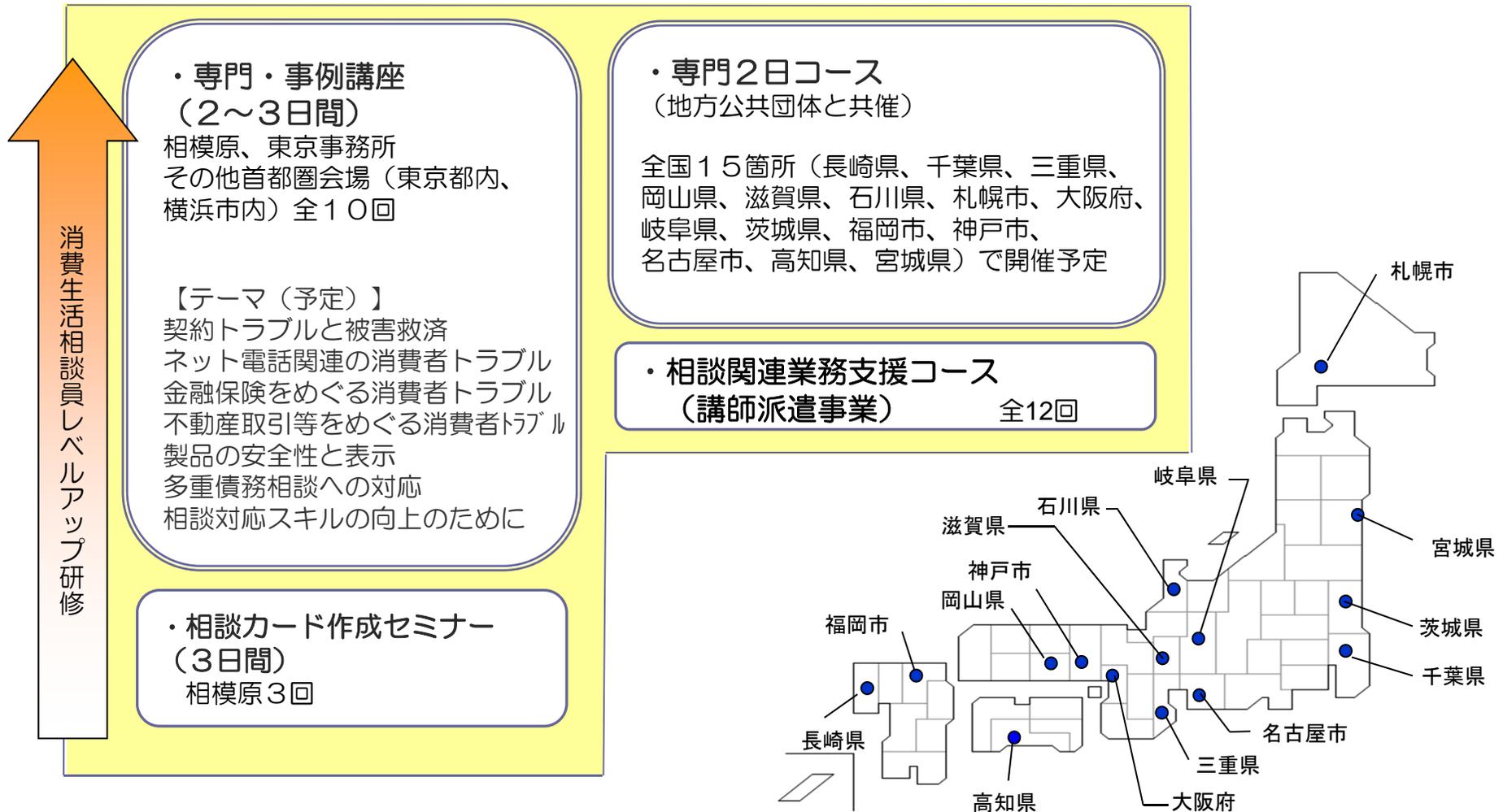
7. 研修・資格制度

- 地方公共団体の消費生活相談員や消費者行政職員、企業の消費者部門担当者、学校の教員等を対象に消費者問題に関する研修を実施
- 特に、消費生活相談員向けの研修では、消費者問題に関する知識だけでなく、消費生活相談において必要となる具体的な技法や、消費生活相談に携わるうえで求められる相談員としての心構えや意識・考え方などを習得するための研修を実施
- 近年では、消費者行政の強化等のニーズを受け、消費生活相談員及び行政職員向けの研修への重点化(全体の9割以上)や、研修の地方開催を積極的に進めている



消費生活相談員のレベルアップ研修の充実

全国各地の消費生活センターの相談員の能力及び法律知識の水準向上等を図るため、相談員のレベルアップに向けた教育・研修の充実を図っている。**平成23年度は地方開催を充実**



〔平成23年度 専門2日コース 地方開催予定地域〕

国民生活センターの研修実績

年度		2009年度	2010年度	2011年度
コース	全コース	70	78 ※(77)	<u>78</u>
	(うち地方コース)	58	55	<u>56</u>
受講者数	定員(人)	3,790	5,380 ※(4,780)	<u>5,590</u>
	実数(人)	7,123	6,703	—
	人日	22,555	21,987	—

(注) 2010年度は、東日本大震災の影響で全国消費者フォーラム(予定人員600人)を中止

「消費生活専門相談員」資格認定試験

国・地方公共団体等で消費生活相談業務に携わる相談員の能力・資質の向上、新たな人材の確保等を図るため、「消費生活専門相談員」資格認定試験を全国各地で毎年実施し、資格を認定。

(1) 試験の実施状況 (平成23年度)

○第1次試験(平成23年10月1日(土))

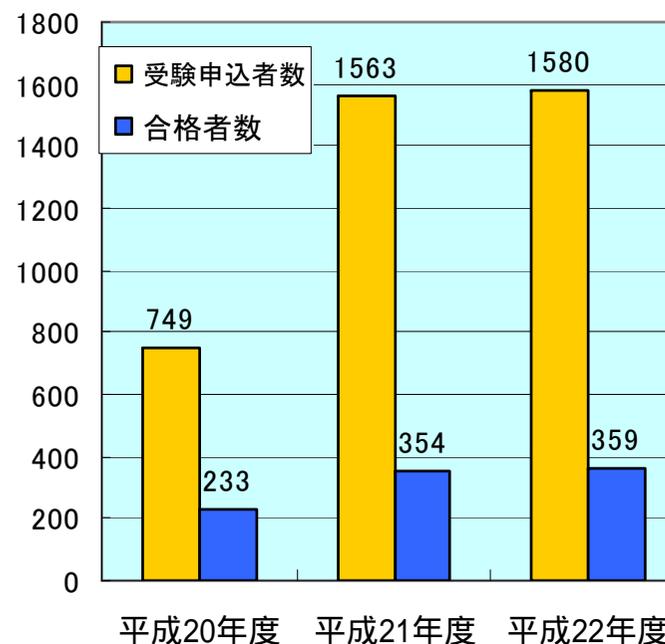
:北海道から沖縄県まで全国26会場で実施

○第2次試験(平成23年11月19日(土)~27日(日))

:北海道、東京都、愛知県、大阪府、福岡県の全5会場で実施予定

(2) 試験結果の概要

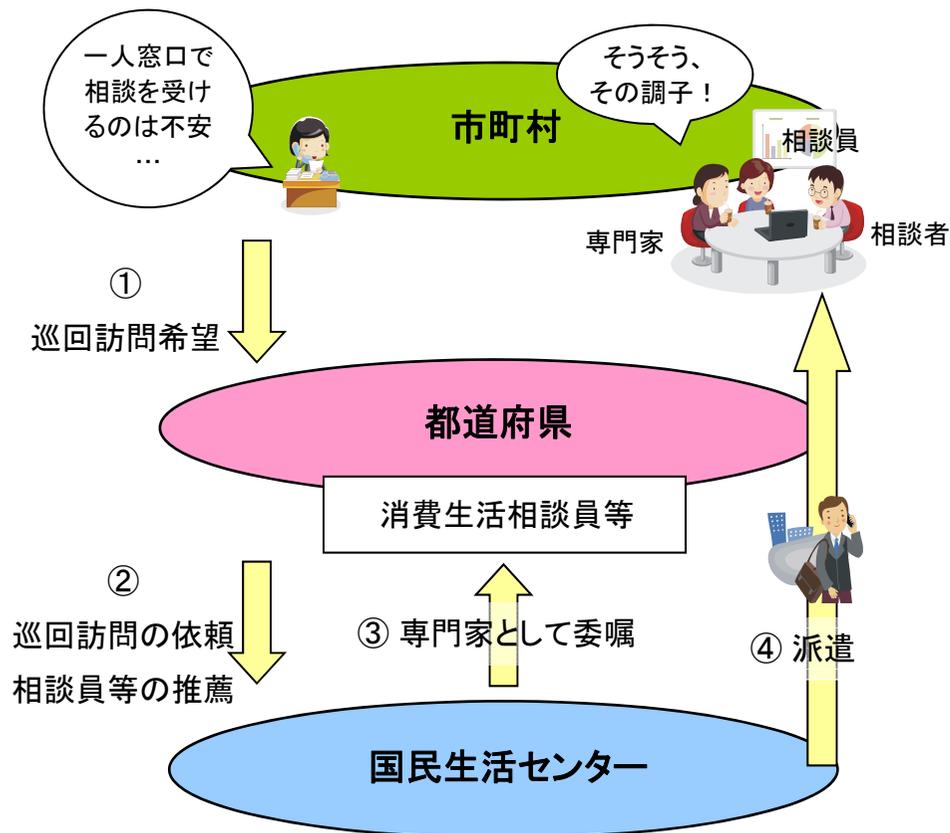
年度	申込者数	欠席者数	実受験者数(A)	合格者数(B)	合格率(B/A)
平成22年度	1,580人	229人	1,351人	359人	26.6%
平成21年度	1,563人	240人	1,323人	354人	26.8%
平成20年度	749人	119人	630人	233人	37.0%



8. 消費生活相談専門家の巡回訪問

市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・強化等を図ることを目的に、都道府県から推薦された実務経験豊富な消費生活相談員を「消費生活相談専門家」として委嘱し、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巡回訪問。相談対応に関する助言等を実施

【巡回訪問事業の実施の流れ】



【平成23年度における実施状況】



9. 裁判外紛争解決手続 (ADR: Alternative Dispute Resolution)

国民生活センター 裁判外紛争解決手続(ADR)の特徴

⇒ 裁判によらない解決

- 独立した紛争解決委員会を設置し、解決が全国的に重要である消費者紛争について、「和解の仲介」と「仲裁」を実施
- 法律や取引等に関する知識・経験を有する者から15名の委員と、手続に参加する特別委員35名を任命

<ADR手続の実績>

	事前 問合せ	和解の仲介										
		申請	手続 終了	和解 成立	和解 不成立	当事者 より取下		却下	結果 概要の 公表	事業者 名含む 公表	義務 履行の 勧告	
						手続 非応諾	応諾後 不調					
平成21年度	639	106	57	26	20	6	14	10	1	31	11	0
平成22年度	817	137	103	53	37	13	24	11	2	76	17	8
平成23年度	464	69	53	31	17	9	8	4	1	22	7	0

(備考) 仲裁の申請は、現在までのところ無し

(単位: 件、平成23年9月末現在)

- 申請件数は、平成21年度(初年度):106件、平成22年度:137件
 - ・ 実質的に手続を行った事案(却下・取下げを除く)のうち約6割について和解が成立
 - ・ 手続が終了した事案のうち約7割について結果概要を公表、そのうち一部は事業者名を特定して公表
 - ・ 消費生活センター等を経由した申請は約6割を占める

(参考) 国民生活センターの位置づけ(1)

消費者基本法 (昭和四十三年法律第七十八号、最終改正:平成二十一年法律第四九号)

(国民生活センターの役割)

第二十五条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、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する。

独立行政法人国民生活センター法 (平成十四年法律第二百二十三号、最終改正:平成二〇年法律第二七号)

(センターの目的)

第三条 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することを目的とする。

第十条 センターは、第三条の目的を達成するため、次に掲げる業務を行う。

- 一 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。
- 二 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。
- 三 前二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。
- 四 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。
- 五 国民生活に関する情報を収集すること。
- 六 重要消費者紛争の解決を図ること。
- 七 前各号の業務に附帯する業務を行うこと。

消費者安全法 (平成二十一年法律第五十号)

(国及び国民生活センターの援助)

第九条 国及び国民生活センターは、都道府県及び市町村に対し、前条第一項各号及び第二項各号に掲げる事務の実施に関し、情報の提供その他の必要な援助を行うものとする。

(参考) 国民生活センターの位置づけ(2)

消費者行政推進基本計画 (2008年6月閣議決定)

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、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、事故情報データベース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。こうした取組と並行して、業務運営の改善、内部組織の見直しや関係機関との人事交流の拡大など運営面、組織面、人事面の改革を進める。

消費者庁等設置法 附則、附帯決議

消費者庁及び消費者委員会設置法 附則(第3項) →組織体制の強化

3 政府は、この法律、消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律(平成二十一年法律第四十九号)及び消費者安全法(以下「消費者庁関連三法」という。)の施行後三年以内に、消費者被害の発生又は拡大の状況、消費生活相談等に係る事務の遂行状況その他経済社会情勢等を勘案し、消費者の利益の擁護及び増進を図る観点から、消費者の利益の擁護及び増進に関する法律についての消費者庁の関与の在り方を見直すとともに、当該法律について消費者庁及び消費者委員会の所掌事務及び組織並びに独立行政法人国民生活センターの業務及び組織その他の消費者行政に係る体制の更なる整備を図る観点から検討を加え、必要な措置を講ずるものとする。

衆議院 消費者問題に関する特別委員会 附帯決議(平成21年4月16日) →商品検査機関等との連携強化

十四 消費者行政に係る体制整備に当たっては、関係機関、特に独立行政法人国民生活センター、独立行政法人製品評価技術基盤機構、及び独立行政法人農林水産消費安全技術センターを始めとした商品検査機能を有する各機関の機能強化を図るとともに、消費者庁及び消費者委員会との連携強化のため必要な措置を講ずるものとすること。

(注) 参議院 消費者問題特別委員会 附帯決議(平成21年5月28日)もほぼ同旨

衆議院 消費者問題に関する特別委員会 附帯決議(平成21年4月16日) →消費生活相談員の教育・研修の充実

十五 各地の消費生活センターの相談員の聴取能力及び法律知識の水準向上を図るため、独立行政法人国民生活センターを中心とする教育・研修の充実を図ること。

参議院 消費者問題特別委員 附帯決議(平成21年5月28日)

十九 聴取能力及び法律知識のみならず、あっせんや行政との連携能力等各地の消費生活センターの相談員にとって必要な能力の水準向上を図るため、教育・研修の機会の拡充等を始め、独立行政法人国民生活センターによる支援を強化すること。また、国民生活センターに配置されている相談員について、その職務内容にふさわしい身分、待遇の改善に努めること。