

情報の収集・分析及び情報提供のあり方について

特定非営利活動法人 熊本消費者協会 田中三恵子

<情報の収集体制をどのように充実させるか>

1. センター基準外の相談窓口の情報入力について

効率性や管理上のリスクからも情報の入力を県もしくは広域単位での入力を考える。

窓口現場での情報活用については入力場所へ問い合わせ方法で可能。

(問題点) 入力や管理など運営に要する労力、費用等の負担をどこが担うか、地域をどのように区分するか。自治体が情報提供に同意するか。

2. 「安全」、「表示」、「取引」に関わる部署との情報共有のための設置。

①自治体内部での情報収集について PIO-NET 入力

- ・自治体の庁内体制の整備と併行し行うことが必要。
- ・自治体の試験機関の情報も対象とする。

②国の機関、地方局、専門分析機関に PIO-NET 設置

食品、消費生活用製品、医薬品・医療機器等各消費者関連法律対応での縦割り行政の弊害をなくす為に関連部署との情報を共有し、被害の早期発見、救済、表示の改善等につなげる。地方自治体においては、消費生活センターには、消費生活相談対応とともにより専門的分野担当の相談員強化も必要になる。

<情報の適切な分析システムはどうあるべきか。>

1. PIO-NET 入力時の問題点について

①入力内容についての（個人、センターによって違いはあるが）

- ・相談現場で相談員が直接入力しているが、時間的余裕がなく処理完結したものは、分析に必要なキーワード等が完全入力されていない場合がある。
- ・相談が複雑化、長期化するものにたいし、継続中であっても国センへの送付を急ぐため完結で終了している現状もある。内容が不十分な情報となる。

②入力内容のチェック体制について

- ・相談員の判断で入力されているため、商品分類、キーワード等が適切かどうかのチェック体制が取られているかどうか疑問。

分析上、正確性を高めるためバラ付きを少なくし利用価値を高める為の対応が必要。以上を達成する為には自治体や相談員の負担によるところが大きい。

2. 実態を理解するために消費者庁が直接相談に関わり現場を知ることが必要。

<収集・分析された情報を消費者に迅速に適切に提供する為にはどうすべきか。>

1. 消費者にとっては情報提供の発信源の一元化として消費者庁からの総合発信が分かりやすい。