

第8回 消費者行政新未来創造プロジェクト専門調査会：議題②資料

消費者行政新未来創造オフィスと徳島県の 連携と役割分担について

2019年1月29日
独立行政法人国民生活センター

オフィスに職員が常駐する意義・オフィスに職員が常駐した成果

【研修事業】

- 地元の有識者を客員研究員に委嘱し、定期的に打合せ等を実施する環境を得たことで「徳島独自の研修」を充実させることができた。
- 徳島モデル(消費者行政新未来創造プロジェクトを含む)の取組を研修において取り上げるに際して、徳島県と日常的な連絡・調整がしやすいため、スムーズに実施できた。

【商品テスト】

- 徳島県民を対象としたフィールド調査を行なう上で、徳島県との調整は不可欠であるが、オフィスに職員が常駐したことにより、県庁職員や徳島県消費者協会等との調整がスムーズにできた。

常駐して分かった主な課題

【研修事業】

- 電話、メール、テレビ会議システムを活用して東京事務所との意思疎通を図ってきたが、同じ執務室内における意思疎通とは密度が異なり、業務の進捗状況の詳細な把握や円滑な実施に課題が生じた場面もあった。
- 徳島県内における調整と比べ、徳島県外の講師や東京事務所との調整の比重が圧倒的に大きかった。

【商品テスト】

- 商品テスト業務の中でも、オフィスではフィールド調査と事務作業に終始した。
- 実際のプロジェクトに係る業務は、相模原事務所の業務ラインの中で相談や指示を仰ぐ必要があり、オフィスのみでは完結しなかった。
- アンケート調査会社は東京に集中しており、アンケートにかかる業務負担が大きかった。