

国民生活センターについて

令和2年4月

独立行政法人国民生活センター

国民生活センターの「使命」と「行動指針」

国民生活センターの使命

国民生活センターは、消費者問題・暮らしの問題に取り組む中核的な実施機関として、消費者・生活者、事業者、行政を「たしかな情報」でつなぎ、公正・健全な社会と安全・安心な生活を実現します。

国民生活センター役職員の行動指針

わたしたち国民生活センター役職員は、「国民生活センターの使命」を達成するために、以下の指針に則って行動します。

○現場の強みと消費者・生活者の声を活かします

消費生活相談や商品テストなどの消費者問題・暮らしの問題に取り組む現場の強みと、日々寄せられる消費者・生活者の声を毎日の業務に活かします。

○消費者・生活者の目線を大切にします

いつでも、だれにでも起こりうる消費者問題・暮らしの問題に対応するために、消費者・生活者の目線で、広い視野から問題を深く掘り下げます。

○個人の主体性と組織の一体性を発揮します

個人の主体性と、組織のチームワーク・一体性を発揮し、絶えず創意工夫を重ねながら、消費者問題・暮らしの問題の解決に取り組みます。

○すばやく・的確に・分かりやすくを心がけます

すばやく・的確に・分かりやすくを心がけ、消費者・生活者の声を「たしかな情報」としてまとめ、すべての消費者・生活者、事業者、行政に広く行き届くように努めます。

○専門組織としての知見と精神を引き継ぎます

消費者問題・暮らしの問題に取り組んできた専門組織である国民生活センターの一員として、これまで培ってきた知見と精神を引き継ぐとともに、専門性をさらに向上させます。

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し、及びその利用を容易にすること</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 松本恒雄、理事3名、監事(非常勤)2名／うち女性3名)・ 職員：140名(令和2年4月1日現在)
(5) 予算 (運営費交付金)	<ul style="list-style-type: none">・ 平成31年度当初予算:3,045百万円・ 令和2年度当初予算 :3,120百万円

2. 国民生活センターの業務

① 相談

- ・消費生活センター等では解決困難な相談の処理方法をアドバイス〔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〔平日バックアップ相談等〕
- ・相談に基づく注意喚起、制度等に関する改善要望

② 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(報道機関からの取材、国会・中央省庁、警察、裁判所、弁護士会、適格消費者団体からの照会等)

③ 商品テスト

- ・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
- ・被害の未然防止・拡大防止の注意喚起のためのテスト
- ・注意喚起のためのテストに基づく商品改善、規格・基準等に関する改正要望

④ 広報・啓発

- ・記者説明会の開催により消費者に対し注意喚起情報等を提供
- ・出版物、リーフレット、ホームページ等を通じた広報・啓発及び地方消費者行政事業等を支援

⑤ 教育研修・資格制度

- ・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
- ・登録試験機関として、平成28年度から「消費生活相談員資格試験」(国家資格取得のための試験)を実施

⑥ 裁判外紛争解決手続(ADR)

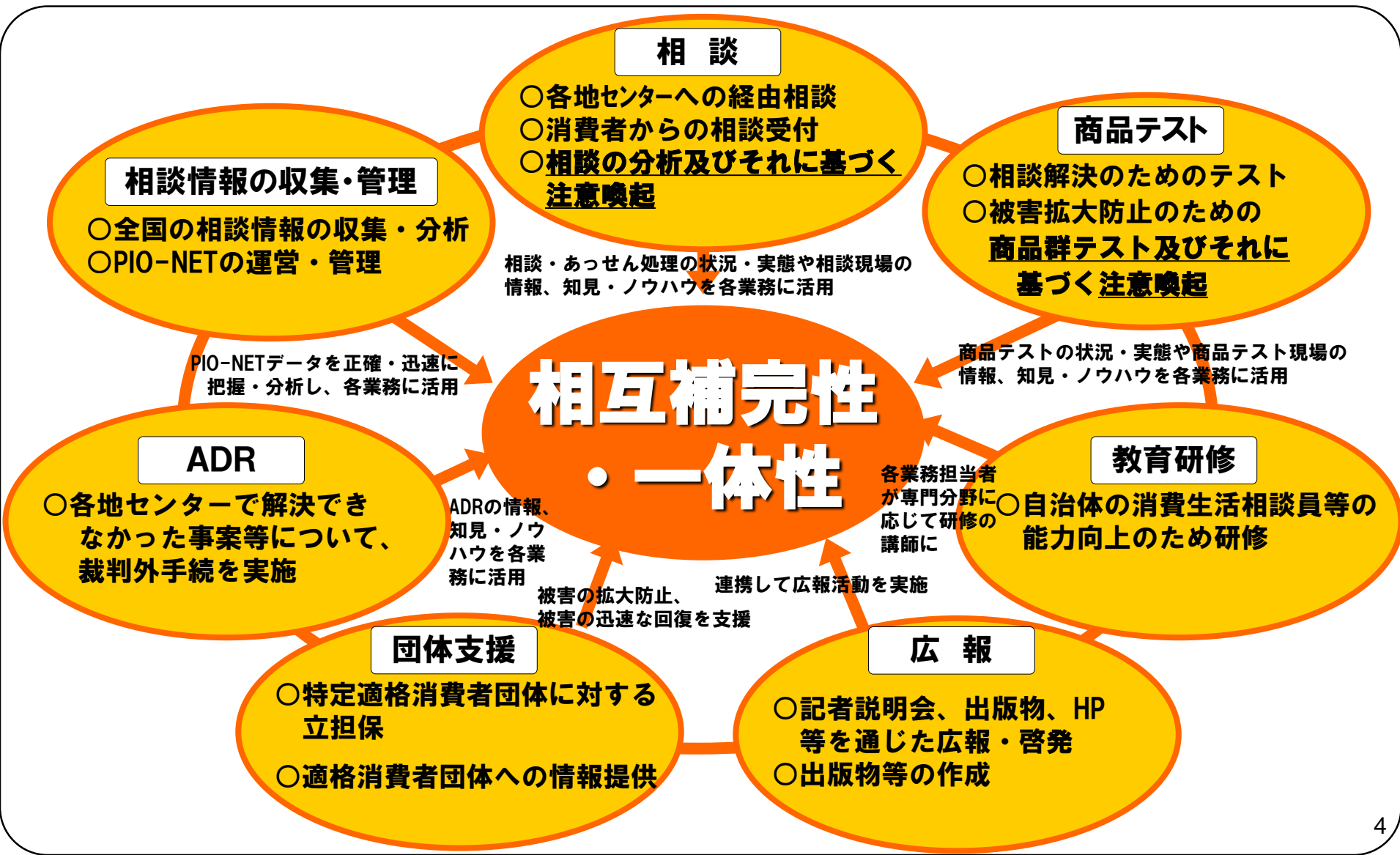
- ・「重要消費者紛争」の適切・迅速な解決に向けた裁判外手続を実施
- ・手続の結果概要を公表

⑦ 適格消費者団体支援

- ・特定適格消費者団体が申立てをする消費者被害回復のための仮差押命令の担保を立てる事務を実施
- ・その他、適格消費者団体に対する支援

国民生活センターの各業務の相互補完性・一体性

- 相談、商品テスト、相談情報の収集・管理業務を中心に、**双方向に一体となって機能**
- 国民生活センターのブランド力**が各業務の信頼の根拠
- 職員の人事異動を通じて、各業務を経験して得た知見を別の業務で活用



国民生活センターの機能

国民生活センターは、消費者行政における中核的な実施機関として

- ① 消費者行政の司令塔機能の発揮
- ② 地方消費者行政の推進
- ③ 消費者への注意喚起

のいずれにとっても必要不可欠な存在

※「(独)国民生活センターの在り方について」(内閣府特命担当大臣記者会見(平成25年12月13日)での配布資料)より

国民生活センターは、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

①行政機関及び事業者団体等への要望、情報提供等

→ 行政機関や事業者団体等に制度や商品等に関する改善要望

(2018年度：16件。うち11件について行政処分や業務改善等の対応を確認)

→ 行政機関及び事業者団体等への情報提供

(2018年度：37件。うち10件について行政処分や業務改善等の対応を確認)

②全国の消費生活センター等に対する支援

→ 全国の消費生活相談窓口に対し、ワンストップ・サービスとして以下の支援を実施(地方支援)

- 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**
- **平日バックアップ相談、休日相談、及びお昼の消費生活相談**からあっせん方法等を提供
- **PIO-NET**等による相談解決に役立つ情報の提供・共有
- 苦情相談解決のための **商品テスト**
- **相談員・行政職員への研修**、市町村相談担当者への **巡回訪問支援**
- 解決困難事案の **裁判外紛争解決手続(ADR)** 等

→ 適格消費者団体への支援

③消費者に対する注意喚起

→ 消費者被害の拡大防止のため、相談、テスト、PIO-NET情報等に基づき、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商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：商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

→ 2019年度は、記者説明会(月2回程度)等を通じて**合計72件**を公表

その他報道機関からの取材件数は**約1,000件/年**(参照：<http://www.kokusen.go.jp/news/news.html>)

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、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
- ・ チーム制(特商法、金融・保険、情報通信)を設けて専門化・高度化し、高いレベルで各地センター等にアドバイス

○ 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

消費者庁による「消費者ホットライン」(188番)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ける

休日相談 (消費者ホットライン経由、平成26年度までの名称は「土日祝日相談」)

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の支援として、土日祝日に相談を受付ける

○ お昼の消費生活相談

平日お昼の時間帯に相談窓口を開設していない消費生活センター等の支援として、平日11時から13時に相談を受付ける

○ 特定トラブルに関する「110番」

全国的に発生している案件、被害が深刻化している案件、解決困難な案件などの特定テーマについて、相談を実施する結果は、消費者への注意喚起とともに、相談処理の方向性等を消費生活センター等にフィードバックする

○ 越境消費者センター(CCJ)

海外の消費者相談機関と連携し、海外に所在する相手方事業者に相談内容を伝達するなどして事業者の対応を促し、日本の消費者と海外の事業者とのトラブル解決の支援を行う

○ 訪日観光客消費者ホットライン

日本を訪れた際に消費者トラブルに遭った外国人観光客からの相談について、三者間通訳サービスシステムを利用して、トラブル解決の支援を行う

○ 個人情報相談

消費生活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 (注1)				(年度)
	2015	2016	2017	2018	2019
経由相談	7,116	7,589	7,271	7,295	6,842
平日バックアップ相談(注2)	3,518	3,739	3,714	3,885	3,738
お昼の消費生活相談(注3)	3,036	3,022	3,056	2,901	2,470
休日相談(注4)	5,571	5,431	6,149	5,886	5,883
各種110番等(注5)	高齢者:12	熊本地震:875 高齢者:95	ジャパンライフ:280 高齢者:88	7月豪雨:131 高齢者:30 北海道地震:17	令和秋台風:140
個人情報相談(注6)	88	68	52	35	28
越境消費者センター(注7)	4,299	4,475	4,086	6,257	6,018
訪日観光客消費者ホットライン(注8)	—	—	—	62	369
(合計)	23,640	25,294	24,696	26,499	25,488
消費者トラブルメール箱(注9)	9,122	9,387	10,245	9,886	10,198

(注1) データは2020年3月31日までの受付分

(注2) 「平日バックアップ相談」は2011年6月20日からスタート。

(注3) 「お昼の消費生活相談」は2013年7月29日からスタート。

(注4) 「休日相談」(「土日祝日相談」(平成26年度までの名称))は 2010年1月16日からスタート、2014年4、5月は16回線、2014年6月からは12回線、2015年4月からは原則10回線

(注5) 高齢者: 高齢者110番、熊本地震: 熊本地震消費者トラブル110番(2016年4月28日～7月14日。九州地方限定着信)、ジャパンライフ: ジャパンライフ専用ダイヤル(2017年12月29日～2018年1月3日)で受け付けた件数(問い合わせ的な内容7件も含む)、7月豪雨: 平成30年7月豪雨消費者トラブル110番(2018年7月13日～9月12日)、北海道地震: 平成30年北海道胆振東部地震の影響による「188」転送支援(2018年9月6日～9月14日)、令和秋台風: 令和元年秋台風関連消費者ホットライン(2019年11月1日～12月13日)

(注6) 経由相談で受け付けた件数(国民からの個人情報相談の直接受付は、2010年度末で廃止)。

(注7) 「越境消費者センター」は2015年6月1日からスタート

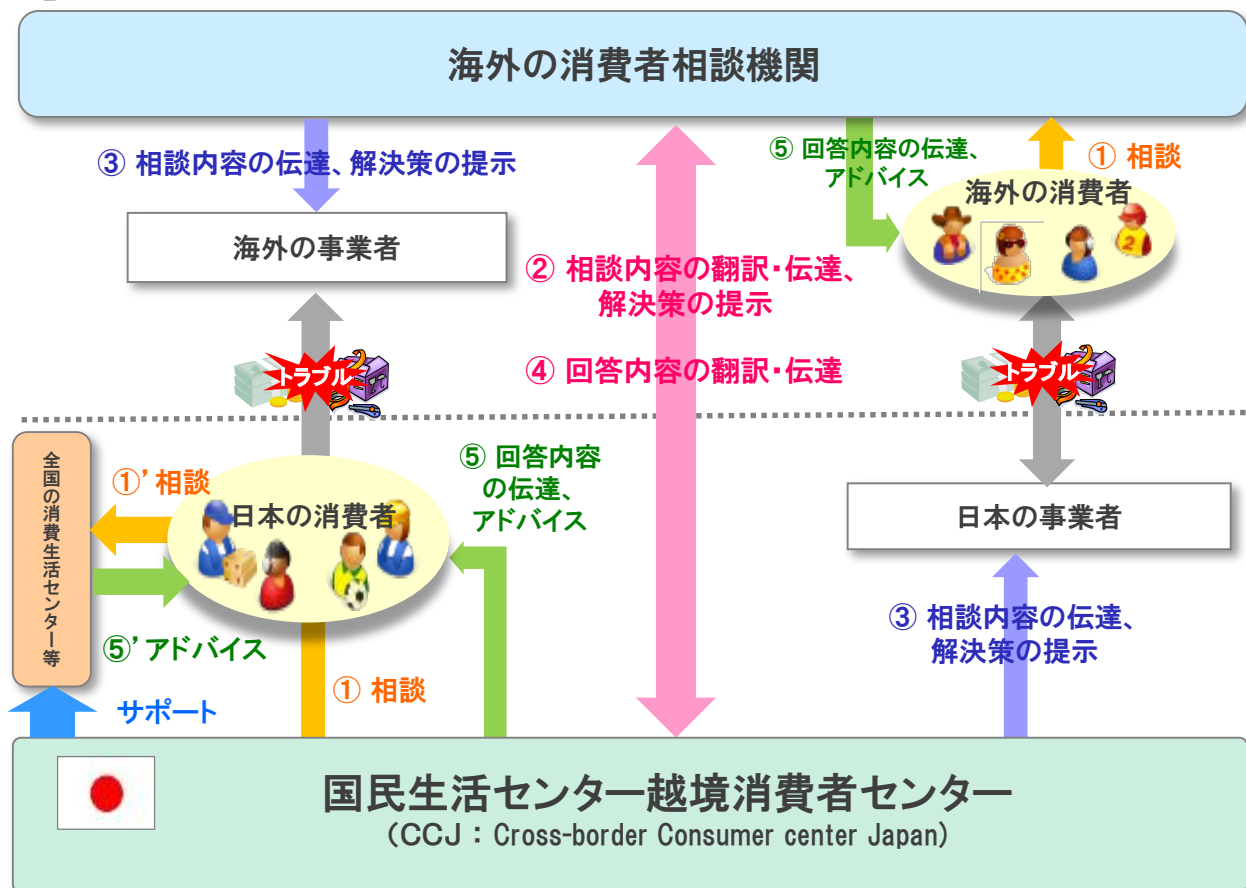
(注8) 訪日観光客消費者ホットラインは2018年12月3日からスタート

(注9) 件数は受信件数(「消費者トラブルメール箱」へのアクセス数: 126,351件、FAQトップページアクセス数: 534,840件(いずれも2019年度))。

国民生活センター越境消費者センター(CCJ)

- ・「国民生活センター越境消費者センター(CCJ)」は、海外ネットショッピングなど、海外の事業者との取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口。
- ・CCJでは、海外の消費者相談機関と連携し、海外に所在する相手方事業者に相談内容を伝達するなどして事業者の対応を促し、日本の消費者と海外の事業者のトラブル解決を支援。

【概略図】



【提携先消費者相談機関】

国・地域	機関名
アメリカ、カナダ、メキシコ	BBB (The Council of Better Business Bureaus)
台湾	SOSA (Secure Online Shopping Association) 消費者文教基金会 (Consumers' Foundation, Chinese Taipei)
シンガポール	シンガポール消費者協会 (Consumer Association of Singapore)
ベトナム	EcomViet (Vietnam E-commerce Development Center)
南米11カ国・スペイン(注)	ODRLA (ODR Latinoamerica)
ロシア	Center for Mediation and Law (Scientific and Methodological Center for Mediation and Law)
韓国	韓国消費者院 (Korea Consumer Agency)
タイ	消費者保護委員会事務局 (Office of The Consumer Protection Board)
フィリピン	貿易産業省消費者保護グループ (Department of Trade and Industry)
イギリス	公認取引基準協会 (Chartered Trading Standards Institute)
マレーシア	マレーシア消費者苦情センター (National Consumer Complaints Centre, Malaysia)
香港	香港消費者委員会 (The Consumer Council of Hong Kong)
ラトビア	CRPC (Consumer Rights Protection Centre)
エストニア	CPTRA (Consumer Protection and Technical Regulatory Authority)

(注) アルゼンチン、チリ、ウルグアイ、パラグアイ、ボリビア、ブラジル、ペルー、コロンビア、ベネズエラ、コスタリカ、メキシコ

訪日観光客消費者ホットライン (平成30年12月3日開設)

訪日外国人観光客の今後の更なる増加に伴い、日本国内での訪日観光客の消費者トラブルも増加が予想されることから、平成30年12月3日(月)より、訪日観光客が日本滞在中に消費者トラブルにあった場合の電話相談窓口として、「訪日観光客消費者ホットライン」(英語名称: Consumer Hotline for Tourists)を開設した。

➤ 対応言語

英語、中国語、韓国語、タイ語、ベトナム語、フランス語
日本語
(計7カ国語)

➤ 受付時間

平日10時～16時(土日・祝日、年末年始を除く)

➤ 対象となる相談

日本滞在中の消費者トラブル(商品の購入、飲食、宿泊、交通機関の利用等に伴うトラブル)に関する相談

※対象となる消費者トラブルの具体例

例1: 商品を購入したが、壊れていた

例2: 飲食店で著しく高額な請求があった

例3: レンタカーで高額な修理代を請求された

例4: ホテルの部屋が予約内容と違っていた

※観光情報、落とし物・忘れ物、事件・事故、病気・ケガなど、
消費者トラブル以外の相談は他の相談窓口を紹介

【窓口周知チラシ(英語版)】

**Consumer Hotline
for Tourists
Dial
03-5449-0906
if you need assistance.**

Mon. - Fri. 10:00 a.m. - 4:00 p.m. (closed weekends, national holidays, and Dec. 29 - Jan. 3)

Available languages: French, English, Thai, Japanese, Korean, Chinese, Vietnamese

Standard call rates to the call center will apply.

The Consumer Hotline for Tourists offers telephone consultation that overseas visitors to Japan can use if they experience consumer issues while visiting Japan. Feel free to call this hotline if you encounter consumer issues involving stores, restaurants, bars, transportation, or lodging during your visit.

▶ The Consumer Hotline for Tourists handles consumer issues only. It cannot provide tourist information or answer questions related to lost items, accidents, or illness or injury.

case 1
A product you purchased was broken.

case 2
You were charged an exorbitant amount at a restaurant or bar.

case 3
You were charged high repair costs for a rented car.

case 4
Your hotel room was not what you had reserved.

NCAC
国民生活センター
NATIONAL CONSUMER AFFAIRS CENTER OF JAPAN

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、全国共通の入力ルールの制定・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(2020年3月31日現在)：消費生活センター 約1,250ヵ所(専用端末約3,300台)
中央省庁等 15ヵ所

○ 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

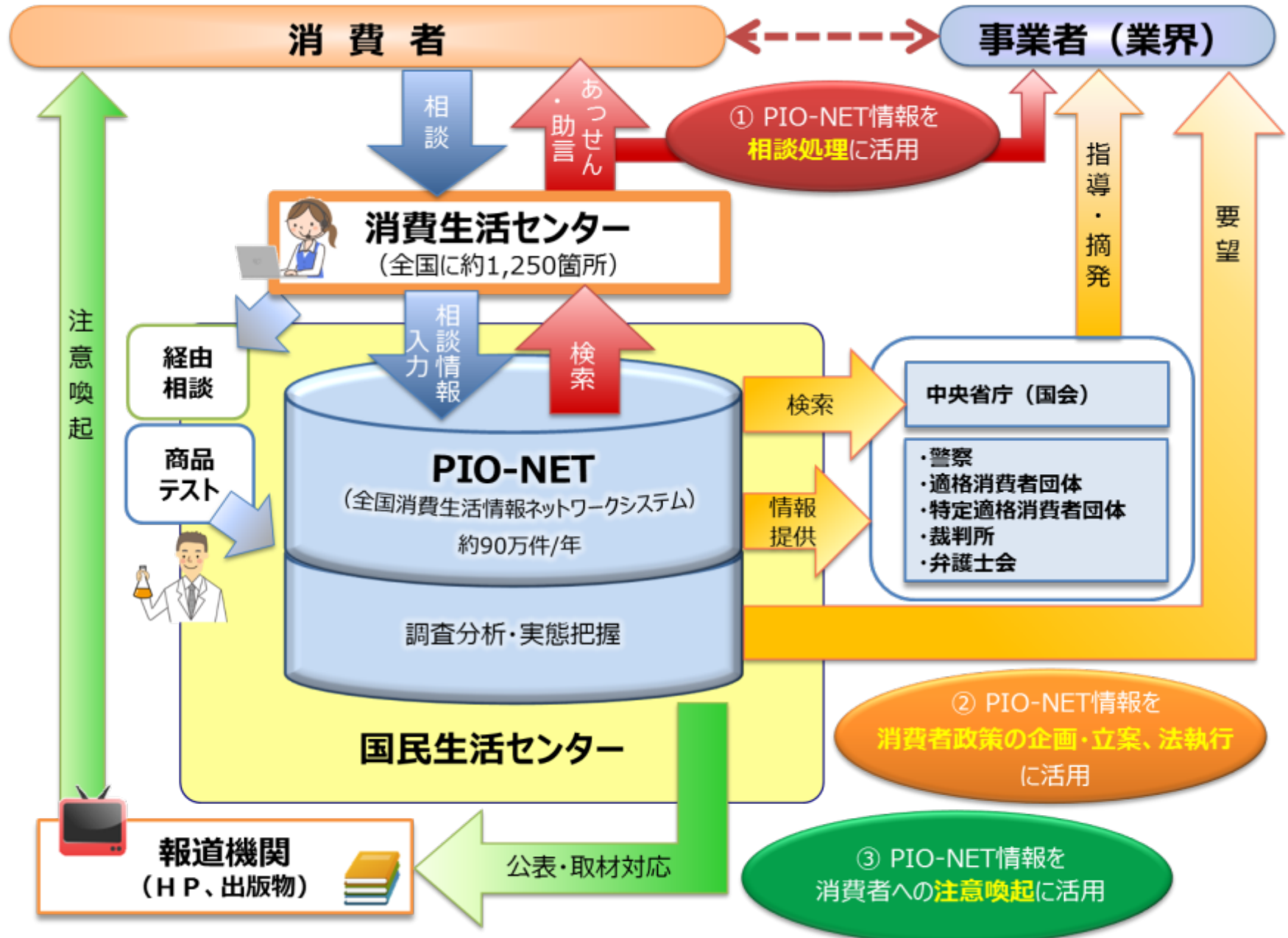
- ① 全国の消費生活センター等の相談業務に対する支援
- ② 消費者に対する注意喚起
- ③ 行政機関における消費者政策の企画・立案、法執行 等

○ PIO-NETで収集した相談情報は、年間 約90万件

○ PIO-NETの特長

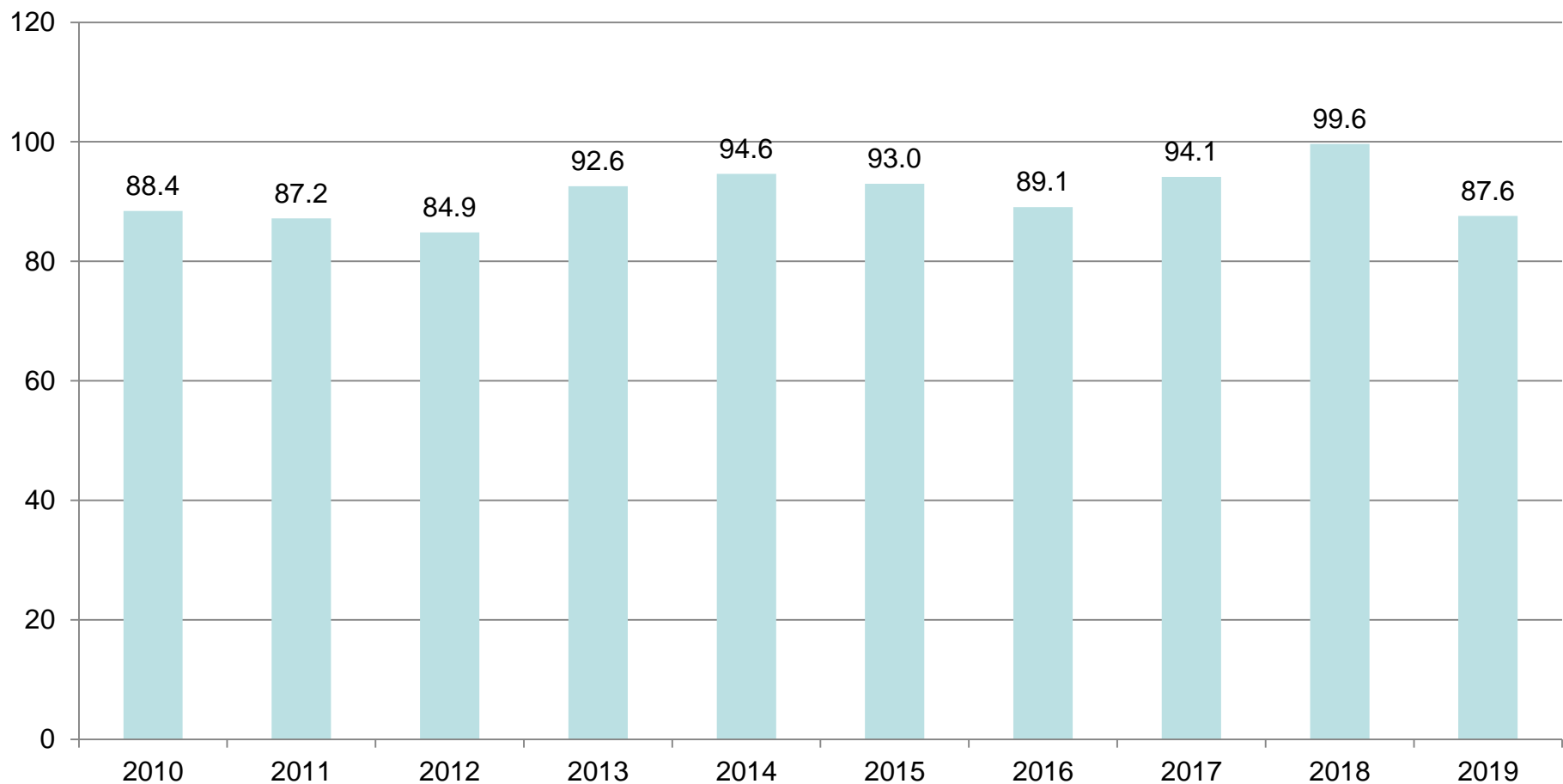
- ・わが国最大の消費生活相談情報を収集・蓄積したシステム(信頼性の高い相談情報データベース)
- ・国や地方公共団体の消費者行政の基礎情報

PIO-NET情報の収集と活用



PIO-NETにみる消費生活相談の件数推移

件数(万件)



年度

(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2020年3月31日までの登録分

(注3) 消費生活センター等からの経由相談を含まず

情報提供依頼等への対応状況

	国会・中央省庁からの情報提供依頼								法令照会への対応						情報公開請求	個人情報保護関連	報道機関の取材	その他	合計
		消費者庁	金融庁	警察庁	経産省	総務省	国会	その他		警察	適格消費者団体	裁判所	弁護士会	その他					
2015年度	2,457	2,003	0	68	8	77	178	123	656	334	51	11	257	3	1,995	1	1,680	97	6,886
2016年度	1,894	1,368	3	31	40	87	214	151	644	277	59	12	286	10	2,124	11	1,465	110	6,248
2017年度	1,539	618	1	57	55	18	742	48	535	163	98 (*20)	3	268	3	2,407	34	1,542	164	6,221
2018年度	1,051	741	0	34	20	23	163	70	529	131	93 (*19)	10	290	5	2,564	20	1,063	151	5,378
2019年度	1,040	718	0	0	9	18	224	71	511	150	85 (*31)	5	266	5	2,958	21	1,160	169	5,859

*特定適格消費者団体（消費者裁判手続特例法第91条第1項に基づく申請）

5. 商品テスト

国民生活センターの主な商品テスト業務は以下のとおり

○ 消費生活センター等からの商品や技術等に関する問い合わせ・相談

全国の消費生活センター等からの商品や技術等に関する問い合わせ、相談に対応

○ 商品テストの実施

苦情相談解決のためのテスト(テストⅠ)

- ・消費生活センター等が行う商品に関する苦情相談処理を支援するため、依頼に基づいて商品テストを実施し結果を報告。依頼センターは、テスト結果報告書をあっせん等に活用
- ・依頼テストは、原則全件対応 ・消費者庁への協力

注意喚起のためのテスト(テストⅡ)

- ・テストⅠの結果、苦情品のみならず商品群として問題が考えられる商品や、PIO-NET、医療機関ネットワーク等に報告されている商品の被害情報を分析し、事故の未然防止・拡大防止のためのテストを実施し広く情報を提供
- ・取扱説明書や規格、基準だけにとらわれない、生活実態に即したテストを実施することで、商品の問題点を指摘

○ 商品関連事故等の分析・調査

PIO-NET、医療機関ネットワーク、医師からの事故情報受付窓口等で収集した情報から、商品やサービスによる危害・危険情報を分析・調査し、消費者に情報を提供

○ 医療機関ネットワーク事業(消費者庁との共同事業)

事故の概要や発生状況などの詳細情報を医療機関から収集し、同種・類似事故の再発防止をはかることを目的として、消費者庁との共同事業として実施

○ 医師からの事故情報受付窓口(ドクターメール箱)

消費生活上の事故について、開業医等の医師の診断結果も踏まえた情報を収集し、同種・類似事故の再発防止をはかることを目的として、受付窓口をホームページ上に開設

○ 食品中の放射線量測定のフォローアップ(消費者庁との共同事業)

自治体向け放射性物質測定機器貸与事業のフォローアップとして、スクリーニングレベル(基準値の半分)を超えた食品等の精密検査を受託し、Ge半導体式検出器でテストしたデータを報告

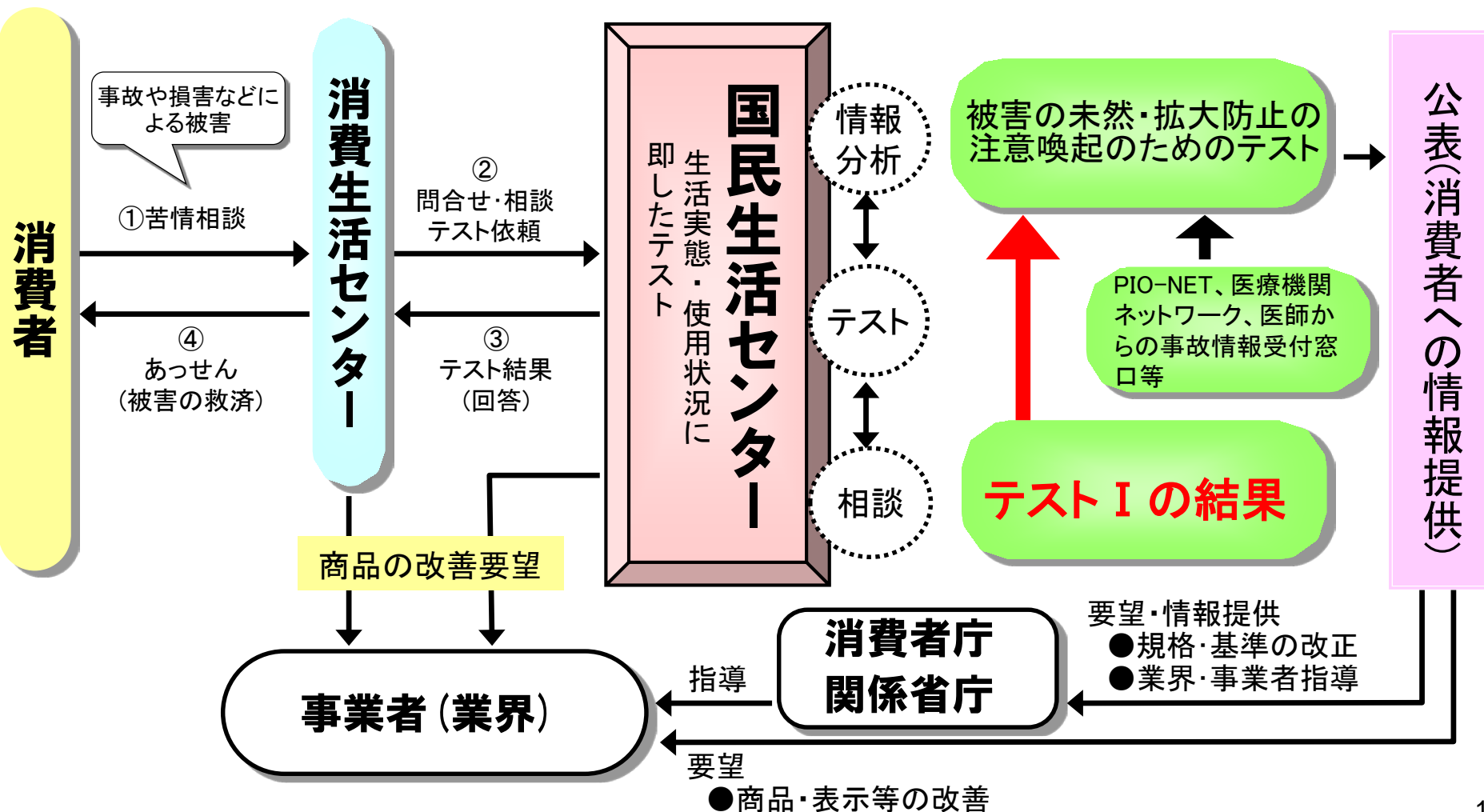
商品テストの概要

テストⅠ

苦情相談解決のためのテスト

テストⅡ

注意喚起のためのテスト



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、消費生活に関する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・生活者の目線に立ったテスト</u> <u>○取扱説明書の使用方法や規格・基準だけにとらわれない生活実態を踏まえたテスト</u>
公表	○苦情相談を解決するために実施したテスト(テストⅠ)のうち相談の解決が図られたり、商品等が改善された事例を公表 ○注意喚起のためのテスト(テストⅡ)は商品名・事業者名を原則公表 ○商品に問題がある場合は、事業者には改善等を要望するとともに、規格・基準の制定、見直し等を行政へ要望
効果	○苦情相談解決に活用(被害者の救済) ○消費者被害の未然防止・拡大防止のために注意喚起 ○消費者目線で商品改善や規格・基準等を改正要望

商品テスト業務の実績

分 類	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
(1) 消費生活センター等からの商品や技術等に関する問合せ・相談	1,308件	1,381件	1,223件	1,038件	901 件
(2) テストⅠ：消費生活センター等からの苦情相談解決のためのテスト	187件 368商品	214件 427商品	201件 402商品	210件 465商品	190 件 412 商品
(3) テストⅡ：被害の未然防止・拡大防止の注意喚起のためのテスト	10件 272商品	10件 162商品	10件 116商品	11件 159商品	11 件 349商品
(4) 消費者庁への協力※1	2件	6件	11件	5件	8件
(5) 食品中の放射線量測定 (フォローアップ事業)	16件	7件	2件	4件	2件
(6) 商品関連トラブル防止のための 情報提供※2	25件 〈内訳〉 テストⅠ 11件 テストⅡ 10件 事故情報等 4件	28件 〈内訳〉 テストⅠ 12件 テストⅡ 10件 事故情報等 6件	27件 〈内訳〉 テストⅠ 12件 テストⅡ 10件 事故情報等 5件	24件 〈内訳〉 テストⅠ 10件 テストⅡ 11件 事故情報等 3件	26件 〈内訳〉 テストⅠ 10件 テストⅡ 11件 事故情報等 5件

※1 消費者庁からのテスト依頼件数及び消費者庁の公表資料へのテスト画像等の提供件数

※2 注意喚起のためのテスト、相談解決のためのテスト、商品関連事故情報等

商品テストに基づく注意喚起の例

○ 報道機関向けの公表資料



【法人番号 4021005002910】

報道発表資料

令和元年9月12日
独立行政法人国民生活センター

ジャンプ式折りたたみ傘の事故に注意 ・飛び出した手元が顔や身体に衝突し重篤なけがをすることも・

1. 目的

折りたたみ傘には、手の力で開閉するもの（以下、手開き式折りたたみ傘と呼びます）と、バネの力で開閉するもの（以下、ジャンプ式折りたたみ傘と呼びます）があります。

ジャンプ式折りたたみ傘には強力なバネが内蔵されています。収納時には手元でバネを押し縮めることになりますが、収納中に手を放したり、誤って開閉ボタンを押すと思いがけず手元が飛び出しけがをすることがあります。当センターは2008年5月にジャンプ式折りたたみ傘の危険性について注意喚起公表を行っています^(注1)。その後、2013年に家庭用品品質表示法が一部改正され、ジャンプ式折りたたみ傘は「傘の開閉時及びシャフトの伸縮時には、顔や身体から離して使用する」旨を取扱い上の注意として表示することが義務付けられました。

近年、ジャンプ式折りたたみ傘の中で、手元を収納する途中で手を放しても手元が飛び出さずに止まる機能を備えた商品も販売されるようになってきた一方、この機能を備えていない従来からの商品も販売されており、市場には両方混在している状態です。

P10-NET^(注2)には注意喚起を行った以降もジャンプ式折りたたみ傘に関する相談が寄せられており、2014年度以降では危害・危険情報が13件^(注3)寄せられています。当センターにも商品テスト依頼が3件寄せられ、そのうち2件は治療に1カ月以上を要する事例でした。

そこで、ジャンプ式折りたたみ傘について、使用実態を調査するとともに、ジャンプ式折りたたみ傘の特性及び危険性をテストし、消費者へ情報提供することとしました。

(注1) ジャンプ式や自動開閉式折りたたみ傘の事故・重傷・後遺症が残るケースもー(2008年5月8日公表)
http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20080508_2.html

(注2) P10-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）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのことです。

(注3) 2014年度以降受け付け、2019年7月末日までの登録分。件数は未公表のために特別に精査したものです。

2. テスト実施期間

検体購入：2019年6月

テスト期間：2019年6～8月

○ リーフレット「くらの危険」

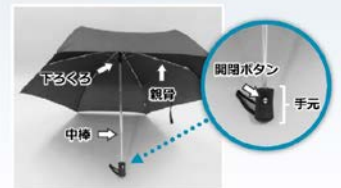
くらの危険 Number 352

飛び出した手元で大けがに！ ジャンプ式折りたたみ傘

ジャンプ式折りたたみ傘を収納しようとして、勢いよく飛び出した「手元」が顔や身体に衝突し、けがをしたという相談が寄せられています。

ジャンプ式折りたたみ傘には強力なバネが内蔵されており、手元のボタンを操作すると、押し縮められたバネが伸びて傘が開く仕組みです。収納時には手の力で押し縮める必要がありますが、途中で手を放すと、バネの力で勢いよく手元が飛び出します。

使用方法を誤れば重篤な事故につながることもあるので十分に注意してください。また、購入する際は、飛び出し防止機能が備わった商品を選択しましょう。

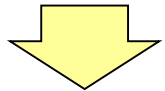


▲ ジャンプ式折りたたみ傘の各部の名称

商品テストの具体例① 酸を使ったフットケア商品で化学やけど

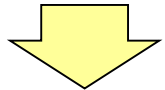
- 「ドクターメール箱」に、足の角質を取るとうたった、酸を使ったフットケア商品を使用したところ、足の甲に広範なびらん(ただれ)を生じ、化学やけどと診断されたという事故情報が寄せられた。
- PIO-NETには、やけど等の危害が発生したという情報が2013年度以降の約5年間で26件。治療に1カ月以上を要した事例も。

患部の様子(ドクターメール箱)



酸を使ったフットケア商品5銘柄をテスト

- ・ α -ヒドロキシ酸量が、FDA(米国食品医薬品局)において化粧品として安全とされている10%を超える銘柄が1銘柄あった
- ・ pHが、FDAにおいて化粧品として安全とされている3.5を下回る銘柄が3銘柄あった
- ・ 薬剤に足を浸す時間の表示は、皮膚への作用が強いと考えられるヒドロキシ酸量が多いものやpHが低いものほど短く設定されているわけではなかった
- ・ 履くだけで角質が剥がれるとの表示があり、化粧品の効能効果の範囲を超えるおそれがあった



○事業者への要望

- ・ pHや α -ヒドロキシ酸量をFDAで化粧品として安全とされる範囲内にする等、成分の改善を要望
- ・ 注意表示を分かりやすく変更する等、表示の見直しを要望

○行政への要望

- ・ 医薬品医療機器等法上の分類の見直しについて検討を行うよう要望

※酸を使ったフットケア商品

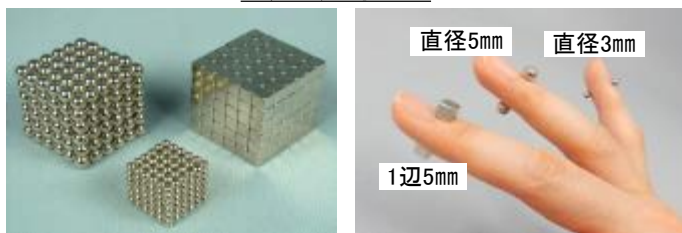
ヒドロキシ酸(グリコール酸、乳酸、サリチル酸等)を含む薬剤が入った靴下状の袋に足を一定時間浸すことで、足裏の角質を剥がすとうたった商品



商品テストの具体例② 強力な磁石のマグネットボールで誤飲事故が発生

- 幼児がマグネットボールを複数個誤飲して、消化管に穴があき、開腹手術等したという事故情報が2件続けて寄せられた。いずれも、「ネオジム磁石」という強力な磁石のマグネットボールが個々に引き合い、消化管内に腸壁を挟んでとどまり穿孔したという情報であった。

マグネットボール



手指を挟んでもとどまるほど磁力が強い

インターネット販売サイト(32サイト)の表示調査

- ・「パズル」「知育玩具」など、**子ども向けの玩具を連想させる表示**
- ・30サイトには、**誤飲等に関する注意表示がない**

7銘柄を対象としたテスト

- ・複数個を同時に誤飲できるほど小さく、**磁力はST基準より強力**
- ・パッケージ等には、**製造者名や警告表示の記載がない**

○事業者への要望

- 子ども向け玩具として販売しないこと
- 対象年齢・注意表示等を商品・販売サイトに記載すること

○行政への要望

- 消費者への周知、事業者への指導等

○インターネットショッピングモール運営業者への協力依頼

- 子ども向け玩具として販売されないよう、指導・管理の協力を要請

○経済産業省の対応

インターネットショッピングモール業者等に対し、子ども向け玩具としての販売自粛、対象年齢の表示や小さな子どもの誤飲に注意する旨の警告表示等を付すよう出品者に呼びかけるよう協力を要請。

○インターネットショッピングモール運営業者の対応

出品している事業者に指導を実施し、32サイト中24サイトは警告を表示。5サイトは販売中止。

【事例1】マグネットボールを5個誤飲

胃壁と腸壁が穿通（3歳、男児）

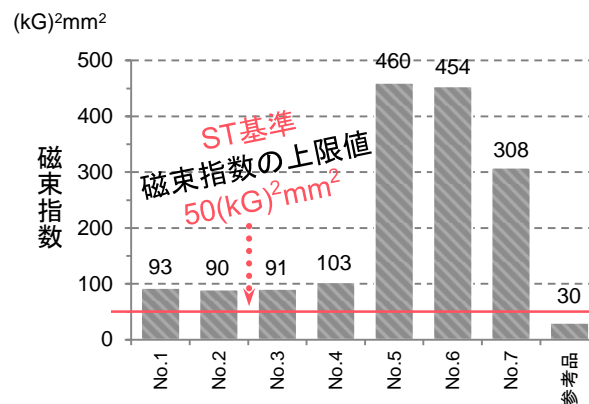


【事例2】マグネットボールを37個誤飲

小腸内の3カ所が圧迫壊死で穿通（1歳、女児）



テスト対象の磁束指数 測定結果



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

- 2019年度は記者説明会の開催(23回)等を通じて、**72件**を報道発表
- 主な報道回数は在京6紙で74回、テレビ・ラジオで53回
- その他取材件数は約1,000件/年

記者説明会等を通じた報道発表件数(年度)

2015	2016	2017	2018	2019
58件	68件	59件	63件	72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5,700万ページ/2019年
- 消費者問題のポータルサイトとして、約2万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。受信者約2万1,000人
- Web版国民生活(全国の消費生活センターには簡易冊子(印刷物)も無償配布)

3. 出版物等の発行

- 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(2019年版 販売部数約19万部) 等
- 出前講座用リーフレット: 高齢者、若者向けリーフレットを作成し、全国の消費生活センターに提供

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29回発行(2019年度)。メール受信者約2.2万人
- 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14回発行(2019年度)

メールマガジンによる注意喚起

○ 見守り新鮮情報

見守り 新鮮情報

銀行の業界団体を名乗る男から、「消費税増税の関係で、高齢者に**社会保険料の一部が戻る**こととなった。**通帳とキャッシュカードの番号**を教えてください。お宅は4万円戻る」と電話があった。(80歳代 男性)



©Kurosaki Gen

消費税率引き上げに 便乗した詐欺に注意

ひとこと助言

便乗詐欺に注意



見守るくん

- 社会的に話題になっている出来事を悪用し、言葉巧みに近づく詐欺手口が見られます。今後、消費税率の引き上げに便乗した手口の発生が予想され、注意が必要です。
- 金融機関や行政等が、消費税増税を理由に消費者個人に電話をかけてくることはありません。「お金が戻ってくる」等と言われても信用してはいけません。
- 着信番号通知や録音機を活用し、知っている人以外の電話には直接出ないということもトラブルを避ける一つの方法です。
- 不審な電話があったら、すぐに最寄りの警察や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(警察相談専用電話「#9110」、消費者ホットライン「188」)。

本文イラスト：黒崎 玄

見守り新鮮情報 第346号 (2019年9月3日) 発行：独立行政法人国民生活センター

○ 子どもサポート情報

子どものまわりにある、さまざまな危険をお知らせする

子どもサポート情報

第147号
2019. 9.24

詐欺・模倣品サイトはここを確認！ サイトを見るときチェックポイント！

- 日本語の字体、文章表現がおかしい。
- 販売価格が大幅に割引されている。
- 事業者の住所の記載がない。住所を調べると田畑、個人宅になっている。
- 事業者への連絡方法が、問い合わせフォームやフリーメールだけである。
- 支払方法が銀行振込みのみである。
- 利用規約等におかしな記載・不当な記載がある。
- サイト内のリンクが適切に機能しない。
- サイトURLの表記が、ブランドの正式な英語表記と少しだけ異なるなど、おかしい。
- 個人情報を入力する画面にSSL (情報を暗号化した通信方法) が導入されていない。

しっかり
確認しよう!!

インターネット通販で「商品が届かない」「偽物が届いた」といった詐欺・模倣品サイトによるトラブルが起きています。トラブルに遭わないために、インターネット通販を利用する際は、上の項目を確認しましょう。また、インターネット上の当該サイトに関するトラブル情報を調べて参考にするのもよいでしょう。困ったときは、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(消費者ホットライン188)。



さぽーとくん

*詐欺、模倣品サイトを完全に見分けることは困難です。少しでも不安を感じた場合は、購入をやめましょう。

©Kurosaki Gen

発行：独立行政法人国民生活センター

本文イラスト：黒崎 玄

7. 教育研修・資格制度

1. 経緯

- ・ 地方公共団体の消費者行政職員や消費生活相談員、企業の消費者部門担当者、教員等を対象に消費者問題・消費者教育に関する研修を実施（昭和46年より消費者行政職員研修を開始し、その後段階的に対象を拡大）

2. 消費者行政職員研修の特色

- ・ 消費者行政職員向けの研修では、消費者行政の推進に必要となる実務知識などを習得するための研修を実施

3. 消費生活相談員研修の特色

- ・ 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

4. 相模原事務所研修施設の活用

- ・ 相模原事務所研修施設の特長を活かし、消費者行政職員及び消費生活相談員に対して、事例検討型・参加体験型の研修を実施するとともに、消費者教育の推進を支援するため、若年者や高齢者に加え、社会福祉関係者や学校教育関係者などを受講対象者とする講座の講師を養成する研修を積極的に実施

5. 研修の地方開催、遠隔研修の拡充

- ・ 研修の地方開催に関する全国の地方公共団体からのニーズ等を踏まえ、消費者行政職員を対象した地方開催の研修を新設するとともに、消費生活相談員を対象にした地方開催の研修をさらに拡充（令和2年度より）。また、インターネットを通じて講座コンテンツを配信する「遠隔研修」も実施

2020年度研修実施計画(予定)

消費者行政 職員研修 (12回)	<ul style="list-style-type: none"> ・管理職講座(1)☆ ・職員講座(1)☆ ・PIO-NETデータ活用(1)☆ ・基礎力強化研修Ⅰ(7) ・消費者行政職員研修支援コース(2)
消費生活相談員研修 (77回)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談員基礎講座 基本コース(1)☆ 実務コース(1)☆ ・主任・リーダー相談員研修(1)☆ ・専門・事例講座 2泊3日コース(17)☆ 1泊2日コース(20)○ ・PIO-NETセミナー(2)☆ ・基礎力強化研修Ⅱ(7) ・専門講座地域コース(13) ・相談関連業務支援コース(15)
遠隔研修 (12回)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談員対象 ・消費者行政職員対象
消費者教育推進 のための研修 (23回)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育に携わる講師養成講座 基礎コース(1)☆ 小・中学生対象(1)☆ 高校生対象(1)☆ 特別支援学校の生徒等対象(1)☆ 高齢者・見守り関係者対象(1)☆ ・消費者教育学生セミナー(1)☆ ・徳島オリジナル講座 SDGs消費者教育講座(1)★ ライフプランニング(1)★ ・教員を対象にした消費者教育講座(地域コース)(2) ・教員を対象にした消費者教育講座(教員免許更新講習)(6) ・専門知識アップデート講座(1)☆ ・消費者教育コーディネーター講座(地域コース)(2) ・消費者教育推進研修支援コース(4)
消費生活 サポーター研修 (5回)	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の見守りネットワーク推進のための講座 (消費者行政職員向け)(1)☆ ・地域の見守りネットワーク推進のための講座 (地域で取り組む人向け)(1)● ・徳島オリジナル講座(1)★ ・消費生活サポーター研修支援コース(2)
消費者リーダー研修 (1回)	<ul style="list-style-type: none"> ・全国消費者フォーラム(1)
企業職員研修 (2回)	<ul style="list-style-type: none"> ・企業職員セミナー(2)●

- 相模原研修施設および徳島県内で開催する集合研修
 ● 東京事務所で開催する集合研修
 ☆ 相模原研修施設で開催する集合研修
 ★ 徳島県内で開催する集合研修

合計 132回
相模原研修施設での研修50回

※新型コロナウイルス感染拡大の影響により、計画を適宜変更する場合があります。

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知識水準の向上等を図るため、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

【専門・事例講座】

各分野ごとに、最新の事例に基づき相談処理に必要な専門知識や技法を学ぶ。

2019年度は2,670名が受講（41回）

2020年度は37回を実施予定

[2020年度 実施予定のテーマ]

- ・インターネット取引に関する消費者トラブル
- ・金融・保険関連の消費者トラブル
- ・製品安全に関する消費者トラブル
- ・旅行関連サービスの仕組みと消費者トラブル
- ・キャッシュ決済と消費者トラブル
- ・SNSの仕組みと消費者トラブル

など

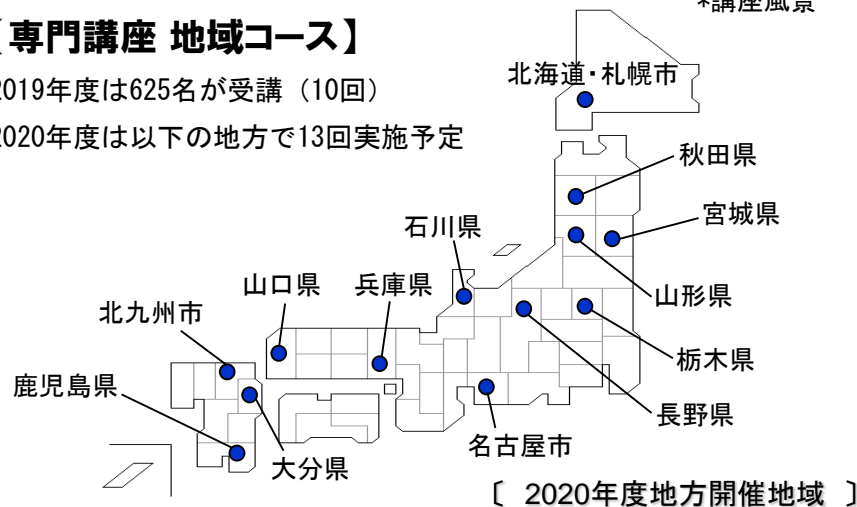


*講座風景

【専門講座 地域コース】

2019年度は625名が受講（10回）

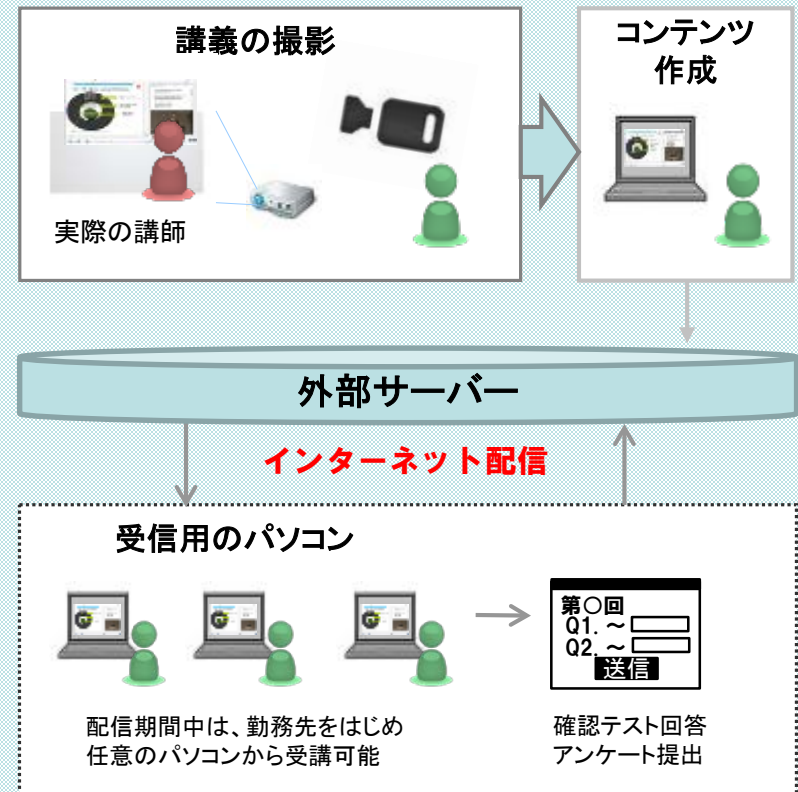
2020年度は以下の地方で13回実施予定



〔 2020年度地方開催地域 〕

【遠隔研修】

遠隔研修について消費生活相談員を中心に本格実施
全国各地域でレベルアップ研修を受講することが可能



国民生活センターの研修実績

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
集合研修回数合計	99	114	117	109	104
予定人員	7,520	8,600	8,750	7,354	6,353
受講者数	5,925	6,566	6,993	6,558	5,484

※2019年度は、新型コロナウイルス感染拡大の影響により予定していた集合研修のうち5回を中止した。

遠隔研修	回数	9	10	12	12	12
	受講者数 (アンケート回答者数)	3,962	4,578	6,225	5,661	4,318

消費生活相談員資格試験・消費生活専門相談員資格認定制度

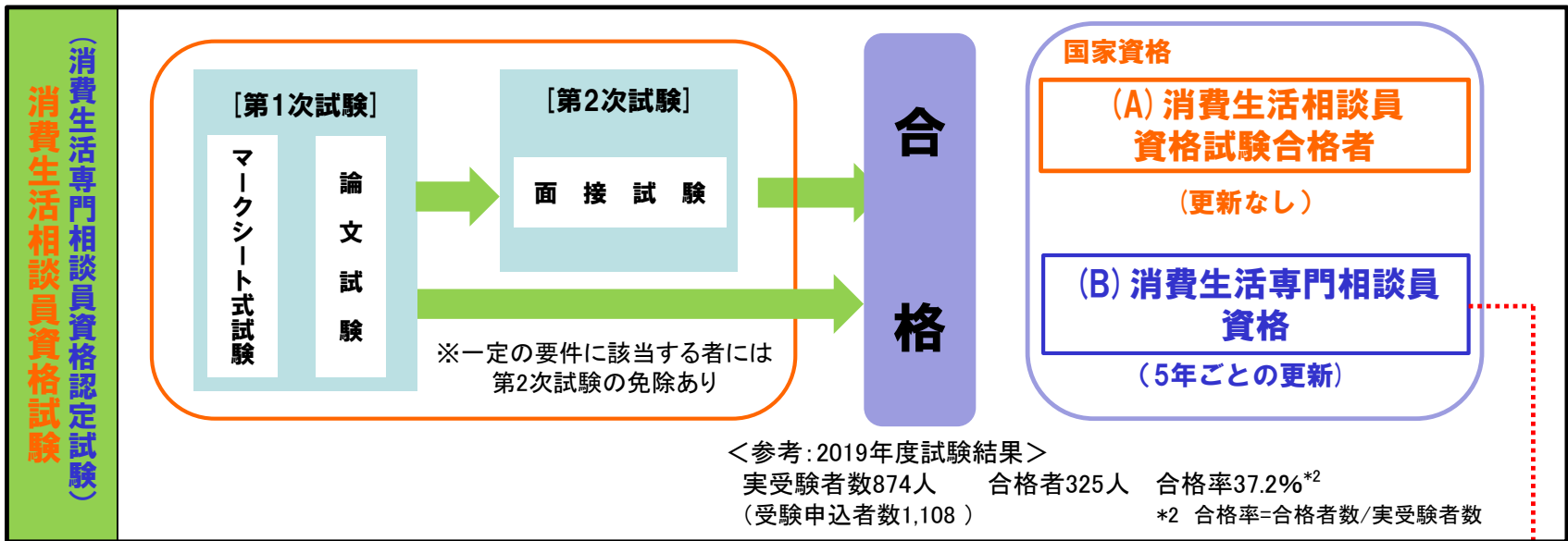
平成28年度より「消費生活相談員資格試験」を実施

- 平成28年4月1日に改正消費者安全法が施行され、消費生活相談員は、「消費生活相談員資格試験」に合格した者又はこれと同等以上の専門的な知識及び技術を有すると都道府県知事又は市町村長が認めた者から任用されることとなった
- 当センターは登録試験機関*1として、平成28年度から「消費生活相談員資格試験」(国家資格取得のための試験)を実施している

*1 平成28年4月26日、内閣総理大臣による登録試験機関として登録された

「消費生活相談員資格認定事業」を継続して実施

- 平成3年度から当センターが実施してきた「消費生活専門相談員資格認定制度」も継続し、「消費生活相談員資格試験」の合格者には、「消費生活専門相談員資格」(5年ごとの更新制)を同時に付与している
- 資格更新講座による学習機会の提供や、有資格者の情報(希望者のみ)を消費生活相談員を募集している地方公共団体に提供する「相談員採用支援業務」も引き続き実施している

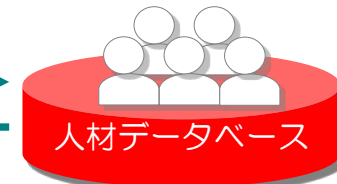


全国の都道府県・市区町の消費生活センター等

- ・相談員採用情報HP掲載依頼
- ・登録者検索依頼

採用支援

- ・相談員採用情報HP掲載
- ・登録者情報提供



登録

8. 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

- 独立した紛争解決委員会を国民生活センターに設置
- 解決が全国的に重要である紛争(特定分野に限定されない)**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14名の委員と、特別委員50名を任命(計64名)

<ADR手続の実績>

(単位:件)

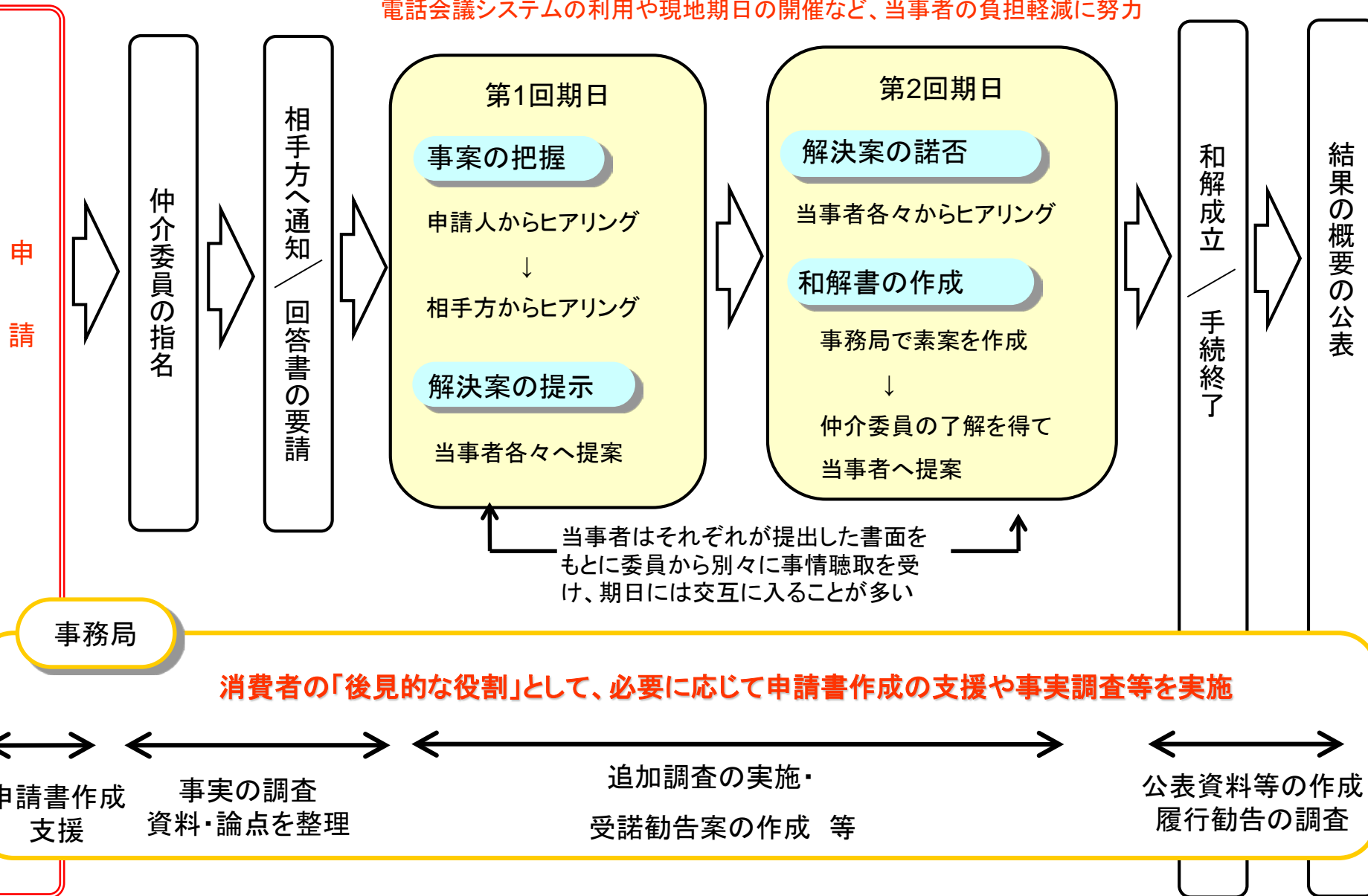
	事前 問合せ	和解の仲介・仲裁										義務 履行の 勧告
		申請							結果 概要の 公表	事業者 名含む 公表		
			手続 終了	和解 成立	和解 不成立			当事者 より取 下			却下	
						手続 非応諾	応諾後 不調					
2015年度	1,030	155	158	94	48	12	36	10	6	123	19	1
2016年度	969	167	181	103	67	15	52	8	3	148	23	2
2017年度	1,158	172	164	114	40	10	30	10	0	161	13	1
2018年度	1,074	177	178	112	53	14	39	12	1	139	9	0
2019年度	1,151	204	192	120	65	15	50	5	2	178	19	1

※1:2020年3月末現在

- 実質的に手続を行った事案(却下・取下げを除く)の**和解率は約6割で推移**
- 手続が終了した事案のうち約9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**
- ADR手続の中で得た**ノウハウや情報を、紛争解決の指針として各地センター等に情報提供**
- ※ **消費生活センター等の相談を経たものは約8割**を占める

紛争解決手続の主な流れと事務局の役割

電話会議システムの利用や現地期日の開催など、当事者の負担軽減に努力



9. 特定適格消費者団体への支援

- ・消費生活相談件数が高水準で推移
- ・同種の消費者被害が多発
- ・財産の散逸・隠匿を図る悪質事案も

消費者契約法改正(平成18年)

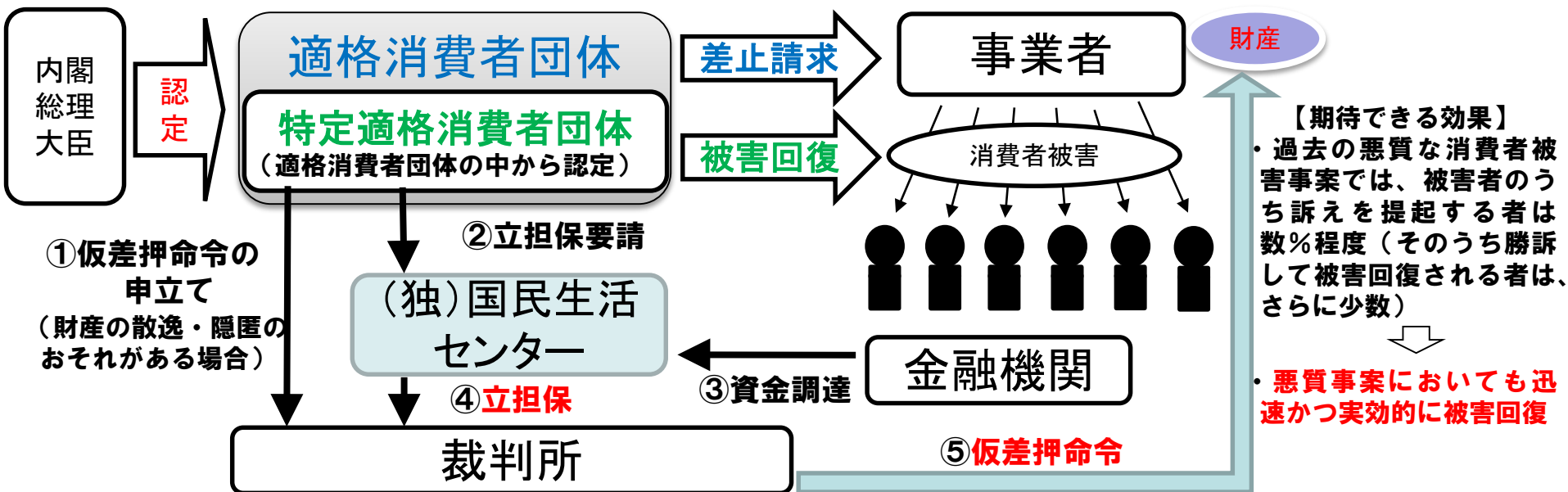
適格消費者団体による差止請求の制度を創設。

消費者裁判手続特例法制定(平成25年)

特定適格消費者団体による被害回復の制度を創設。

【附則第4条】政府は、特定適格消費者団体による被害回復関係業務の適正な遂行に必要な資金の確保、情報の提供その他の特定適格消費者団体に対する支援の在り方について、速やかに検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

- 財産の散逸・隠匿を図る悪質事案においても確実に被害回復を図る必要がある。
- 悪質事案は突発的に発生し、多額の金員が必要になるので、備えが困難。
- 制度の実効性を高めるためには支援が必要。



- (1) 独立行政法人国民生活センター法改正（業務の追加、長期借入金の規定の新設等）
 (独) 国民生活センターが**立担保できるようにする**。
 財産の散逸・隠匿のおそれがある悪質事業者からも被害回復が可能。

- ## (2) 消費者裁判手続特例法改正

(1)に伴い特定適格消費者団体と(独)国民生活センターその他の関係者との連携を規定。

※平成29年10月1日から施行

(参考) 国民生活センターの位置づけ

● 消費者基本法 (昭和四十三年法律第七十八号)

(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)

(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、総合的な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し、及びその利用を容易に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 特定適格消費者団体(消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(平成二十五年法律第九十六号)第二条第十号に規定する特定適格消費者団体をいう。)が行う同法第五十六条第一項の申立てに係る仮差押命令の担保を立てること。
- 八 前各号の業務に附帯する業務を行うこと。