

公共サービス改革に関する官民競争入札等監理委員会
ヒアリング発言資料

2008年6月19日
社団法人消費者関連専門家会議
理事長 蔵本 一也

< ACAP とは >

- ・社団法人消費者関連専門家会議は、お客様相談室など企業の消費者関連部門の責任者・担当者等で組織する内閣府の所管団体で、英文表記の The Association of Consumer Affairs Professionals の頭文字をとり ACAP(エイキャップ)の名前で親しまれている。
- ・1980年(昭和55年)の設立以来、消費者・行政・企業の架け橋として、相互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動を行っている。
- ・現在、正会員565社(672名)で全会員数889名。

1. 公共サービスに関する考え方

「公共サービスは行政が行うもの」という考えからの脱却

公共サービスは、行政のみが担うものではなく、本来、企業、非営利特定法人、市民団体等、いわゆる官民が協力して、より望ましい社会の実現のために、協力して取り組むべきテーマと考えるべきである。

今回の公共サービス改革にあたっては、従来以上に「民」の主体性、当事者能力を育成し、「民」は一方的な受益者という観念ではなく、官民協働して豊かな公共サービスを実現する一方の当事者と考え、自立した市民社会の形成を促すような方針で臨むべきである。

2. 改革に向けた官民競争入札、民間セクターの活用に関して

民間セクターの活用推進は賛成

「官」が限られた情報をもとに行う一方向的な公共サービスのあり方から脱却し、サービスの質の向上や適正な費用で運営されるよう工夫していくことは大切である。その一つの方法として官民競争入札を行うことは意義があると思われる。但し、この官民競争入札が実質的に機能するためには、以下のような条件整備が伴うことが必要と考える。

(1) 入札の公正な競争条件の確保

官民入札においては、民間セクターからの提案が行われることが基本であるので、当然の配慮として、民間セクターにとって提案することが過度な負担とならない申請方法が準備されることや、審議・判定が、公明・中立・公正に行われることが必要である。このためには、費用面を含めた業務執行能力の調査・査定や、情報開示状況、実施プロセス等の監視を適切に行える高度な専門知識を有する中立的組織(機能)が必要となろう。

(2) 民間セクターの活用を下支えする厳正な評価基準

公共サービスへの民間セクターの活用を考える上で、基本的なポテンシャルを厳正に評価することは必須である。公共サービスは、営利事業という性格のものではないはずであり、応札の動機、理由や活動実績、組織としての理念、特長、自己統制能力、信頼性等を厳正に評価・確認することが必要である。何らかの「応札資格基準」を作成し明示することが求められる。

(3) 規制の緩和・廃止

公共サービスの門戸を民間セクターに開くのであれば、関連する諸規制の緩和・廃止により、「官」の場合と同条件の下で活動が可能となるようにする必要がある。

(4) 委託サービス事業に関するモニタリングの実施

委託サービス事業が、所定の目標の達成に向け、効率的で効果的な活動を実現しているかを定期的にモニタリングし、評価することが必要である。コストパフォーマンスやサービス対象者の満足度等を検証し、期待通りの結果に結びついているかを検証すべきである。

3. 公共サービスに民間の創意工夫を活かせる分野

民間の創意工夫を活かせる公共サービスの分野ということでは、全分野にわたると言っても良いのではないかと。但し、これは単純に「民」の方が「官」より優れているということを行っているのではなく、「民」には、「官」にはない「民」の特長があるので、それを補完利用して、全体としての活動をより望ましい状況に改善することに活用すべきということであり、そうすることが公共の利益に合致するものとなるという意味においてである。

具体的分野案として下記に示す。

(1) 公共施設運営

(病院、廃棄物処理施設、学校、社会福祉施設等)

--> 費用の有効活用、利用者目線に立ったサービス提供

(2) 相談対応サービス

(住民票・戸籍謄本・パスポート発行、行政相談受付、観光案内、
消費者苦情相談受付)

--> 個別ケースにおける柔軟な対応、事前の情報提供サービス

(3) 人材教育、斡旋

(職業訓練、人材・職業紹介)

--> 実際の職場状況を踏まえた教育・指導、企業間等の情報ネットワークを活用した斡旋

4.市場化テストの候補として考えられる分野

市場化テストの具体的候補としては、実施セクターの 事業運営体制が整っていること 活動に関する知見、経験、実績があること 組織の信頼性が高いこと 等、種々の条件が検討されることが必要であるが、社会のニーズという面から見ると、例えば下記のような事業が挙げられるのではないか。

- (1) 国土・環境再生事業（農地、山林、海洋、河川）
- (2) 学校給食
- (3) 病院・介護施設サポートサービス（給食、清掃、事務、リクレーション）

5.今後の公共サービスに求められること

5/16の有識者ヒアリングで4名の方が述べられているように、これからの公共サービスの施行においては、健全で主体性の発揮された市民社会の育成につながるようなあり方を目指していくべきと考える。一方的に「官」にのみに頼る社会ではなく、「自治・自立・自己責任」の理念の下、「公共」・「市民社会」を市民自らが担っていくという気概と行動が顕在化される姿を具現化することが大切であり、民間セクターの活用は、その目的を実現する道程の中に捉えられるべきものとする。

以下、施行における留意点を示す。

- (1)「価値提供型(コスト)」から「価値創造型(インベストメント)」サービスへの転換
公共サービスを、固定的な価値提供で終わらせるのではなく、自立した市民社会の実現を目指す目的志向の活動と捉え、活動目標、効果を意図した価値創造型の活動とすることが必要である。今回、民間セクターに期待されている“創意工夫”とは、単に費用面の削減、効率化のレベルに留まらない画期的な発想転換を視野に入れた企画であると捉えるべきである。

- (2) サービス事業における費用対効果の検証、PDCAサイクルの導入

目標達成に向けた効率的で効果的な活動を実現していく上で、費用対効果に留意したコストパフォーマンスの検証や、PDCAサイクルを厳格に実行し、そのつど必要な改善を積み重ねていくことが大切である。またそのPDCAの検証においては、関連する民間セクターからの参画を求め、公共サービス活動が全市民的な理解と支持を受けて推進されていくよう考えるべきである。

以 上

尚、最近の市場化テストの動きについての評価は割愛する。

ACAP沿革

| 年 月 | ACAPの歩み | 消費者問題等の動き |
|----------|--|-----------------------------------|
| 1980年10月 | 任意団体ACAP設立。 正会員152名、特別会員47名でスタート | 石油ヤミカルテル刑事事件判決 |
| 12月 | 機関誌「FORUM」を創刊 | |
| 1982年11月 | 関西支部発足(現 西日本支部) | 金の現金まがい商法横行 |
| 1983年5月 | 第1回ACAPフェスティバル (消費者啓発展)開催 | サラ金被害続出、 新型ぬすみ講発生 |
| 1985年5月 | 社団法人消費者関連専門家会議 設立 | 通産省「訪問販売トラブル情報 提供制度」発足 |
| 10月 | 創立5周年記念ACAP賞論文表彰 (以降毎年、消費者問題に関する 「わたしの提言」募集を実施) | 豪州産ワインからジエチレン グリコール検出 |
| 1986年10月 | アメリカに「米国企業における 消費者対応研究調査団」派遣 | 海外先取引会社の 破産相次ぐ |
| 1988年11月 | 『消費者対応実務辞典』刊行 (法令総合出版) | 第1回「消費者月間」 |
| 1989年11月 | 日韓CAP交流会 | 消費税導入 |
| 1990年10月 | 創立10周年、経団連会館で 「ワールドCAP会議」開催 | 海岸情勢の影響で石油製品 値上げ相次ぐ |
| 1993年6月 | 経済企画庁長官と初の懇談会 | 記録的冷夏、コメの緊急輸入 |
| 1994年10月 | 第2回ワールドCAP in 韓国)に 参加・講演 | 製造物責任法制定 |
| 1995年3月 | 東京都消費者センターと初の 交流会 | 阪神・淡路大震災で、便乗悪質 商法急増 |
| 1996年3月 | 国民生活センターとの初の 懇談会 | 欧州で狂牛病、O-157の 食中毒検出 |
| 1997年6月 | 初のACAP出前講座開催 (根拠女子短期大学) | 公取委、再販指定商品(化粧品 一般用医薬品)の指定取消 |
| 10月 | 「企業と生活者懇談会」を経済 広報センターと共催、全国展開 | 地球環境条約会議開催 |
| 1999年7月 | 大阪府に初のACAP消費者啓発 資料常設展示コーナーを開設 | 改正JAS法公布、 ダイオキシン対策法公布 |
| 2000年5月 | 創立20周年記念事業として 「お客様相談室」刊行(日本能率協会) | 介護保険法施行 |
| 2001年10月 | ACAP編纂「苦情対応マネジメント システムの指針」が(財)日本規格 協会「標準化文庫賞奨励賞」受賞 | 金融商品の販売等に関する 法律施行 消費者契約法施行 |
| 2002年3月 | 第1回東京都生活文化局長賞受賞 (各企業に循環型社会の重要性を 訴求したため) | BSE対策特別措置法公布 食品偽装表示事件の多発 |
| 2003年8月 | ACAP初の生活者との交流会を 開催(札幌市) | 個人情報の保護に関する 法律成立 食品安全関連5法成立 |
| 2004年4月 | 専修大、大東文化大で 「ACAP講座」を開講 | 無インフルエンザ発生 消費者基本法成立 |
| 9月 | 「苦情対応マネジメントシステム 構築実践講座」を開始 | |
| 2005年10月 | 創立25周年記念式典 (東京・大阪) | 消費者基本計画閣議決定 食育基本法成立 |
| 11月 | オーストラリアに海外研修、 『新版お客様相談室』刊行 (日本能率協会) | |
| 2006年7月 | 京都府にACAP消費者啓発資料 常設展示コーナーを開設 | 消費生活用製品安全法改正 |
| 2007年4月 | ACAP研究所設立 | 消費者団体訴訟制度施行 |
| 10月 | 札幌市にACAP消費者啓発資料 常設展示コーナーを開設 | |



ACAP 研究所 (ACAP Research Institute)

ACAP(消費者関連専門家会議)では、消費者問題に関する専門
家集団としてのシンクタンク機能をさらに充実させるため、
2007年4月に「ACAP研究所」を設立しました。
“社会に貢献する公益法人”としてのACAPの社会的責任の一端
を担って、「ACAP研究所」は、公正・中立な視点で調査研究活動
を行ない、社会に対し積極的に情報発信、提言等を行なってまい
ります。

設立の目的

- 1 社会への貢献
実務家集団であるACAPの特長を活かし、シンクタンクとしての
専門性の高い情報発信、提言や各種活動を行ない、社会の持続
的発展に貢献します。
- 2 産業界の消費者対応力の向上
ACAP研究所の様々な活動を通して、広く産業界の消費者対応
力の向上を図るとともに、消費者志向経営を促進し、企業の社会
的責任の全うに寄与します。
- 3 ACAPのプレゼンスの向上と会員サービスの充実
シンクタンク機能の発揮により、会員の専門性、会員企業の消費
者志向体制の強化を図り、社会におけるACAPのプレゼンスの
向上と、ACAPの会員向けサービスの充実を実現します。

主な活動

1. 消費者関連情報の収集・分析・発信
 - ・消費者関連、ACAP関連情報の収集・分析
 - ・各種媒体を通じての情報発信・提言 等
2. 調査・研究
 - ・受託調査、自主調査
(企業の消費者対応、リスクマネジメント、製品安全、
CSR、JIS、消費者教育 等)
 - ・共同研究
 - ・研究会の主宰 等
3. 教育、啓発活動
 - ・「JIS Q 10002(ISO10002)(苦情対応マネジメント
システム)の普及・啓発活動
 - ・シンポジウム、セミナーの開催 等

ACAP研究所

〒160-0022
東京都新宿区新宿1-14-12 玉屋ビル5F
(社)消費者関連専門家会議
TEL: 03-3353-5007 FAX: 03-3353-5049



ACAP ご案内



社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)は、1980年の設立
以来、消費者・行政・企業の相互理解を深め、信頼を高めるため
に活動している公益法人です。

社団法人消費者関連専門家会議

〒160-0022 東京都新宿区新宿1-14-12 玉屋ビル5F
TEL 03-3353-4999 FAX 03-3353-5049
<http://www.acap.jp>

ACAPとは

社団法人消費者関連専門家会議は、お客様相談室など企業の
消費者関連部門の責任者・担当者等で組織する内閣府所管の公益
法人で、英文表記のThe Association of Consumer Affairs
Professionalsの頭文字をとりACAP(エイキャップ)の名前で
親しまれています。1980年の設立以来、消費者・行政・企業相
互の信頼の構築に向けて、各種研修、調査、消費者啓発活動等
を行なっています。

ACAPの概要

所管官庁: 内閣府国民生活局
創 立: 1980年10月
会 長: 鶴田俊正(専修大学名誉教授)
理 事 長: 蔵本一也(ミズノ株式会社)
会 員 数: 正会員568社(671名)、
全会員数879名(2008年3月19日現在)

ACAP宣言

ACAP創設20周年にあたる2000年10月に、ACAP宣言を
採択しました。

宣言

21世紀における消費者対応部門のあり方

企業を取り巻く環境は、今、大きく変化しています。
この激動の時代にあって、消費者の声に耳を傾けずして
企業の生き残る道はありません。
企業の消費者対応部門は消費者の訴えに適切に対応すると同時に、
その声を経営に反映させる必要があります。
消費者対応部門の積極的かつ迅速・公平な活動こそ、
企業に繁栄をもたらし、消費者の信頼を構築し、
より良き社会の建設に寄与することにほかなりません。
そのため、私たち消費者対応部門は、
以下の通り宣言し、その実現に努めます。

- 第1条 私たち消費者対応部門は、消費者からの相談・苦情に迅速かつ
公正に対応し、消費者満足度を高めるために努力します。
- 第2条 私たち消費者対応部門は、消費者の声を企業内に的確に伝達し、
製品やサービスの改善に活かします。
- 第3条 私たち消費者対応部門は、社会の動きを敏感に察知し、
トップや社内関係部門に情報を提供します。
- 第4条 私たち消費者対応部門は、消費者対応は企業存続の根幹と認識し、
経営戦略の一翼を担うべく研鑽に努めます。
- 第5条 私たち消費者対応部門は、企業が社会の期待や信頼に
応えるべく行動するよう、働きかけていきます。

1 消費者とともに (消費者に向けた活動)

1. ホームページで消費者関連情報を積極提供

ACAPの動向、ニュースリリース、調査報告等のほか、リンクも充実しており、会員企業の消費者啓発ページのポータルサイトの役割を果たしています。

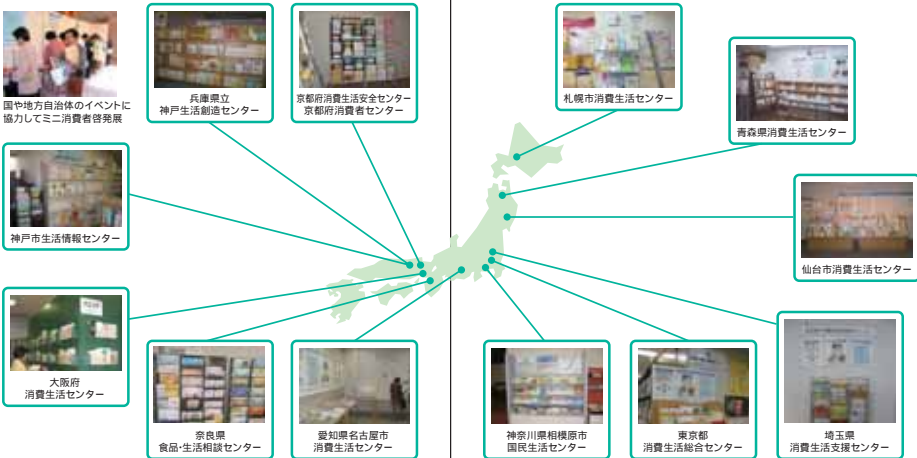


ホームページで消費者関連情報を積極提供
<http://www.acap.jp/>

2. 消費者啓発資料の配布

国や自治体と協同し、全国12ヶ所の消費生活センター等の「ACAP常設展示コーナー」で、会員企業が消費者向けに作成した冊子を展示・配布しています。商品・サービスのQ&A、安心・安全、環境、生活提案など、暮らしに役立つ情報が満載です。また、国や地方自治体主催の消費者啓発展やイベントに協力して、「ミニ消費者啓発展」も各地で開催しています。

全国13ヶ所で消費者啓発情報を提供



3. 消費者問題に関する提言募集

1985年より消費者問題に関する「わたしの提言」を募集しています。毎年、多数の力作の応募があり、最優秀賞には、内閣府特命担当大臣賞が授与され、機関誌とホームページに全文が掲載されます。



消費者問題に関する「わたしの提言」優秀作を表彰

2007年度募集テーマ：
これからの消費者と企業のコミュニケーション
わたしが望む消費者教育 - 賢い消費者になるために -
自由テーマ

4. 出前講座、講師派遣

大学や行政機関などからの要請にこたえ、消費者問題に関する出前講座や講師派遣を行っています。



大学等での消費者啓発講座

2 消費者志向の企業をめざして (企業に向けた活動)

企業の消費者志向経営を推進するため、会員企業向けにさまざまな活動を行っていますが、その一部をご紹介します。

1. 例会

東京、大阪を中心に月例会を開催し、外部講師を迎えて、時宜に合った消費者問題についての講演会を行っています。



時宜に合ったテーマで
毎月、講演会を開催(主に東京・大阪)

2. 研修

新入者、電話窓口担当者、実務者、管理職向け、JIS Q 10002(苦情対応マネジメントシステム)社内構築講座まで、実践的な知識を吸収し、お客様対応のプロを育てる様々な研修を行っています。



グループワークを中心に
ACAPならではの研修を展開

3. 自主研究会

消費者対応の事例研究、消費者問題関連法、リスクマネジメント、CSR、環境問題など、様々なテーマの研究會が開催され、熱心な討議が繰り広げられています。異業種交流、人的ネットワーク形成の場としても高い評価を得ています。



日常業務に役立つテーマで
自主研究会

4. 施設見学会

企業のコールセンター、工場、テスト機関、公的施設等、一般では見学しにくい施設を見学します。



テスト機関、コールセンター、
テスト機関等の施設見学

3 消費者・行政・企業のかけ橋として (その他の活動)

1. 行政や消費者関連団体・外部団体との交流

内閣府、経済産業省や地方自治体の消費者相談室、国民生活センター、全国消費生活相談員協会、地域のオビニオンリーダー、日本広告審査機構、NACS、日本ヒープ協議会、関西消費者協会などと意見交換を行っています。



毎年開催している
経済産業省消費者相談室との交流会

2. 審議会などへの委員の派遣

国民生活審議会、経済産業省日本工業標準調査会、経済産業省製品安全委員会、東京都消費生活対策審議会、大阪府消費者保護審議会、(財)日本規格協会品質マネジメントシステム規格国際対応委員会他 多数の会合に消費者問題に関する専門家として、委員を派遣しています。

3. 調査・研究

行政からの委託調査、ACAP独自の調査・研究等を行っています。2007年4月からは、シンクタンク機能をさらに充実させるため、ACAP研究所を設立しました。



研究所設立を記念して、
東京と大阪でシンポジウムを開催

4. 情報発信

機関誌「FORUM」(年6回発行)、ホームページ、ニュースリリースの発行、外部のメディアへの寄稿等を通じて、積極的に情報発信に取り組んでいます。

機関誌「ACAP FORUM」の発行

「機関誌 ACAP FORUM」を年6回発行し、全国の消費生活センター、会員企業、有識者等に配布しています。消費者問題のトレンドや消費者行政の動きから、会員企業の先進事例まで、様々な情報を掲載してお届けしています。

