

平成 23 年 7 月 8 日
内閣府公共サービス改革推進室

官民競争入札実施事業

独立行政法人国民生活センターの実施する企業・消費者向けの教育・研修事業の評価（案）

競争の導入による公共サービスの改革に関する法律（平成 18 年法律第 51 号）第 7 条第 8 項の規定に基づく標記事業の評価は以下のとおり。

I 事業の概要等

1 実施の経緯及び事業の概要

独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）が所管する「独立行政法人国民生活センターの実施する企業・消費者向けの教育・研修事業」については、公共サービス改革基本方針（平成 19 年 12 月 24 日改定を閣議決定）において、競争の導入による公共サービスの改革に関する法律（平成 18 年法律第 51 号）に基づく官民競争入札（以下「官民競争入札」という。）を実施することを決定した。これを受けてセンターは官民競争入札等監理委員会の議を経て定めた「独立行政法人国民生活センターの実施する企業・消費者向けの教育・研修事業における官民競争入札実施要項」（以下「実施要項」という。）に基づき、官民競争入札を実施し、落札者を決定した。その概要は以下のとおりである。

事 項	内 容
業務内容	<p>消費者問題・企業トップセミナー及び全国消費者フォーラムにおける実施内容の企画、会場・講師の選定、受講者の募集、研修の運営等に係る業務</p> <p>注：1 「消費者問題・企業トップセミナー」とは、企業と消費者を取り巻く消費生活問題に関する最新の情報を得て企業活動に生かすことを目的として、企業の経営企画・消費者関連部門を担当する役員や管理職を対象に実施する研修。</p> <p>2 「全国消費者フォーラム」とは、消費者生活の活性化や消費生活の安定・向上に役立つ消費生活問題に関する最新の幅広い情報を得ることを目的として、消費者、消費者団体、学識経験者、事業者等を対象に実施する研修。</p>
実施期間	平成 21 年 8 月から平成 24 年 3 月までの 2 年 7 か月間
研修業務の実施者	独立行政法人国民生活センター
落札金額	28,718,136 円（税抜）

実施に当たり確保されるべき質	サービスの質に関する指標	単位	要求水準	
			トップセミナー	フォーラム
	受講者数	人	150	600
	受講者の満足度（3項目）	5段階評価	4.0以上	4.0以上

注：受講者の満足度については、受講者アンケートの5段階評価により判定。具体的な評点は次により算出。

$$\text{評点} = (\text{評価5} \times \text{評価5の判定者数} + \text{評価4} \times \text{評価4の判定者数} + \text{評価3} \times \text{評価3の判定者数} + \text{評価2} \times \text{評価2の判定者数} + \text{評価1} \times \text{評価1の判定者数}) \div \text{回答者数}$$

2 研修業務の実施者決定の経緯

入札参加者はセンターの1者であり、提出された企画書の内容を審査したところ必須項目を満たしていた。平成21年7月24日に開札し予定価格の範囲内であったことから、入札価格の調整、総合評価を行った上で、センターが本業務を実施することとなった。

II 評価

1 評価方法について

センターから提出された平成21年度及び22年度の実施状況についての報告(別添)に基づき、サービスの質の確保、実施経費等の観点から、実績評価を行うものとする。

2 対象公共サービスの実施内容に関する評価

(1) 対象公共サービスの質

ア 受講者数

(ア) 実施結果

確保されるべき質として設定された「受講者数」について、その実施結果は以下のとおりである。

研修区分	要求水準	実施結果		(参考) 平成19年度
		平成21年度	平成22年度	
消費者問題・企業トップセミナー	150人	228人	217人	211人
全国消費者フォーラム	600人	540人	-	625人

注：平成22年度の「全国消費者フォーラム」については、平成23年東北地方太平洋沖地震に伴う受講者の安全性の確保等を考慮し開催を中止した。

(イ) 評価

センターは、ホームページやセンター発行の月刊誌に開催案内を掲載するとともに、他の講座の受講者や、関係団体、全国の消費者行政担当課等に対し研修の周知を行った。この結果、「消費者問題・企業トップセミナー」については、平成 21 年度、22 年度ともに、要求水準を上回る受講者数となり、確保されるべき質は達成できたものと評価できる。一方、「全国消費者フォーラム」については、平成 21 年度の受講者数は要求水準を 1 割下回る結果となった。この要因としては、会場選定等の準備作業に時間を要し開催時期を 12 月から 3 月末日に変更したことがセンターから報告されているが、これに加えて、分科会数の減少による報告・発表団体数、受講者数の減少も考えられる。このため、平成 23 年度の実施に当たっては、受講者が参加しやすい時期・日時を考慮して開催するとともに、多様な分科会のテーマの設定や報告・発表団体数の増大に向けた開催形式の工夫も必要と考えられる。

なお、平成 22 年度の「全国消費者フォーラム」については、平成 23 年度東北地方太平洋沖地震の影響により受講者の安全性の確保等を考慮し開催を中止している。

【全国消費者フォーラムの実施状況】

実施結果（平成 21 年度）	（参考）19 年度
<p>○テーマ 消費者庁創設！ 消費者市民社会の確立をめざして</p> <p>○開催日 平成 22 年 3 月 31 日</p> <p>○開催場所 アルカディア市ヶ谷</p> <p>○受講者数 540 名</p> <p>○実施方法</p> <p>1 分科会 実践活動の報告・調査研究の発表及び討論(35 団体) ①行政・企業・NPO による消費者支援への取り組み ②消費者教育への多様な取り組み ③消費者被害の防止への取り組み ④安心・安全への多様な取り組み ⑤循環型社会の実現に向けた取り組み</p> <p>2 全体会議 分科会報告、全体討論</p>	<p>○テーマ 安全・安心なくらしをどう創るか ―消費者・行政・事業者の連携を考える―</p> <p>○開催日 平成 19 年 12 月 3 日</p> <p>○開催場所 アルカディア市ヶ谷</p> <p>○受講者数 625 名</p> <p>○実施方法</p> <p>1 講演 失敗学のすすめ</p> <p>2 分科会 実践活動の報告・調査研究の発表及び討論(48 団体) ①行政・企業・NPO の新しい取り組み ②消費者教育への多様な取り組み ③消費者トラブル防止への取り組み ④より消費者にやさしい社会をめざして ⑤循環型社会の実現に向けた取り組み ⑥くらしと食を考える ⑦地域から環境保全を考える</p> <p>3 情報交換会</p>

イ 受講者の研修満足度

(ア) 実施結果

確保されるべき質として設定された受講者の満足度について、その実施結果は以下のとおりである。

区 分	要求水準	実施結果	
		平成 21年度	平成 22年度
消費者問題・企業トップセミナー ①内容が適切か	4.0	4.3	4.0
②最新の情報が得られたか	4.0	3.9	3.8
③今後、活用したいか	4.0	4.3	4.1
全国消費者フォーラム ①内容が適切か	4.0	4.2	-
②今後のくらしや活動等に役立つか	4.0	4.4	-
③開催方式は発表・討論の場として適切か	4.0	4.1	-

注：1 受講者アンケートの5段階評価（最も高い評価を「5」とし、以下「4」、「3」、「2」、「1」と配点）の結果から、次により算出。

評点 = (5 × 評価5の判定者数 + 4 × 評価4の判定者数 + 3 × 評価3の判定者数 + 2 × 評価2の判定者数 + 1 × 評価1の判定者数) ÷ 回答者数

2 受講者アンケートの対象者数及び回答者数は以下のとおり。

【消費者問題・企業トップセミナー】

平成21年度：対象者数228人、回答者数 ①158人、②157人、③156人

平成22年度：対象者数217人、回答者数①から③ともに152人

【全国消費者フォーラム】

平成21年度：対象者数540人、回答者数 ①336人、②337人、③322人

(イ) 評価

受講者の研修に対する満足度は、ほぼ要求水準を上回ったが、消費者問題・企業トップセミナーにおいて、「最新の情報が得られたか」の満足度が、平成21年度、22年度ともに、わずかに要求水準を下回った。この要因としては、セミナーに参加する多種多様な業種によって「最新情報」の捉え方が異なることがセンターから報告されている。確保されるべき水準はおおむね達成できたものと評価できるが、平成23年度の実施に当たっては、十分な情報収集等により時宜にかなったテーマの設定等の工夫が必要と考えられる。

また、消費者問題・企業トップセミナーにおいては、平成22年度の満足度が21年度に比べ、すべての項目で低下している。これは、平成21年度の「基調講演、パネルディスカッション」という構成を、22年度は「講師3名による問題提起の講演、鼎談」に変更し、受講生から聴取した質問を鼎談へ反映させることを想定していたが、質問すべてを鼎談に反映できず鼎談内容がやや限定的になったことが要因としてセンターから報告されている。これまでの討議方法を見直し、より効果的な運営ができるよう工夫し実施したことは評価できるものの、結果として満足度が低下してしまったことから、平成23年度の実施に当たっては、開催テーマの設定と合わせて、より効果的な討議方法を検討することが必要と考えられる。

【消費者問題・企業トップセミナー】

実施状況		(参考) 19年度
平成 21 年度	22 年度	
<p>○テーマ 消費者庁創設と企業の消費者対応の展望</p> <p>○開催日 平成 22 年 2 月 26 日</p> <p>○開催場所 アルカディア市ヶ谷</p> <p>○受講者数 228 名</p> <p>○実施方法 1 基調講演 消費者に正面から向き合う CSR</p> <p>2 パネルディスカッション(4名) 消費者・企業・行政の相互理解と信頼の構築に向けて</p>	<p>○テーマ 企業の消費者対応部門への更なる期待</p> <p>○開催日 平成 23 年 2 月 22 日</p> <p>○開催場所 アルカディア市ヶ谷</p> <p>○受講者数 217 名</p> <p>○実施方法 1 問題提起(講演(3名)) ①企業の社会的責任と消費者対応 ②消費者対応部門の役割と課題 ③「考える消費者」を育む企業の情報提供のあり方</p> <p>2 鼎談(講師3名による座談会) 消費者の期待に応える消費者対応部門のあり方ー機能強化と発展に向けて</p> <p>※休憩時間を利用して受講者から質問を聴取し、鼎談に反映。</p>	<p>○テーマ 改めて問われる企業理論</p> <p>○開催日 平成 20 年 2 月 28 日</p> <p>○開催場所 経団連会館</p> <p>○受講者数 211 名</p> <p>○実施方法 1 基調講演 改めて問われる企業理論</p> <p>2 パネルディスカッション(4名) 消費者からの信頼構築に向けてー最新の事例を教訓にー</p> <p>3 情報交換・懇談会</p>

(2) 実施経費

本事業は、従来、センターが自ら実施していたが、平成 21 年 8 月から 24 年 3 月までの 2 年 7 ヶ月間の事業として官民競争入札を実施した。官民競争入札の結果、入札者はセンターのみであり、提出した企画書及び入札金額について、総合評価(加算方式(価格点 100、技術点 200 点))を行った上で、センターを実施者として決定した。

本事業における実施に要した経費と、従来の実施経費(平成 19 年度の間接部門費を除く全経費)、落札金額との比較は以下のとおりである。

消費者問題・企業トップセミナーにおける実施経費は、平成 21 年度が 403 万円、22 年度が 395 万円であり、従来経費に比べ、それぞれ 139 万円(26%相当)、147 万円(27%相当)の削減となった。一方、全国消費者フォーラムにおける平成 21 年度の実施経費は 561 万円であり、従来経費に比べ 162 万円(22%相当)の削減となった。消費者問題・企業トップセミナー及び全国消費者フォーラムのいずれも、従来実施していた情報交流・懇親会の廃止、講師謝金・人数の減少等により経費の削減が図られている。また、入札金額(人件費、物件費及び委託費等に係る経費)に比べても実施経費は削減されている。

単位：千円

区 分	従 来 の 実施経費 (平成19年度) (A)	入札金額 (1年当たり)	実施に要した経費(C)			差 (C-A)		
			21年度	22年度	21年度 + 22年度	21年度	22年度	21年度 + 22年度
消費者問題・企業トップセミナー 人件費(常勤職員)①	1,338	/	1,735	1,723	3,458	397	385	782
〃(非常勤職員)②	42		42	42	84	-	-	-
物件費③	3,293		1,632	1,618	3,250	▲1,661	▲1,675	▲3,336
委託費等(旅費・その他)④	573		511	455	966	▲62	▲118	▲180
計(①～④)(a)	5,246	3,974	3,920	3,838	7,758	▲1,326 (▲54)	▲1,408 (▲136)	▲2,734 (▲190)
退職給付費用(b)	178	/	115	114	229	▲63	▲64	▲127
計(a+b)(I)	5,424		4,035	3,952	7,987	▲1,389	▲1,472	▲2,861
全国消費者フォーラム 人件費(常勤職員)①	1,767	/	1,583	1,581	3,164	▲184	/	
〃(非常勤職員)②	48		42	-	42	▲6		
物件費③	3,983		2,916	1,566	3,482	▲1,067		
委託費等(定額部分)④	227		249	-	249	22		
〃(旅費・その他)⑤	1,024		700	213	913	▲324		
計(①～⑤)(a)	7,049	6,077	5,490	3,360	8,850	▲1,559 (▲587)		
退職給付費用(b)	178	/	115	114	229	▲63		
計(a+b)(II)	7,227		5,605	3,474	9,079	▲1,622		
合計(I+II)	12,651	/	9,640	7,426	17,066	▲3,011		

注：1 「計(①～④)」及び「計(①～⑤)」の()内の数値は、実施に要した経費と入札金額の差である。
 2 全国消費者フォーラムについては、平成22年度は平成23年東北地方太平洋沖地震に伴う受講者の安全性の確保等を考慮し開催を中止した。

3 評価のまとめ

確保されるべき質として設定された受講者数については、全国消費者フォーラムについては開催時期の変更等により目標とする水準を上回ることができなかった。また、受講者の満足度についても、消費者問題・企業トップセミナーの一部項目においてわずかに要求水準を下回る結果となった。

一方、実施経費については、従来の実施に要した経費に比べ、消費者問題・企業トップセミナーでは1年間で約140万円(26%相当)、全国消費者フォーラムで約160万円(22%相当)の経費が削減されたことは評価できる。

このように、経費の削減は実現できたものの、受講者数や受講者の満足度の一部について目標を達成できなかったことから、研修の企画、会場の手配等に事前準備に十分な期間が確保できるよう、次期事業においては、業務開始時期の早期化を図り、引き続き、官民競争入札を実施する

ことが必要と考えられる。また、官民競争入札による応札がセンターのみであったことから、官民競争入札の実施に当たっては、実施経験のない民間事業者においても、実施方法の工夫（企画書の提案）が可能となるよう、実施要項等において十分な情報開示を行うことが必要と考えられる。

ただし、「独立行政法人の事務・事業の見直し基本方針」（平成22年12月7日閣議決定）において、①相模原事務所で行う研修については、廃止することを前提にその後の研修の実施方法を検討する（平成23年度中に実施）、②相模原事務所については、研修施設としては廃止する（平成24年度中に実施）、③消費者庁の機能を強化する中で、独立行政法人制度の抜本の見直しと並行して、消費生活センター及び消費者団体の状況等も見つつ、必要な機能を消費者庁に一元化して法人を廃止することを含め、法人の在り方を検討する（平成22年度から実施）とされている。

このため、本事業については、消費者庁及びセンターで進めている相模原事務所研修施設で行う研修や研修施設の廃止、センターの在り方の検討結果を踏まえ、改めて次期事業の実施のあり方を検討することが必要である。

以上

平成23年6月29日
独立行政法人国民生活センター

官民競争入札実施事業
企業・消費者向け教育・研修事業の実施状況について
(平成21年度及び平成22年度)

I 事業の概要

1. 委託業務内容

独立行政法人国民生活センター（以下「センター」という。）で実施している「消費者問題・企業トップセミナー」及び「全国消費者フォーラム」の研修運営業務を行う。具体的には、「企業・消費者向けの教育・研修事業における官民競争入札実施要項」（以下「実施要項」という。）に基づき、前記の各研修について「実施内容の企画」、「会場の選定・確保」、「受講者募集案内業務」、「受講申込受付・受講決定業務」、「受講料金集金」、「研修準備業務」及び「研修運営業務」等を実施することにより研修の運営を行う。

2. 業務委託期間

平成21年8月25日から平成24年3月31日まで

3. 受託事業者

独立行政法人国民生活センター入札参加部門

II 確保されるべき質の達成状況、管理・運営業務の実施状況及び評価

(平成21年度及び平成22年度)

1. 研修の実施回数及び実施場所

平成21年度は、実施要項に規定したとおり両研修とも1回を実施した。平成22年度は、「消費者問題・企業トップセミナー」は1回実施したが、「全国消費者フォーラム」については、平成23年3月23日に開催することとしていたが、同年3月11日に発生した東日本大震災に伴う受講者の安全性等の確保を考慮し、急遽中止することとした。

研修名	平成21年度		平成22年度	
	実施日	実施場所	実施日	実施場所
消費者問題・企業トップセミナー	H22. 2. 26	7ルナ`イ7市ケ谷 東京都千代田区九段北 4-2-25	H23. 2. 22	7ルナ`イ7市ケ谷 東京都千代田区九段北 4-2-25
全国消費者フォーラム	H22. 3. 31	7ルナ`イ7市ケ谷 東京都千代田区九段北 4-2-25	中止	中止

2. 会場の選定

会場の選定は、「随意契約見直し計画」を踏まえ、「交通の利便性」、「借料」、「施設・会場の様子」、「立地環境」等を考慮し、公募により選定を行った。

研修名	平成21年度		平成22年度	
	公募期間	応募者数	公募期間	応募者数
消費者問題・企業トップセミナー	H21. 8. 27	1者	H21. 12. 14	2者
全国消費者フォーラム	~H21. 9. 7	1者	~H22. 1. 12	1者

3. 周知方法

研修講座の周知方法は、以下の方法により周知を図った。

研修名	共通周知方法	研修別周知方法
消費者問題・企業トップセミナー	①実施要綱及び申込書をセンターホームページに掲載する。 ②センターが主催する他の講座の受講者に実施要綱を配布する。	①全国3, 556社に、実施要綱及び申込書を郵送 ②社団法人消費者関連専門家会議会員へのメール配信
全国消費者フォーラム	③センター発行の月刊誌に、開催案内を掲載する。	以下の計4, 334箇所に実施要綱及び申込書を郵送 ①全国の消費者行政担当課及び消費生活センター ②消費者団体等、企業の消費者対応窓口、業界団体等

4. 研修受講者数（要求水準）に対する出席者数の状況

「消費者問題・企業トップセミナー」の受講者数は、要求水準を大幅に上回ったものの、「全国消費者フォーラム」の受講者数は、要求水準の達成に若干至らなかった。

研修名	受講者数 (要求水準) (人)	平成21年度		平成22年度	
		出席者数 (人)	出席率 (%)	出席者数 (人)	出席率 (%)
消費者問題・企業トップセミナー	150	228	152.0	217	145.3
全国消費者フォーラム	600	540	90.0	—	—

5. 受講者の研修への満足度

両研修とも、実施要項で定めた要求水準のうち、「消費者問題・トップセミナー」の「受講者の満足度②」については、目標値の達成に若干至らなかったものの、その他の項目においては、達成することができた。

区分	消費者問題・企業トップセミナー			全国消費者フォーラム		
	受講者の満足度①（内容が適切か）	受講者の満足度②（最新の情報が得られたか）	受講者の満足度③（今後、活用したいか）	受講者の満足度①（内容が適切か）	受講者の満足度②（今後のくらしや活動等に役立つか）	受講者の満足度③（開催方式は発表・討論の場として適切か）
要求水準	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0
平成21年度	4.3	3.9	4.3	4.2	4.4	4.1
平成22年度	4.0	3.8	4.1	—	—	—

（注）詳細については、（別添）アンケート結果を参照

（参考）研修カリキュラム

区分	研修の構成及び内容	
	平成21年度	平成22年度
消費者問題・トップセミナー	<p>テーマ 「消費者庁創設と企業の消費者対応の展望」</p> <p>【基調講演】 消費者に正面から向き合うCSR</p> <p>【パネルディスカッション】 消費者・企業・行政の相互理解と信頼の構築に向けて</p>	<p>テーマ 「企業の消費者対応部門への更なる期待」</p> <p>【セッション1】問題提起（講演） 消費者対応部門を取り巻く環境と課題</p> <p>①企業の社会的責任と消費者対応 ②消費者対応部門の役割と課題 ③「考える消費者」を育む企業の情報提供のあり方</p> <p>【セッション2】鼎談 消費者の期待に応える消費者対応部門のあり方—機能強化と発展に向けて</p>
全国消費者フォーラム	<p>テーマ 「消費者庁創設！ 消費者市民社会の確立をめざして」</p> <p>【分科会】</p> <p>第1分科会 行政・企業・NPOによる消費者支援への取り組み</p> <p>第2分科会 消費者教育への多様な取り組み</p> <p>第3分科会 消費者被害の防止への取り組み</p> <p>第4分科会 安心・安全への多様な取り組み</p> <p>第5分科会 循環型社会の実現に向けた取り組み</p> <p>【全体会議】 分科会報告、全体討議</p>	—

7. 実施経費

(1) 消費者問題・企業トップセミナー

平成21年度の実施経費（退職給付費用及び間接部門費を除く。）は、平成19年度の「従来の実施に要した経費」（退職給付費用及び間接部門費を除く。）5,246千円に対し、従来行っていた情報交流・懇親会の廃止（△1,649千円）及び講師謝金の減（△93千円）並びに人件費の増（397千円）等により、1,326千円削減した3,920千円となった。また、平成22年度の実施経費は、平成21年度に対して更に、講師謝金の減（72千円）等により、82千円削減した3,838千円であった。

(2) 全国消費者フォーラム

平成21年度の実施経費（退職給付費用及び間接部門費を除く。）は、平成19年度の「従来の実施に要した経費」（退職給付費用及び間接部門費を除く。）7,049千円に対し、従来行っていた情報交流・懇親会の廃止（△542千円）、講師人数の削減による謝金の減（△280千円）、通信運搬費の減（△250千円）及び印刷製本費の減（△189千円）並びに人件費の減（△190千円）等により、1,559千円削減した5,490千円となった。なお、平成22年度の実施経費（決算額）は、東日本大震災に伴い、直前に開催を中止したことから3,360千円であった。

(参考) 事業実施経費比較

(単位：千円)

(消費者問題・企業トップセミナー)			19年度	入札金額	21年度	22年度
研修 の 係 企 業 の 画 面 及 び 運 営 に	人件費	常勤職員	1,338	/	1,735	1,723
		非常勤職員	42		42	42
	物件費		3,293		1,632	1,618
	委託費等	委託費定額部分				
		成果報酬等				
		旅費その他	573		511	455
業務計		5,246	3,974	3,920	3,838	
(参考値) 退職給付費用			178	—	115	114
計			5,424	—	4,035	3,952
(全国消費者フォーラム)			19年度	入札金額	21年度	22年度
係 研 修 の 係 企 業 の 画 面 及 び 運 営 に	人件費	常勤職員	1,767	/	1,583	1,581
		非常勤職員	48		42	0
	物件費		3,983		2,916	1,566
	委託費等	委託費定額部分	227		249	0
		成果報酬等				
		旅費その他	1,024		700	213
業務計		7,049	6,077	5,490	3,360	
(参考値) 退職給付費用			178	—	115	114
計			7,227	—	5,605	3,474

(注記事項)

各費目の内容は以下のとおりである。

- 〈1〉 人件費：給与賞与諸手当、法定福利費
- 〈2〉 非常勤職員とは、当日の運営に携わった非常勤職員及び事務補助員である。
- 〈3〉 物件費：通信運搬費、会場借料、消耗品費、印刷製本費、会議費等
- 〈4〉 委託費等：研修講師に対する諸謝金、旅費、全国消費者フォーラムについては発表者への謝礼、当日運営補助委託費等

8. 創意工夫による実施事項

[消費者問題・企業トップセミナーの実施について]

- ・平成21年度は、「基調講演」と「パネルディスカッション」により構成していたが、平成22年度は、課題についてより深く掘り下げた討議を行うことを目指し、「問題提起」の講演と「鼎談」により構成。
- ・参加者に予め講師への[質問用紙]を配布して質問を募り、講師と参加者の双方向の情報交流を図ることとする。

[全国消費者フォーラムの実施について]

- ・従来は、「全体会議」、「分科会」という順番で構成していたが、「分科会」の内容を参加者全体で共有することを目的に、「分科会」、「全体会議」という順番に構成。
- ・また、「全体会議」では、各分科会における報告や討議結果について、各アドバイザーによる総括を中心に、参加者全体の情報交流を図ることとする。

9. 評価

平成21年度及び平成22年度に実施した研修は、受講者数については、「消費者問題・企業トップセミナー」は、実施要項で規定した確保されるべき質を大幅に上回り、「全国消費者フォーラム」については、これを下回った。これは、会場選定のための調達に時間を要する等により、研修実施日が結果的に年度末日となったことによるものと考えられる。また、受講者の満足度については、「消費者問題・企業トップセミナー」の1項目について、両年度とも要求水準の達成に若干至らなかったものの、他の項目については、要求水準を上回っており、一定の評価ができるものと考えている。

なお、「消費者問題・企業トップセミナー」において、平成21年度と比較して22年度の満足度が低下した要因は、以下のとおり導入した研修技法の相違によるものと考えている。

平成21年度は「基調講演およびパネルディスカッション（パネリスト4名）」の構成とし、別途経済社会の動向に精通したアナウンサーを総合司会者として起用した結果、多岐に亘る分野の講師から幅広い情報を得ることができ、平均すると満足度の高い内容となった。

平成22年度は「問題提起の講演および鼎談（講師3名）」の構成とし、鼎談の司会は3名の講師のうち1名が兼務して討議時間を十分確保するとともに、休憩時間を活用して受講者から紙面で質問を聴取し、それを鼎談に反映させることを試みた。しかし、想定外に質問が多く、質問内容を全て鼎談に反映できなかったこと、結果として鼎談内容の幅がやや、限定的となったことなどが満足度に影響したと思われる。このように、研修技法をより工夫した結果が裏目に出たものと考えられ、テーマに沿ってどのような討議方法を導入すれば最大の効果を上げるかという点については次年度の課題としたい。

また、受講者の満足度②が若干目標値に至らなかった要因として、本セミナーは多種多様の業種に共通する最新情報を盛り込んで企画・実施するものの、業種によって「最新情報」の捉え方が異なるため、全ての業種から等しい満足度評価を得ることが難しい点が挙げられる。次年度は一層幅広い情報収集を行い、満足度の確保に向け注力してまいりたい。

実施経費については、平成19年度における従来の実施に要した経費に対して、両研修とも約2割程度の経費が削減されており、公共サービスの質の維持向上及び経費の削減について大いに実現されていると考えられる。

なお、平成22年度の「全国消費者フォーラム」の開催が、東日本大震災により、直前になって中止せざるを得なくなったことは想定外であるが、受講者の安全確保等を考慮すると、やむを得ない判断であったと考える。

(別添) アンケート結果

1. 消費者問題・企業トップセミナー

区分	平成21年度			平成22年度		
	受講者の満足度①	受講者の満足度②	受講者の満足度③	受講者の満足度①	受講者の満足度②	受講者の満足度③
	判定者数	判定者数	判定者数	判定者数	判定者数	判定者数
評価5	62	31	72	35	29	61
評価4	87	89	62	95	74	60
評価3	6	28	21	15	37	22
評価2	2	9	1	7	11	9
評価1	1	0	0	0	1	0
判定者数合計	158	157	156	152	152	152
評点	4.3	3.9	4.3	4.0	3.8	4.1

(参考)

1. 受講者アンケートの設問項目及び評価の指標について

サービスの質に関する指標	内容	評価の指標
受講者の満足度①	今回のテーマは、企業と消費者を取り巻く消費生活問題に関する内容として適切だったと思いますか？	適切だった→評価5 概ね適切だった→評価4 どちらともいえない→評価3 あまり適切でなかった→評価2 全く適切でなかった→評価1
受講者の満足度②	今回のセミナーでは、最新の情報が得られたと思いますか？	得られた→評価5 概ね得られた→評価4 どちらともいえない→評価3 あまり得られなかった→評価2 全く得られなかった→評価1
受講者の満足度③	今回の内容は、今後社内で共有し、活用したいと思いますか？	活用したい→評価5 できれば活用したい→評価4 どちらともいえない→評価3 多分活用しない→評価2 活用しない→評価1

2. 評点の算出について

評点は、次により算出する。

$$\text{評点} = (\text{評価5} \times \text{評価5の判定者数} + \text{評価4} \times \text{評価4の判定者数} + \text{評価3} \times \text{評価3の判定者数} + \text{評価2} \times \text{評価2の判定者数} + \text{評価1} \times \text{評価1の判定者数}) \div \text{アンケート回答者数}$$

(※) 小数点第2位を四捨五入して算出

2. 全国消費者フォーラム

区分	平成21年度			平成22年度		
	受講者の満足度①	受講者の満足度②	受講者の満足度③	受講者の満足度①	受講者の満足度②	受講者の満足度③
	判定者数	判定者数	判定者数	判定者数	判定者数	判定者数
評価5	132	163	112	—	—	—
評価4	161	138	145	—	—	—
評価3	34	35	47	—	—	—
評価2	7	0	14	—	—	—
評価1	2	1	4	—	—	—
判定者数合計	336	337	322	—	—	—
評点	4.2	4.4	4.1	—	—	—

(参考)

1. 受講者アンケートの設問項目及び評価の指標について

サービスの質に関する指標	内容	評価の指標
受講者の満足度①	今回のテーマは、消費者活動の方向性を探る内容として適切だったと思いますか？	適切だった→評価5 概ね適切だった→評価4 どちらともいえない→評価3 あまり適切でなかった→評価2 全く適切でなかった→評価1
受講者の満足度②	今回の内容は、今後のくらしや活動、学習に役立つと思いますか？	役立つと思う→評価5 多分役立つと思う→評価4 どちらともいえない→評価3 多分役立つたないと思う→評価2 全く役立つたないと思う→評価1
受講者の満足度③	今回の開催方式は、消費者問題に関する発表・討論の場として適切だったと思いますか？	適切だった→評価5 ほぼ適切だった→評価4 どちらともいえない→評価3 あまり適切でなかった→評価2 適切でなかった→評価1

2. 評点の算出について

評点は、次により算出する。

$$\text{評点} = (\text{評価5} \times \text{評価5の判定者数} + \text{評価4} \times \text{評価4の判定者数} + \text{評価3} \times \text{評価3の判定者数} + \text{評価2} \times \text{評価2の判定者数} + \text{評価1} \times \text{評価1の判定者数}) \div \text{アンケート回答者数}$$

(※) 小数点第2位を四捨五入して算出