

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	ｱﾙｶﾃﾞﾞｱ市ヶ谷 東京都千代田区九段北 4-2-25	H23. 2. 22	ｱﾙｶﾃﾞﾞｱ市ヶ谷 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	ｱﾙｶﾃﾞﾞｱ市ヶ谷 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	テーマ 「消費者庁創設と企業の消費者対応の展望」 【基調講演】 消費者に正面から向き合うCSR 【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	テーマ 「企業の消費者対応部門への更なる期待」 【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 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 【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
全国消費者フォーラム	テーマ 「消費者庁創設！ 消費者市民社会の確立をめざして」 【分科会】 第1分科会 行政・企業・NPOによる消費者支援への取り組み 第2分科会 消費者教育への多様な取り組み 第3分科会 消費者被害の防止への取り組み 第4分科会 安心・安全への多様な取り組み 第5分科会 循環型社会の実現に向けた取り組み 【全体会議】 分科会報告、全体討議	—

## 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
(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 業 の 務 企 画 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
(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