

行政院消費者保護委員會九十年年度日本 消費者行政業務訪問團訪察報告¹

林芳忠* · 廖世机** 著

壹、前言	肆、東京都消費生活綜合中心介紹
貳、日本消費者保護行政體系簡介	伍、心得與建議
參、日本國民生活中心介紹	

壹、前言

行政院消費者保護委員會(以下簡稱“行政院消保會”)依據九十年度辦理「直轄市、縣(市)政府八十九年消費者保護業務工作績效考核」結果，為鼓勵表現特優及良好之直轄市、縣(市)政府(台北縣政府、台北市政府、高雄市政府、台東縣政府、台南市政府、金門縣政府、台中市政府、新竹市政府、宜蘭縣政府等九直轄市、縣市政府)承辦消費者保護業務同仁，以及提供觀摩國外推動消費者保護業務情形之機會，特邀請各該縣(市)政府指派承辦業務之主管及同仁各一名，以及行政院經濟建設委員會、研究發展考核委員會及該會相關單位代表等考核小組成員共十四名，以公費補助或公假自費之方式，於九十年十二月二日至八日，組團赴日本訪察其消費者行政業務之運作情形。訪問團成員名單如附件一。

本次訪察計拜會日本國民生活中心及東京都消費生活綜合中心二機關，其地

¹ 本文主要依據「日本國民生活中心(日、英文版)」、「東京都消費生活綜合中心業務概要(日、英文版)」、劉春堂所著「日本之消費者行政體系」及方國輝、廖世机所著「日本消費者保護機構及相關組織團體報告」，以及本次訪察所得撰寫而成。

* 作者為美國舊金山大學國際經濟學碩士，現任行政院消費者保護委員會督導組組長，國立空中大學兼任講師。

** 作者現為國立政治大學公共行政研究所博士生，現任行政院消費者保護委員會督導組專員。

址、電話、連絡對象等基本資料如次：

一、日本國民生活中心(NATIONAL CONSUMER AFFAIRS CENTER of JAPAN)

(一)地址：東京都港區高輪 3-13-22(3-13-22 Takanawa, Minato, Tokyo, 108-8602)。

(二)電話及傳真：電話：(03)3443-8623，傳真：(03)3443-8624。

(三)聯絡人：細川 幸一【政策及公共關係部副部長(Policy and Public Relations)】，E-mail：hosokawa@post.kokusen.go.jp。

二、東京都消費生活綜合中心(TOKYO METROPOLITAN COMPREHENSIVE CONSUMER CENTER)

(一)地址：東京都新宿區神樂河岸 1-1,15F-17F。

(二)電話及傳真：電話：(03)3235-1151，傳真：(03)3268-1505。

(三)聯絡人：杉浦 昭男(調整課庶務係長)，E-mail：tyousi@poppy.ocn.ne.jp。

貳、日本消費者行政體系簡介

一、日本消費者行政之推展²

第二次世界大戰之後，日本由於高度的經濟成長，形成商品大量生產、大量販售的普遍化現象；另伴隨著科學技術進步，出現了很多新的商品，使消費者的生活變得豐富，然而也使得消費者在與企業經營者交易時，處於相對的弱勢地位。消費者面對到處充斥的瑕疵商品，要依賴自己的知識及經驗從事必要、合理的選擇，變得愈來愈困難。因此，為了導正企業經營者的活動，協助消費者，維護及增進消費者利益，必須制定相對應的消費者政策。

基於以上的觀點，日本於昭和四十三(1968)年制定了具體的消費者政策，並訂定消費者保護基本法，確定了消費者保護的基本架構。接著，並依法設置了由內閣總理大臣(相當於我國行政院長)擔任會長之「消費者保護會議」，做為消費者保護方案規劃、推動機關。另為了徹底維護消費者安全及導正消費者交易等各方面，陸續制定了保護消費者的各項措施、個別的保護法律，以及地方公共團體消費者保護自治條例等。

² 本節主要譯自日本經濟企劃廳國民生活局編集，消費者手冊 2000，平成 12 年 11 月 15 日，<http://www.consumer.go.jp/kanren/index.html/>。

為了實現消費者能在公正、自由競爭的社會中從事選擇的目標，日本除積極進行經濟體制的改革外，市場政策制定的基本原則，也從事前的市場規範轉換為事後的檢查。為了達成這個新課題與目標，日本第 147 屆國會【平成十二(2000)年四月】，通過了民事法律的「消費者契約法」，以促使消費者與企業經營者因契約關係產生之糾紛能公正、圓滿的解決。日本為了使消費者了解其實效性及妥當性之「消費者契約法」，以培養消費者自主的積極判斷能力，已將辦理消費者教育及消費資訊的提供等，列為今後日本消費者行政的重要課題。

二、日本消費者行政體系簡介

日本經過三十年的推動消費者行政及檢討改進，已經建立一套相當完整的行政體制，從中央到地方政府均設置有消費者行政專責機關，如負責政策制定、推動及審議之「消費者保護會議」、「國民生活審議會」、「OECD/消費者政策委員會」等(以上為政策機關)；負責政策規劃、綜合協調之「經濟企劃廳國民生活局」(中央專責機關)；以及由經濟企劃廳監督，負責實際業務推動之「國民生活中心」、地方公共團體之「消費生活中心」。此外，為加強各中央業務主管省、廳、委員會之橫向連繫，設置有「消費者保護會議幹事會」、「消費者行政擔當課長會議」，以協調中央各機關落實推動所主管之相關消費者業務。日本消費者行政體系圖如附件二。茲先將主要之消費者行政機關簡介如下，本次訪問之機關業務再詳細介紹如第三章及第四章。

(一)消費者保護會議：

依據日本消費者保護基本法第十八條、第十九條設置，負責消費者政策之綜合企劃與推動。設會長一人、委員十八人，會長由內閣總理大臣擔任。委員自有關行政機關之首長中，由內閣總理大臣任命之，目前係由內閣官房長官(內閣秘書長)、總務廳長官、經濟企劃廳長官、科學技術廳長官、環境廳長官、法務大臣、大藏大臣、文部大臣、厚生大臣、農林水產大臣、通商產業大臣、運輸大臣、郵政大臣、勞動大臣、建設大臣、自治大臣、國家公安委員會委員長、公正取引委員會委員長等十八人為委員。

該會原則於每年召開一次會議(一般係於每年十一、十二月召開)，並於昭和四十三(1968)年召開第一次會議，至平成十三(2001)年止，已召開 34 次會議。會議中除檢討、審核前一年度所議決之方針及措施之執行情形外，主要在審議下一年度有關消費者行政之基本方針及應採行之具體措

施，並督促各該主管機關加強推動、實施。是為日本消費者行政之最高決策機關。

(二)國民生活審議會：

依據日本消費者保護基本法第二十條及經濟企劃廳設置法第八條規定所設置之諮詢機關，原設置於經濟企劃廳，現已改隸內閣府。其主要任務為：接受內閣總理大臣或有關部會首長之諮詢、調查審議有關國民之合理生活水準及生活構造之籌劃制定、有關安定及提昇國民生活之基本經濟政策暨計畫、有關一般消費者之保護及生活環境之充實健全，以及其他改善國民生活之基本經濟政策暨計畫等重要事項，並得就此等重要事項向內閣總理大臣或有關部會首長陳述意見。該會自昭和四十(1965)年六月開始運作，每二年召開一次，迄平成十三(2001)年止，已召開 18 次會議。

該會議由委員三十人以內組成之，置會長一人，綜理會務，由委員互選定之。委員則自具有學識經驗之人士及可代表一般消費者意見之人士中，由內閣總理大臣任命，任期為二年，得連任。另為調查審議特別事項而有必要時，得設置特別委員，資格及任期與委員同，但於該當特別事項之調查審議終結時予以解任。

(三) OECD/CCP(消費者政策委員會)：

「OECD/消費者政策委員會」係為了與 OECD 各加盟國間就有關消費者政策之情報及經驗之交換、討論，以及共同合作推動之目的，於昭和四十四(1969)年十一月設置之機構。此外，該委員會亦檢討加盟國間之消費者問題，以及與各加盟國分工合作，共同推動消費者保護政策。到目前為止，該委員會已發表「OECD 加盟國製造物責任制度」及「消費者有關金融服務資訊提供」等報告書。

(四)經濟企劃廳國民生活局

為統合協調及推動日本消費者行政事務，經濟企劃廳於昭和四十(1965)年六月設置國民生活局，正式推動並執行有關消費者行政之政策研擬及各項措施暨計畫之綜合調整工作(本機關於 2001 年改隸內閣府，受其所監督之國民生活中心亦隨之改隸³)。國民生活局設有國民生活政策課、國民生活調查課及消費者行政第一課、第二課等四課，負責規劃、協調及

³ 參考劉春堂所著，日本中央政府改革後之消費者行政體系，消費者保護研究第七輯，行政院消費者保護委員會編印，九十年九月，p11 以下。

推動消費者保護之基本方針及措施，非實際執行業務之機關。至於各業別之消費者行政業務，則分別由主管各該業別之各省、廳、委員會負責推動並執行，類似我國消費者保護法所稱之「主管機關」。

(五)國民生活中心

本中心受經濟企劃廳監督，於昭和四十五(1970)年十月所設立之特殊法人(半官半民)團體。係日本為了因應 1960 年代經濟的快速成長、社會結構的快速改變，為確保經濟社會的健全發展、提昇國民生活品質所成立之組織。主要任務為負責各種消費、危險情報之收集、提供，消費申訴案件之諮詢、處理，國民生活之調查研究及商品測試(本中心並附設有商品測試·教育研修中心)等業務。本中心為本次訪問之機構之一，詳細資料將於第三章詳述。

(六)地方公共團體之消費者行政機構：⁴

日本國家行政體制，共分為中央—都道府縣—市(區)町村三級，其中「都、道、府、縣、市(區)、町、村」為地方公共團體。各地方公共團體依據國家政策及各自所立之方針，除設置有消費者保護專責行政單位外，亦制定有消費者保護條例，配合地方實情制定消費者政策，以維護地方消費者權益。

1.都道府縣的實施體制：

至昭和四十七(1972)年止，各都道府縣均設置有消費者行政專責單位。

2.市町村的實施體制：

日本全國共有 3,252 個市町村地方自治體，依據平成十一(1999)年四月的資料顯示，其中將消費者行政業務區隔獨立出來辦理者有 2,625 個，設有專責單位辦理者有 385 個。(如下表)

區分	市町村數	事務分別化	設有專責課、股
市·特別區	693	671(96.8%)	248(35.8%)
町村	2558	1954(76.4%)	137(5.4%)
合計	3252	2625(80.7%)	385(11.8%)

⁴ 譯自日本經濟企劃廳國民生活局編集，消費者手冊 2000，平成 12 年 11 月 15 日，<http://www.consumer.go.jp/kanren/index.html/>。

3. 消費者保護條例之制定：

消費者保護條例主要規定地方自治體實施消費者保護工作的基本架構，以及規範消費者的權利及角色、企業經營者的權利義務等。依據平成十二(2000)年三月國民生活中心出版之「消費者保護條例集」，日本已完成消費者保護條例制定工作的地方自治體包括全部 47 個都道府縣、9 個政府指定都市，以及 58 個市町村。

4. 消費生活中心：

消費生活中心係設置於都道府縣市町村的行政機關，除與國民生活中心保持連繫外，並負責各種消費、危險情報之收集、提供，消費者苦情(申訴)處理、諮詢，調查研究及商品測試等業務。消費生活中心因係依據各地方自治體條例獨立設置，故其名稱多樣化，有稱為「消費者中心」、「生活科學中心」、「縣民生活中心」等，其規模也依據地方自治體之地域規模而有不同。

消費生活中心自兵庫縣立神戶生活科學中心及姬路生活科學中心分別於昭和四十(1965)年十一月、十二月設置以來，在十年內大幅增設，至平成十一(1999)年四月止，已共計設置 412 所。設置情形如下表：

設置主體	設置數
都道府縣	159
政府指定都市	15
市・町	230
村	8
合計	412

參、日本國民生活中心介紹

一、成立沿革及目的

國民生活中心成立於昭和四十五(1970)年十月一日，其前身為於昭和三十七(1962)年成立之「國民生活研究所」，而國民生活研究所之前身，則為於昭和三十四(1959)年所設立之「社團法人國民生活研究協會」。依已廢止之國民生活研究所法(昭和三十七年四月法律第八十號)規定，國民生活研究所係特殊法人，其主要業務為就國民生活構造變化、住宅及生活環境之健全充

實、地域生活及國民生活之國際比較、國民生活政策之基本方向、國民之生活意識或生活行動等有關國民生活問題，從事多方面之調查研究。

自 1960 年代開始，日本之經濟呈現出飛躍式發展，成長極為迅速，導致經濟社會產生急速變化，然國民之意識、思考、行動等並無法完全適應此種新情勢及新環境，因而乃產生種種不平、不滿，對其經濟社會之健全發展及國民生活之提昇造成妨礙及影響。因此，日本政府乃改變其政策，從「產業發展優先原則」轉變為「國民生活優先原則」。認為政府不僅應從事有關國民生活之調查研究，更應收集並提供有關改善國民生活之資訊情報，因而制定國民生活中心法(昭和四十五年五月二十三日法律第九十四號)。而為促進國民生活之安定及提昇，以從事有關國民生活資訊之提供及調查為目的(國民生活中心法第一條)，將國民生活研究所解散，成立國民生活中心，並由國民生活中心承繼國民生活研究所之一切權利與義務。

由於國民生活中心之成立目的並非以營利為出發點，為期其各項業務能有效率、迅速、確實的加以推動及執行，並以獨立、客觀、公正之立場營運，因此其組織型態乃採獨立之特殊法人，其資本金全部由政府出資而成立。截至平成十二(2000)年底，國民生活中心之資本金已累積為 94 億 9,229 萬日圓。平成十三年度之預算數為 31 億 3,715 萬日圓。

二、組織及編制

(一)負責人

國民生活中心依法置會長一人、理事長一人、理事五人以內及監事二人以內，為中心之負責人。會長、理事長及監事由內閣總理大臣任命，理事經內閣總理大臣認可後，由會長任命。依平成十三(2000)年資料，目前共設有九人，其中會長及一位理事、二位監事四人為兼任。

由於負責人係該中心能否順利圓融營運，以達成設立目的之核心人員，且為符合國民生活中心組織型態採特殊法人之意旨，宜由客觀、公正之非專責人員擔任，故國民生活中心法乃規定政府或地方公共團體之職員(非專任者除外)，不得擔任本中心負責人；本中心負責人不得擔任以營利為目的之團體之負責人或自己從事營利事業，但經濟企畫廳長官承認者不在此限。

(二)營運協議會

國民生活中心除置有負責人外，另設置營運協議會作為諮詢機關，會

長就中心業務營運之基本方針及每營業年度之事業計畫，應預先聽取營運協議會之意見。營運協議會除前述規定事項外，就有關中心業務營運之重要事項，得應會長之諮詢予以審議，或對會長陳述意見。

營運協議會係由三十人以內之委員組成，委員自具有與中心業務有關之學識經驗者、相關行政機關之職員及地方公共團體之首長中遴選，經內閣總理大臣認可後，由會長任命之。自具有學識經驗者中任命之委員，其任期為二年，委員得連任。依平成十三(2001)年三月資料，所任命之二十九位委員，具學識經驗者二十名、相關機關事務次官六名及地方公共團體代表三名。

(三)編制

依平成十三年度資料，國民生活中心設有七部五課三室，包括總務企畫部、經營管理部、普及交流部、消費者情報部、相談部、商品測試部、研修生活研究部、總務課、企畫廣報課、經理課、會計課、教務課及調查室、管理連絡室、消費者契約法相談分析/支援室。

國民生活中心之職員，由會長任命之，目前計有職員計 128 人(不含負責人)。國民生活中心設事務所於東京都，其本部位於東京都品川(東京都港區)；商品測試/研修施設(建築及設備)，設於神奈川縣相模原市。其組織圖如附件三。

由於國民生活中心為特殊法人，並非政府之行政機關或公共團體，故其負責人及職員非屬公務人員。惟因國民生活中心係由政府全部出資設立，其營運所需經費，絕大部分由政府編列預算支應，並負責推動執行實際的消費者行政工作，帶有相當濃厚之公務性質，故國民生活中心法第十七條規定：「中心之負責人及職員，關於刑法(明治四十年法律第四十五號)或其他罰則之適用，視為依法令從事公務之人員。」

三、業務：

依國民生活中心法第十八條、第十九條之規定，其業務項目包括：(1)提供有關改善國民生活之資訊；(2)對於有關國民生活之申訴、諮詢等提供資訊；(3)接受從事與前二款所揭業務相類似業務之行政機關、團體等之委託，提供有關國民生活之資訊；(4)從事有關國民生活之現狀及趨勢之綜合性調查研究；(5)蒐集有關國民生活之資訊；(6)前面各款所揭業務之附隨業務。此外，國民生活中心若經濟企畫廳長官之認可，得接受委託辦理有關國民生活

之現狀及趨勢之綜合性調查研究;或將有關國民生活之現狀及趨勢之綜合性調查研究、蒐集有關國民生活之資訊及此等業務之附隨業務之一部分委託其他機關、團體或個人辦理。以下就其重要業務內容分述之:

(一)普及啟發業務

此項業務主要在對消費者為教育宣導,提供容易了解並有助於防止被害進而得以提昇生活品質之知識及資訊,以期消費者得以因應消費社會之新情勢,從事自主的、正確的、合理的消費行為。其主要措施如:

1. 媒體宣導:透過電視台、廣播電台、宣導摺頁、展示會(在國民生活中中心內辦理常設展示會或於各地方辦理特設展示會)及網際網路等多樣化的管道,提供日常生活資訊。
2. 出版相關書刊:
 - (1)「評論眼(Critical Eyes)」月刊:以一般消費者為對象,登載與每日生活有關之商品測試、申訴處理結果資訊等之雜誌,於每月七日發行。
 - (2)「國民生活」月刊:以消費者事務專家為主要對象,提供對消費課題現狀和趨勢之評論、消費申訴案例,以及國民生活中中心、消費生活中中心、消費者團體活動情形等資訊,於每月二十五日發行。
 - (3)「生活小常識」年刊:收錄與日常生活有關之衣食住、家計管理等各種消費資訊,於每年十月發行。
 - (4)「國民生活研究」季刊:登載國民生活中中心所辦理之與國民生活有關之調查研究成果,於每年三、六、九、十二月發行。
 - (5)「消費生活年報」:收錄全國消費生活中中心諮詢、危害統計及國民生活中中心有關消費者問題之業務統計等,於每年九月發行。

(二)消費諮詢服務

1. 國民生活中中心的消費諮詢服務業務,係由消費諮詢人員以客觀、公正的專業立場答覆消費者的詢問,以及調查與消費生活有關的商品及服務的申訴案件,並設有義務律師幫忙處理法律問題。另對於如房屋買賣及汽車等專業的消費諮詢問題,設有專門人員協助提供服務。
2. 當類似的申訴案件不斷發生、或案件不易處理時,國民生活中中心會就制度面及結構面展開特別的調查。
3. 另對於無法依一般程序處理之案件,國民生活中中心會籌組一個消費者

申訴處理特別委員會來處理，會長於委員會中以公正的立場協助處理問題。

(三)消費情報的蒐集與分析

1. 國民生活中心於昭和四十八(1973)年二月開始運用電子計算機，建立生活諮詢事例檢索系統、問卷調查統計系統、危害資訊系統等，除供國民生活中心內部利用外，並提供一般消費者利用。嗣因消費者問題越來越多，而且越趨於複雜化、多樣化、高度化及地區擴大化，為因應消費者之需求，以期能綜合的、快速的提供相關資訊，進一步提昇消費生活中心等處理消費者申訴或諮詢之品質及效率，因而乃開始進行建立一套新的網際網路系統，並於昭和五十九(1984)年十月正式建制「全國消費生活情報系統」(practical living information online network system, PIO-NET)並開始運作。

2. 危害情報的收集與提供

PIO-NET 系統將國民生活中心、都道府縣及政令所指定都市之消費生活中心及二十所合作的醫療院所，以電腦網路連線方式加以結合，收集日常生活中所發生與商品、服務有關之事故資料。為防止消費者受害事件的擴大，並將該等資料加以調查、分析，除將分析所得資訊透過電視、「國民生活」月刊予以發表，提供消費者參考外，另一方面並促請相關行政機關及企業經營者採取改良商品、修正安全標準、制定法律等必要措施。

(四)生活研究、調查及資訊之提供

1. 生活研究、調查

國民生活中心除了舉辦與消費者事務有關的調查研究外，也辦理與一般國民生活有關課題的研究調查，如與消費者教育、消費者運動及消費者問題相關之研究，以及高齡者問題、與家庭經濟生活整體有關課題之調查研究活動等。此外，除了辦理以家庭主婦對商品及服務不滿或受害為主的「國民生活動向調查」外，亦有針對各種服務產業水準的調查(如托嬰和信用卡等項目)及新興服務產業的消費情形調查。本中心除將研究調查予以編印出版外，也會登載在本中心所出版的「國民生活研究」季刊上。

2. 資訊提供

在國民生活中心本部設有情報資料室，開放供一般國民使用。情報資料室廣泛且有系統的收集了許多國內外與國民生活有關之圖書資料、統計等，是一個有關國民生活之專業圖書館。情報資料室收藏之圖書及相關文獻，依平成十三(2001)年資料，計有圖書約五萬冊，國內外雜誌六百種。

(五)商品檢驗測試業務

1.內容

本項業務係提供信賴度高的科學檢驗結果資訊，以使消費者能適當的選購商品。此項業務之主要內容有四：

(1)申訴處理測試

就各地消費生活中心所受理申訴商品事故案件之商品進行測試，以確認肇致事故發生之事實及原因，使消費糾紛案件得以有效的處理解決。

(2)商品比較測試

於一般商店購買各種品牌同類型之商品，就其安全、性能、品質、規格、標示、經濟性、有用性、環境影響等進行檢驗測試，加以比較評價，並將結果公佈於「評論眼」等月刊，提供消費者選購適當商品之參考。

(3)自主調查測試

就引起消費糾紛或發生事故之特別商品進行調查，以預防將來同類事故之發生。

(4)受託測試

接受公共團體請託，就個別爭議案件處理提供商品測試協助。

2.商品測試設施

為從事商品檢驗測試業務，國民生活中心於神奈川縣相模原市建有商品檢驗測試及教育研修設施，土地面積有 4 萬 4,757 平方公尺(1 萬 3,539 坪)，建築物五棟，總面積為 1 萬 2,586 平方公尺(3,814 坪)。商品檢驗測試第一號館及第二號館，係於昭和五十五(1980)年三月竣工啟用；第三號館於平成六(1994)年四月竣工啟用，全為二樓建築，總面積為 5,357 平方公尺(約 1,623 坪)。內設有各種分析儀器、溫暖環境室、降雨室、日照室、汽車運行模擬測試室、室外運行測試室、其他有關

衣食住等多種類商品測試儀器/設備等。

此外，國民生活中心與各地消費生活中心間亦有合作測試及技術支援。

(六)教育訓練業務

教育訓練的對象包括消費者團體的領導人、消費者行政承辦人員、企業之消費者問題處理人員、消費生活諮詢人員等。教育訓練的課程內容是授與有關消費者問題的知識，以及消費者諮詢、消費者教育及產品測試等業務必備之專業技能。此外，本中心另建立了「消費者諮詢專門人員資格認證制度」，以提昇諮詢人員的專業能力。自平成三年開始，每年舉辦消費者諮詢專門人員的資格認定考試。

為從事教育研修業務，國民生活中心建於神奈川縣相模原市之商品測試/研修設施，目前有管理研修館及宿舍館二棟建築物，與前述商品檢驗測試第一號館、第二號館同時於昭和五十五(1980)年三月竣工啟用。內設有可容納 180 人之講堂、研修室、研討室、圖書室及完善的住宿設施，可提供與消費生活有關的研修會議活動利用。

肆、東京都消費生活綜合中心介紹

在昭和四十四(1969)年東京都政府設置了消費生活中心，提供消費者諮詢、消費者教育與啟發及商品測試等服務。近年來隨著人口高齡化、資訊密集化、經濟全球化及環境問題的日益嚴重、法令的逐漸解制等社會經濟環境的大幅改變，也使得消費者問題趨於複雜化與多樣化，需要綜合很多不同的觀點來推動新的消費者事務及解決消費者問題。為了因應新的消費課題，東京都政府在平成九(1997)年四月，將原本的消費生活中心重新改組為東京都消費生活綜合中心(以下簡稱“本中心”)。本中心除了具備消費生活中心的一般功能外，也由於它管轄區域的擴大及專業的功能，而能更進一步的增強與東京都內區、市、町、村地方政府的合作，因此，本中心亦定位為“消費生活中心的中心”。

本中心努力的方向如次：(1)提供消費者行政綜合服務；(2)支援消費者自主性運動；(3)支援區、市、町、村的消費者行政事務；(4)從實際使用者的觀點，以成為一個與東京都民完全沒有距離的消費生活中心。

一、區位及設施規模

部門	區位	面積	設施種類
調整課、活動支援課、諮詢課	新宿區神樂河岸1番1號，飯田橋廳舍內	2313.67 m ²	諮詢窗口、圖書資料室、教室、學習室、活動作業室、展示交流保育室、資訊設備室
商品測試課	港區海岸1丁目7番8號，東京貿易會館內	1,323.60 m ²	試驗室、分析室、無響室、套色室、工作室、恆溫恆濕室、資料室
多摩消費生活中心	立川市曙町2丁目34番7號	1122.33 m ²	諮詢窗口、圖書資料室、教室、研究室、活動作業區、展示交流區、保育室

二、事業、組織及員額

從上得知，本中心主要設有四個課及一個多摩消費生活中心，各部門的功能及職掌如附件四，將於以下分別介紹。

平成十三(2001)年，本中心計有全職人員 71 人(含 6 個管理職位)，非全職人員 27 人，其分佈詳下表所示。

部門別	全職人數【職員(含主管)】	非全職人數
調整課	14(2)	
活動支援課	18(1)	1(再僱用職員)
諮詢課	11(1)	16(消費生活諮詢員)
商品測試課	16(1)	
多摩消費生活中心	12(1)	8(消費生活諮詢員)
		2(消費生活技術專門員)
合計	71(6)	

三、預算

本中心平成十三(2001)年度會計預算，計歲出 4 億 7,944 萬 3 千日圓，歲入 2,311 萬 7 千日圓，平衡預算編列 4 億 5,629 萬 6 千日圓，詳下表所示。

本中心平成六(1994)年度之歲出預算為 10 億 5,324 萬 8 千元⁵，故平成十三

⁵ 請參閱方國輝所著，日本消費者行政體系與東京都消費生活中心介紹，消費者

年度之歲出預算較平成六年度之預算減少了一半以上。據受訪者表示，此係由於經濟因素所造成，本中心並配合預算調減，調整修正其行政業務。

科目	預算數(千丹)
一、歲出	合計 479,443,000
(一)消費生活諮詢等	149,844,000
(二)資訊提供、消費者教育及活動支援	181,560,000
1.消費生活資訊收集、提供、啟發	104,008,000
2.消費者教育	55,298,000
3.消費者活動支援等	22,254,000
(三)商品測試	47,209,000
(四)管理營運	100,830,000
二、歲入	合計 23,147,000
(一)租金及其他規費收入	1,000
(二)國庫支付款	20,128,000
(三)其他收入	3,018,000
三、平衡預算編列數	456,296,000

四、業務介紹

(一)消費諮詢業務

1.消費生活諮詢

本中心諮詢課和多摩消費生活中心已設置諮詢服務櫃台，就東京都民提出之消費諮詢及申訴處理等要求，由諮詢專員提供諮詢服務。目前諮詢專員之設置，諮詢課有 16 位、多摩消費生活中心有 8 位，共 24 位。這些諮詢專員每個月需值班 16 日。

平成十二(2000)年本中心受理諮詢案件等業務之情形如次：

- (1)諮詢件數：31,285 件。
- (2)諮詢會議(研討會、檢討會等)：諮詢課 64 次；多摩消費生活中心 39 次。
- (3)出版「今月消費者諮詢」：每月一次。
- (4)特別諮詢：二次。
- (5)都區市町村諮詢資訊聯絡會議：42 次。

2. 消費者被害救濟

本中心及「東京都消費者受害救濟委員會」等諮詢機關依據消費者之要求，提供相關的諮詢服務。「東京都消費者受害救濟委員會」隸屬於東京都知事，透過「調解」和「仲裁」之方式，公正、迅速的處理會影響東京都民消費生活的爭議。消費者所提起之訴訟，本中心也支援其採取法律行為所需基金的貸款。平成十二(2000)年，共有受委託案件二件(未結案件二件)、訴訟援助一件(未結案件一件)。

3. 諮詢資訊系統

為了提供快速的消費諮詢資訊，本中心已啟用了名為「MECONIS」的消費者諮詢線上資訊系統。至平成十二年，該系統已與二十三個區政府及十三個市政府連線，並出版「今月消費者諮詢(別冊)」，每年二次，每次各 1500 冊。

(二) 資訊提供、消費者教育及消費者活動支援

1. 消費生活資訊之收集、提供與啟發

(1) 圖書資料室之營運

圖書資料室收集與消費生活有關之書籍、雜誌、錄影帶等資料，為資訊傳遞之基地。除平常日提供閱覽外，星期五晚上及星期六提供外借服務。此外，展示櫃中提供消費生活基本知識有關之教育宣導資料，以及透過展示窗，展示商品的安全性及品質，並且將這些資料出借給消費者團體使用，以啟發消費者自覺意識。圖書室藏書資料如下表所示：

項目	機關別	消費生活綜合中心	多摩消費生活中心
圖書資料		19,109 冊	10,446 冊
雜誌		70 種	53 種
錄影帶、光碟		407 種	372 種

(2) 發行消費生活綜合資訊雜誌

本中心發行定期流通之消費資訊雜誌及多種出版刊物，以鼓勵東京都民自主、理性的消費者活動。平成十二(2000)年的執行成果如下：

- A. 發行「東京生活網」月刊：每年十二次，每次十五萬冊。
- B. 提供殘障朋友消費資訊：點字版 1,750 份及錄音帶 1,600 卷，每年六次。

C.多摩地區資訊雜誌：每年六次，每次 1,800 份。

(3)消費者受害防止之啟發

對於經常發生之消費案件，為防止消費者持續受害，本中心製作新聞、雜誌廣告及海報等宣導品，加強宣導啟發。平成十二(2000)年的執行成績如次：

A.新聞廣告：十月及三月份之一般新聞報紙六次。

B.海報之製作與展示：三月(Tomoko Tabata 的一句話--「對不公平的商業交易說'No!」)。

C.高齡者版之宣導摺頁：八月，十五萬份。

D.青年人版之宣導摺頁：一月，十五萬份。

(4)提供網路消費資訊

本中心官方網站已建制完成，並提供消費者受害防止所需之必要消費相關資訊。

2.消費者教育

為促進和支援具有獨立自主和自信之消費者，本中心除提供多種消費生活基礎知識的教育課程外，也開發和提供辦理消費者教育所需之消費者補充教材等教育資料。

(1)消費生活教育講座等

A.教育講座

平成十二(2000)年之辦理成績有體驗研究 42 次；啟發講座 58 次；養成教育講座 33 次；進階教育講座 68 次；研究講座 18 次；支援及合辦講座 26 次。

B.東京都消費者啟發員養成、派遣

培育具備消費者事務知識的「東京都消費者啟發員」，委託並派遣其擔任「巡迴教育」講座。平成十二年辦理成績如下：

(A)受託人員：34 人(一般啟發工作 25 人，商品測試 9 人)。

(B)巡迴講座：131 次(移動講座 35 次，派遣講座 96 次)。

C.教師訓練及資訊之提供

為支援學校參與消費者教育之教員，本中心於夏天及冬天假期舉辦消費者教員教育講座。此外，並發行「我是一個消費者」資訊雜誌，提供消費者教育實際案例之資訊。平成十二年計辦理

教員講座 34 次，發行「我是一個消費者」雜誌四次，每次 5,000 份。

D. 發行消費者手冊(以消費課題區分)

對於無法參加教育講座之東京都民提供不同消費課題之消費者參考手冊。平成十二年計發行「食品添加物的故事」3,000 份。

E. 修編消費者事務人力資源名錄

為了支援區、市、町、村政府消費者教育業務，本中心彙集都、區、市、町、村政府所有的講座資料，編修「消費生活講師及專家名錄」。

(2) 開發和提供消費者教育教材

A. 編修完成消費者教育補充讀本

為增進消費者自覺及使他們能獲得有關消費者保護的知識，有必要在消費者成長的早年即提供其消費者教育。因此，為了增進消費者的消費意識，本中心已編印消費者教育補充讀本，以使學生瞭解他們是消費生活的實際參與者，在他們的社會生活中可以依據自己的判斷，採取獨立自主的消費行動。平成十二年計發行高中生版之「聰明簽訂契約」手冊 3,000 份。

B. 製作錄影帶、光碟等宣導資料

為使東京都各階層民眾均能接受及便於瞭解消費資訊，製作消費者教育相關課題之錄影帶及光碟。平成十二年計製作「如何解決契約爭議」錄影帶 111 份及「讓我們一起學習契約規則」光碟 1,800 份。

3. 支援消費者活動

(1) 消費者團體基本資料調查(由內閣府委託調查)

收集消費者團體之組織概況及活動資料，以作為培育及強化消費者團體之依據。

(2) 消費者團體之學習支援

本中心除支援消費者團體自主辦理之相關會議外，為促進彼此的互動及合作，舉辦資訊交流會議；為增進消費者團體與企業經營者的彼此了解與交流，舉辦聯絡會議；以及為提供消費者團體活動

資訊，發行「消費者運動資料」。此外，本中心亦出借活動場所及出租教室、研討室。平成十二年之辦理成績如次：

- A. 會議場地的提供：出借研究室及教室 4,103 次。
- B. 研討會議 39 次。
- C. 資訊交流會議 3 次。
- D. 消費者團體與企業經營者聯絡會議 2 次。
- E. 發行「消費者運動資料」3 次。

(3) 消費者啟發團體的育成

為了防止消費者受害事件經常發生，本中心製作幫助東京都民容易瞭解之防範不公平商業手法之相聲，並培育東京都內之大專院校之相聲研究會等團體為消費者啟發團體。此外，並鼓勵完成商品測試訓練課程之都民組成商品測試啟發團體。

(4) 消費者月活動業務

為了提昇東京都民消費者自覺意識、謀求消費者權利的確立及落實、解決消費者問題、加強消費者團體間的合作關係，以及促進消費者行政機關及消費者團體間彼此瞭解，本中心舉辦一系列的宣導活動。平成十二年的活動成果如下：

- A. 「Living Fiesta Tokyo2000」活動，計有 24,267 人參與。
- B. 社區自願參加計畫，9 件。
- C. 調查活動，有「暑假超級檢查」(小學五年級生態友善商品測試) 及「關於消費者行政問卷調查」2 案。
- D. 營運業務計畫：「My Bag Contest」。

(5) 區市町村消費者行政教育研習

為充實區市町村消費者行政承辦人員及消費諮詢人員之專業知識，舉辦教育講習活動。此外，發行「東京都、市、町、村消費者行政資訊」，做為教育研修時之參考資料。平成十二年辦理成績如下：

- A. 教育訓練研習會 19 次。
- B. 發行「消費者行政資訊」：每年 11 次，每次 260 本。
- C. 區市町村消費者行政概要：每年 1 次，每次 280 本。

(三) 商品測試

由於消費者所購買的商品趨於多樣化及複雜化，使消費者對商品品質

和安全之確認變得非常困難。商品測試是從消費者的觀點，以科學的驗證技術，提供商品品質、安全等方面的資訊。

1. 商品測試

(1) 諮詢和商品測試要求

為協助處理消費者之諮詢、申訴案件，確認所引發之問題，本中心受託對系爭商品進行測試，以提供消費商品品質、安全、性能等技術支援及相關資訊。此外，基於區市町村政府之要求，本中心亦提供技術答詢服務。

(2) 自主性計畫測試

本中心亦自行辦理計畫測試，並將測試結果資訊提供消費者參考，及要求相關機關、團體改進。平成十二年之辦理成績如下：

- A. 商品機能等之比較測試(品質、性能、機能等之比較與驗證)：罐裝咖啡、男性耐洗衣服。
- B. 生活提案測試(選定對環境產生影響之日常使用商品項目等進行測試)：手工製作的商品(如醃漬物)。
- C. 安全測試(關於一般商品安全項目的選定測試)：如食品的保存期限標示。
- D. 商品事故追蹤測試(為防止已發生之商品事故重複發生，選取與該事故商品相類似之商品進行測試)：如乾洗劑的殘留等。
- E. 測試和研究商品申訴案例資料管理(紡織品、機械和電子類)；有害化學物質室內污染的調查研究。

2. 改進商品測試設備

辦理商品測試所需設備的採購和租用。

(四) 消費生活綜合中心的管理和營運

1. 管理和營運

(1) 營運協議會議

為使本中心業務適當正確的推動，定期邀集學者專家、消費者團體代表、東京都民代表及區市町村消費者行政承辦人員舉辦座談會。平成十二年計舉辦營運協議會五次。

(2) 區市町村消費生活中心所長會議

邀集區市町村消費生活中心所長舉行會議，請其提供本中心經

營管理方面的意見，以便交換資訊及調整業務計畫。平成十二年計於每個區和市各舉辦二次會議。

(3)消費生活綜合中心使用者懇談會

邀請使用本中心之消費者及消費者團體，就本中心設施及服務之使用表示意見及期望，以使本中心能妥善規劃，以利使用者舉辦自主性的活動。平成十二年計於每個區和市各舉辦使用者會議三次。

2.建物維護管理。

肆、心得與建議

由於本次訪問團團員多為第一次參訪日本消費者行政機關，且多為我國實際執行消費者保護業務之地方政府行政同仁，對日本消費者行政體系之完備均留下極深刻之印象，對於日後推動我國消費者保護行政工作極有助益。綜合各團員意見，本次訪查心得及建議如次：

一、強化地方消費者行政體系及機制

日本由於具有健全的地方消費者行政組織，所以其消費者保護業務之推動能有效落實，不論在資訊的提供、商品測試、教育訓練、消費者救濟等方面均有具體的推動成效。故我國消費者保護行政業務要能落實，首先就應建立專責的地方消費者行政體系、制定健全的法治基礎、暢通政府組織間縱向及橫向的連繫管道。

二、建制消費申訴案件資訊管理系統及危害情報資訊系統

若能從單一的消費者受害事件，察覺事件的可能擴大，並採取預防措施，將有助於扼止此類消費事件之再度發生，確實維護消費者權益。而要有完善的預防機制，消費申訴案件管理系統及危害情報系統是最基本的、最重要的建設。日本消費者行政創立初期，即已體認建立消費申訴案件管理系統及危害情報系統的重要性，發展至今，已開出完善的 PIO-NET 資訊管理系統，有效落實消費事故的危機管理工作。而我國消費者保護行政工作已推動七、八年，在這方面之工作尚有不足，有需要迎頭趕上。

三、加強商品檢測工作、確保消費者權益

隨著科學技術的進步、商品的複雜化，已使消費者難以據以判斷商品之良窳及是否對人體有害，以做出合理、正確的消費選擇。因此，對商品進行

測試，瞭解其品質、安全、性能等，提供消費者採購參考及促請廠商改善品質，是一非常重要且世界各消費者保護先進國家均努力推行的有效保護消費者的措施。我國目前在這方面業務之推動，僅屬少量，且並未設置消費商品的專業檢驗測試機構，均應加緊推動。

四、消費者保護團體及消費者保護專門人才之培育

日本民間消費者保護活動甚為熱絡，政府亦培養許多的消費者保護人才，如消費諮詢專門人員等。我國雖各行業有許多的專業人才，但各行業的專家又具備消費者保護專門知識者卻不多，這與我國民間消費者保護運動無法擴展有關。若能有良好運作之消費者保護團體之推波助瀾，我國消費者保護工作就能夠快速成長，而可藉此邀集更多各行各業的專業人才加入消費者保護的行列，培養更多的消費者保護的專門人才。故未來我國消費者保護行政工作，仍應持續重視消費者保護團體及消費者保護專門人才的培育工作。

五、完備消費資訊之收集、分析及提供

充實消費資訊、使消費者獲得有用的消費訊息，是最重要的消費者保護工作之一。從前面之介紹，我們可以知道日本國民生活中心、東京都消費生活綜合中心均有計畫的從事消費資訊的收集、研究、分析及提供(教育宣導)等工作，務使最快速、正確之消費訊息能立即提供給消費者參考，以採取合理之消費行為。我國限於經費及人力，目前在消費資訊的收集、研究等方面工作均有所不足，需加以改進。

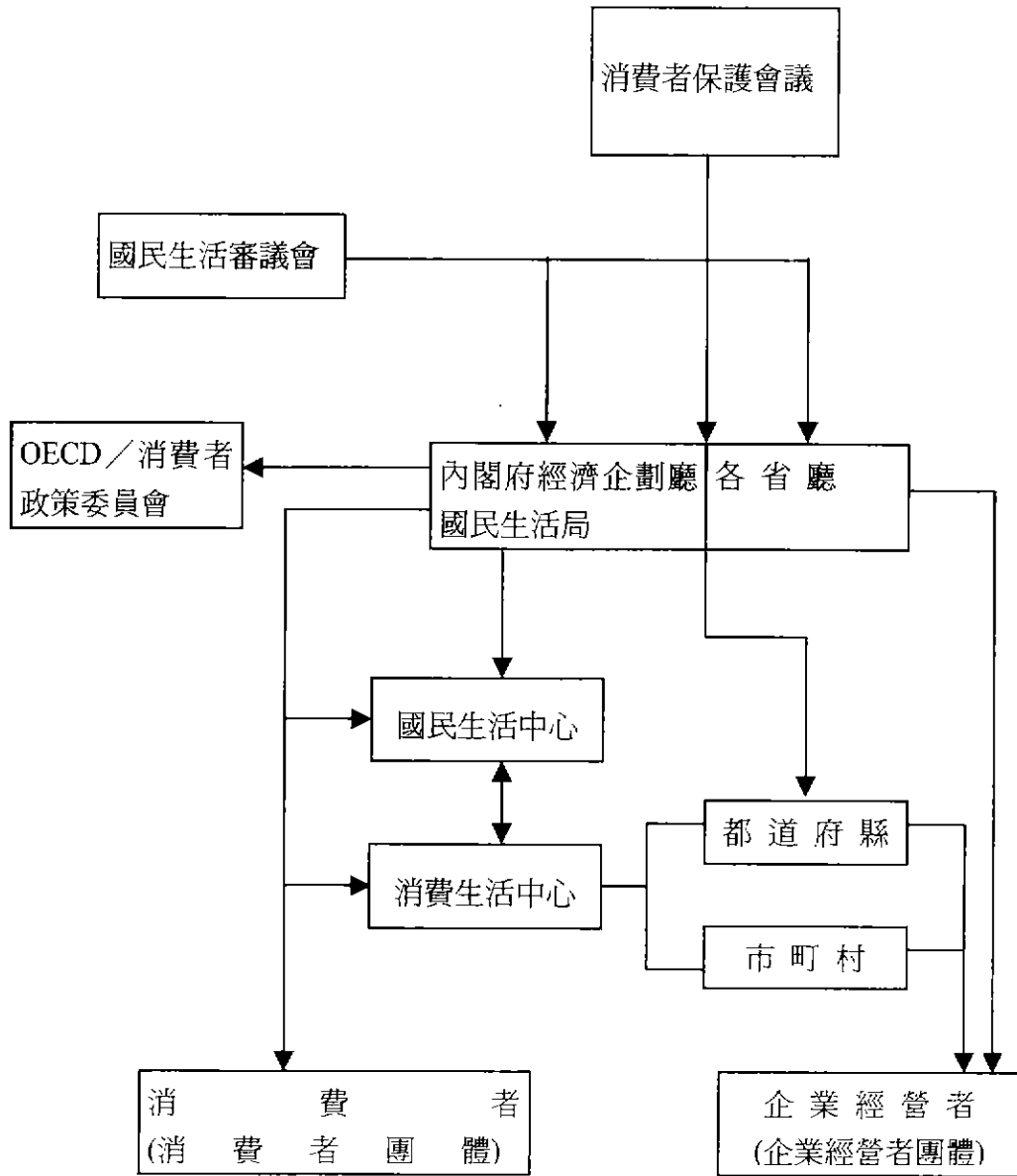
六、健全消費申訴管道

日本之申訴諮詢管道，從中央到地方均甚為健全，且係以建立一個容易為消費者親近的場所為業務目標，以方便消費者利用，此亦有利於幫助消費者及消費資訊之收集。消費者權益受侵害事件，其實經常發生，祇是事件有大有小，有多有少。比較輕微的事件，一般消費者不願提起申訴，或雖願意提起，但卻不願意向業者提起，又不知向誰提起，如此容易造成許多消費者為同一消費事件所苦，讓業者的不當商業行為得已持續下去，不能立即制止。故如何讓消費者願意提起申訴，且不會令其感到為難，而能維護多數消費者的權益，是消費者保護行政機關應致力達到的目標，也是我國應持續努力的方向。

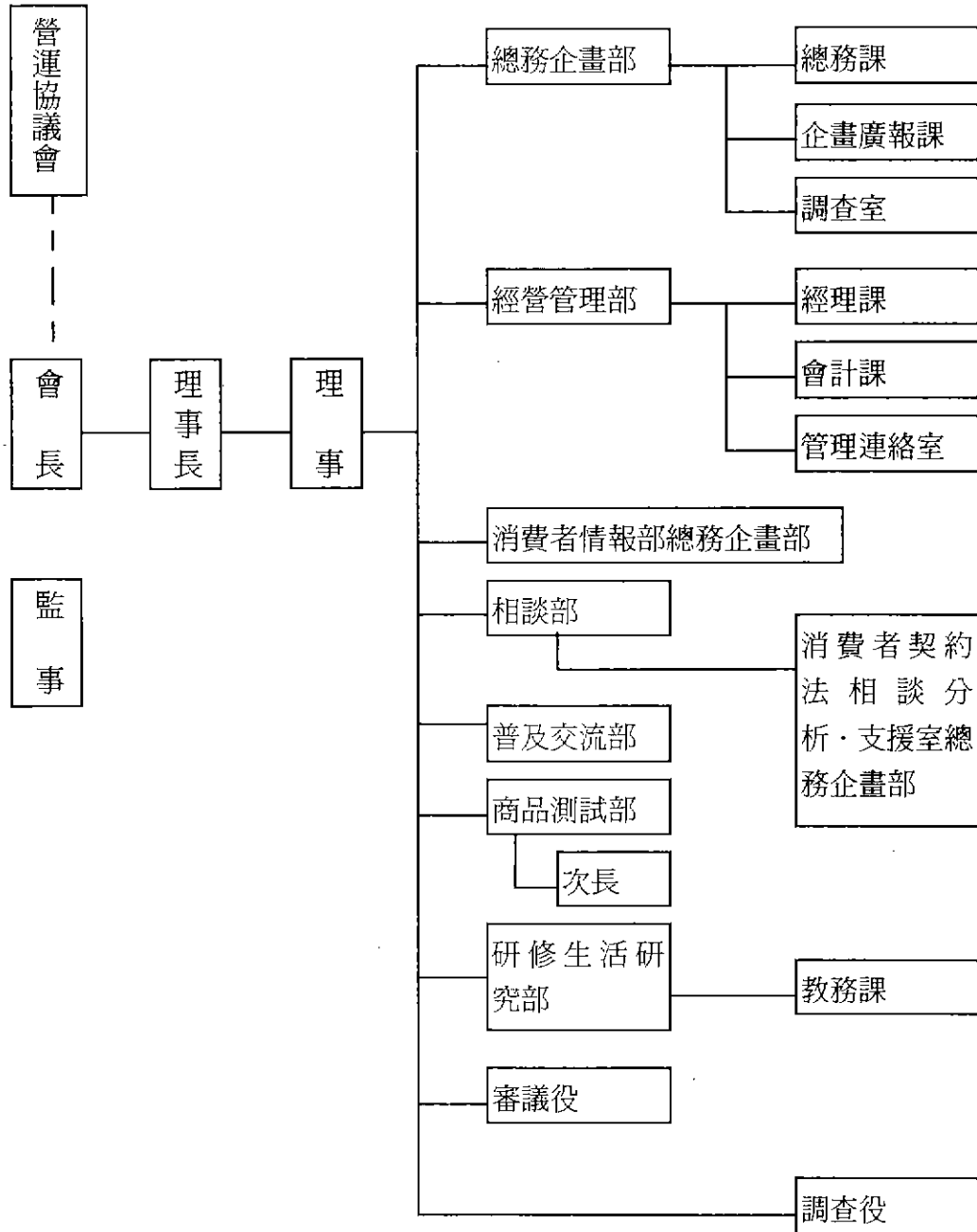
附件一 行政院消費者保護委員會赴日訪問團成員基本資料表

序號	姓名	職稱	服務機關單位	年齡	出生年月日	性別	電話	備註
1	林芳忠	組長	行政院消費者保護委員會督導組	52	1950/09/15	男	001-886-2-33568465	
2	金德溥	處長	行政院經濟建設委員會管制考核處	56	1946/09/30	男	001-886-2-23165801	
3	廖麗娟	副處長	行政院研究發展考核委員會研究發展處	49	1953/12/13	女	001-886-2-23419066-217	
4	林光銘	消費者保護官	行政院消費者保護委員會	48	1954/12/07	男	001-886-2-33568475	
5	林日東	研究員	行政院消費者保護委員會法制組	47	1955/01/20	男	001-886-2-33568473	
6	吳正中	主任	台北縣政府法制室	47	1955/07/10	男	001-886-2-29686898-3101	
7	陳坤榮	消費者保護官	台北縣政府法制室	54	1948/01/09	男	001-886-2-29686898-3105	
8	林惠美	課長	台南市政府建設局	45	1657/06/01	女	001-886-6-3901728	
9	邱信幸	辦事員	台南市政府建設局	39	1963/10/22	女	001-886-6-3901362	
10	林錫忠	消費者保護官	宜蘭縣政府法制室	49	1953/05/25	男	001-886-3-9364567-1075	
11	林照子	課員	宜蘭縣政府工商旅遊局(消費者保護課)	60	1942/01/04	女	001-886-3-9364567-1375	
12	楊傳治	辦事員	金門縣政府建設局	46	1956/01/10	女	001-886-823-26204	
13	周太郎	工程師	交通部國道新建工程局(用地組)	37	1965/02/28	男	001-886-2-7078808-314	
14	廖世机	專員	行政院消費者保護委員會督導組	38	1964/04/11	男	001-886-2-33568466	聯絡人

附件二 日本消費者行政機關體系圖



附件三 日本國民生活中心組織圖



附件四 東京都消費生活綜合中心各部門功能及職掌圖

