

府消委第 106 号

令和 6 年 6 月 3 日

内閣総理大臣 岸田 文雄 殿

消費者委員会委員長 鹿野 菜穂子

**消費者基本計画工程表に係る消費者委員会の意見聴取について(意見)**

令和 6 年 6 月 3 日付け消政策第 278 号をもって当委員会に意見を求めた消費者基本計画（令和 2 年 3 月 31 日閣議決定、令和 3 年 6 月 15 日変更）に基づく工程表の改定の案については、消費者基本法の趣旨に鑑み妥当であり、その旨回答する。

なお、本委員会として、次のとおり附帯意見を付すものとする。

## 【附帯意見】

### 1 現行消費者基本計画期間中に留意すべき事項

#### (1) 機能性表示食品制度について

2024年3月、紅麹原料を含む機能性表示食品において健康被害が生じていることを踏まえ、食品の安全性の強化を含む同制度の在り方の見直しと実効性の確保について重点的に取り組むべきである。

#### (2) 消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション（DX）について

地方消費者行政の充実・強化において、消費生活相談のDXの取組は重要であるが、DXの推進にあたっては、少人数の消費生活相談員で対応している消費生活センターも含む現場の声を丁寧に聴きながら進めていくべきである。

#### (3) 「地方消費者行政強化作戦2020」の検証・評価と後継政策について

2024年度に最終年度となる「地方消費者行政強化作戦2020」の検証・評価が不明確である。検証・評価の内容を明確にするるとともに、次年度以降の強化作戦の後継政策の内容を明確にすべきである。

### 2 次期消費者基本計画策定において留意すべき事項

#### (1) ロジックモデルについて

今回提示された工程表改定案については、2022年度以前までのものとは異なり、2023年度に消費者基本計画に盛り込まれた施策について重点項目を絞り込み、ロジックモデルを作成した上で工程表を作成され、本年度、工程表の改定を行おうとしているものと承知している。

ロジックモデルを作成することとなった背景には、消費者行政においてEBPMを推進していく必要があり、それには、適切なアウトプット及びアウトカムを把握・設定して具体的な取組につなげること、政府統計、行政記録情報、民間ビッグデータ、P I O - N E T等様々なデータを活用して施策の効果を検証すること、予算・人員等のインプットから最終のアウトカムまでの姿を適切に構築することが重要なためである。

工程表の改定を行う際には、ロジックモデルに立ち戻り、インプットからアウトカムの流れを見渡し、目詰まりが発生しているところがないかどうかや施策の進捗状況等を検証し、その上でロジックモデル自体も必要に応じて改定していくことも考えられる。

今回の工程表改定においては、ロジックモデルの大幅な改定は行われていないとのことであるが、2024年度は第4期消費者基本計画の最終年度にあたるため、ロジック

モデルで設定されているK P Iの達成に向け各施策に取り組み、その達成状況の検証・評価を明確にすべきである。その上で、ロジックモデルの精緻化や、次期消費者基本計画の策定作業につなげていくべきであり、具体的には以下の点に留意すべきである。

- ▶ 消費者行政の実効性を高める観点から、アウトプット、アウトカム指標を含め、行政の無謬性を恐れず機動的かつ柔軟にアジャイルなロジックモデルの見直しに取り組むこと。
- ▶ アウトプット、アウトカム指標については、消費者庁が保有するデータのみならず、他の行政機関等が保有するデータ（政府統計、行政記録情報、民間ビッグデータ）も積極的に取り込むこと<sup>1</sup>。
- ▶ 行政処分数や執行件数等といった指標については、事業者への注意喚起施策が進めば行政処分数が減少するといった傾向もあり、件数が増加すること自体が、必ずしも消費者の安全・安心の確保といった最終インパクトの達成という目的に直結するわけではないが、各施策の効果に関連する指標であるため、これらの指標もK P Iに取り込み、ロジックモデルの中で検証・評価すること。
- ▶ 現行基本計画工程表では、まず試行的に重点施策ごとに14のロジックモデルが作成されているが、今後様々な施策のロジックモデルを作成することを考えると、個別に作成するのは非効率的である。一方、消費者行政における施策は法制度整備、法執行、経済的インセンティブ、認知度向上施策、消費者教育などに類型化できるため、特定の政策課題に対応する施策を分類することで、そのインプット、アクティビティ、アウトプット、アウトカムも一定程度類型化することが可能である<sup>2</sup>。従って今後課題別にロジックモデルを類型化することで、様々な施策に応用していくことを検討すること。

以上

---

<sup>1</sup> 特に警察への相談件数や民事訴訟件数などは消費者被害の実態や施策の効果を推計するために有用であり、今後活用できるようにすることが望ましい。

<sup>2</sup> 例えば、事業者に対する注意喚起と行政処分を施策とする政策課題であれば、認知度に関する指標と行政処分件数を共通して利用するなどが考えられる。