

## 令和3年度消費者庁行政事業レビュー外部有識者会合 議事概要

日時：令和3年7月19日（月）14:00～16:00

場所：WebEx テレビ会議

出席者：外部有識者 石堂 正信 公益財団法人交通協力会常務理事

川澤 良子 Social Policy Lab 株式会社代表取締役社長

楠 茂樹 上智大学法学部教授

議題： 行政事業レビュー対象事業の外部有識者による点検について

概要： 今年度の点検対象事業のうち「地方モデル事業」、「生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言」及び「表示適正化のための普及・啓発等」について、事業担当課から事業の概要を説明した後、外部有識者による意見交換が行われた。

（議事概要）○：外部有識者 ●：消費者庁

### 1. 地方モデル事業について

○ロジックモデルのアウトプットには、アクティビティのような書き方がされていて、もっと具体的にアウトプットに書かれている部分も積極的に言及したほうがいいのではないかと。また、企画競争で業者を選定する際には外部有識者が審査員として参加しているとのことだが、アウトカム記載の「優良事例の横展開」をする際には、外部有識者がどのように関わっているのか。

●ロジックモデルのアウトプットについては、「形成」、「作成」というような感じになっており、アウトプットを意識したようなものとなっている。

有識者の関与というところについては、まだ具体的なものはないが、審査に携わっていただいた方々に意見を聞くといった取組などもやりながら、できるだけ良い事例を地方に展開していきたい。【地方協力課】

○先進的モデル事業の実施件数を代替指標として設定しているが、何を達成したかというところは、アウトカムの要素を含んだ指標も設定すべきではないかと。

例えば、目標を達成した事業数の割合、そういったモデル事業の達成状況を評価するための指標とか、基本的にはモデル事業を水平展開することを想定し、他自治体から視察を受けた件数とか、実際に類似の取組を展開した地方公共団体の数であるとか、何らかのフォローアップをするための指標を考えておく必要があるのではないかと。

●ご指摘のとおり。今後、事例が積み上がっていく中で、個別の事業で目標達成できたかどうか、他の事業の参考になったかどうかという展開の部分を検討したい。【地方協力課】

○レビューシートに入札応募者数が17と書いてあるが、これは募ったら17個の提案が出てきて、そのうち8つを選んだということか。一方で目標値は9つとなっているが、この9という事業数は、消費者庁として実際に事業を実施していくに当たっての限界ということなのか。

●予算要求をする段階では、重要なテーマの数や予算規模・執行体制などを含めると、9つぐらいが妥当と判断した。目標値を決めた上で、実際に応募してもらった結果、8つになった。【地方協力課】

## 2. 生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言について

○勧告とか意見といったものは、実際にこれだけのものを目標にしてこれが達成されたというような問題にしにくい部分がある一方で、積極的にそういったものに関わっていったってどんどん提言をしていくというのも大事な政策である。物によって評価しにくい、あるいは語りにくい部分もあるかと思う。

○アウトカムが設定できないということについて、事故が何件起きるかも分からないし、またその種類によって、それがどうなればいいと一概に言えないからアウトカムを設定できないというように見えるのだが、起きたこと全てに対して、ともかく対応はできたというパーセンテージをアウトカムに置くという考え方はあり得るのではないか。

●起きたもの全ての中で、原因を究明して今後に生かしていくことがあるか・ないかという点をまずは見なければいけないという点はある。全てということに関しては、恐らく起きたことの中で原因究明をすることによって、再発防止に生かすことができるものをまず見なければいけない。その全てという考え方の下でアウトカムを設定するということ。

【消費者安全課】

○再発防止のための提言をした際には、それが短期的なアウトカムが行政機関へのアプローチと消費者へのアプローチというのがあるが、これは結局、原因が例えば製品や企業の行動にあるとき、規制するとかモニタリングするということであれば行政機関が出てくると思われるが、企業行動への影響というのもあると思われる。提言の結果、企業がどう行動するか、どうインセンティブに影響を与えるのかなど、企業行動の変化を求めているのか。

●委員会は、関係行政機関の長に意見をするという立てつけになっている。関係する業界団体、メーカーには、しかるべき行政機関の長から指導等が行く。

アウトカムについて関係行政機関が間接的にどうするかというところで、例えばそれを我々が把握するとすれば、間接的という対応するということになる。【消費者安全課】

### 3. 表示適正化のための普及・啓発等について

○説明会に対する講師の派遣は、要望には全て応えているのか。相談には100%回答しているという理解でいいのか。

●まず、講師派遣の要望があれば、基本的にはお応えしている。ただ、団体からの要望など公益的なものではなく、個別の事業者からの要望の場合はお断りすることはあり得る。

また、相談に関しては、すべからく対応している。ただ、いわゆるノーアクションレター制度に基づく照会等によくあるように、個別事案については調査をしなければ明確に回答できない部分があり、一般的・仮定的な回答になることはある。【表示対策課】

○団体がしっかりしている分野はこういった説明会もきちんと実施していると思うが、例えば、事業者団体としてきちんと組織化されていないとか、複数の団体が乱立しているとか、新しいビジネスなどでまだ団体としてそもそも設立することが難しいとか、逆にそういったところに問題が潜んでいる可能性がある。

要望を受けて公平に説明をするというところのスタンスは分かるが、それが問題の改善につながりにくくなっているのではないかな。

●御指摘はもっともであり、効果的な啓蒙・普及活動、すなわち本来狙うべきターゲットをきちんと狙えているのかというところは検討していきたい。【表示対策課】

○講師の派遣先に事業者団体というのが出てきますが、どの辺まで含んでいるのか。

また、普及・啓発、特に消費者相手の場合は、「こういう表示に気をつけてください」という形の情報提供だと思うので、例えばYouTubeとかSNSを通じた展開というのもいろいろ積極化したら面白いのではないかな。

●「等」については、例えば、消費者団体の講演会や都道府県の消費生活センター向けの説明会に講師派遣することがある。

SNSによる情報発信に関しては、消費者庁としてもTwitterなどのSNSでこれまでも発信しているが、引き続きいろいろなメディアを使って消費者に情報が届くように努力したい。【表示対策課】

以上