

## 令和4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4年5月26日（木）13:15～15:15

場所：中央合同庁舎第4号館2階共用220会議室（TV会議システムにより開催）

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

伊藤 伸 政策シンクタンク構想日本 総括ディレクター

伊藤 由希子 津田塾大学総合政策学部 教授

漆 紫穂子 学校法人品川女子学院 理事長

議題： 公開プロセス対象事業の選定について

概要： 行政事業レビュー実施要領第2部3（1）①の規定に基づき、公開プロセス対象事業候補である「食品ロス削減推進」、「インターネット通販等適正化事業」、「生活関連物資等の価格等の把握」の3事業について、担当課室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、多数決の結果、「食品ロス削減推進」を公開プロセスの対象事業として選定した。

外部有識者からの主な指摘事項は以下のとおり。

なお、伊藤（由）委員は、当日欠席のため、事前に意見聴取した。

### ○食品ロス削減推進

国民の意識が変わったら4割の削減効果が出てくるという話があったが、これは国民に対してもっと示していった方がいいと思う。

賞味期限と消費期限の違いのこと、まさに家庭の中で賞味期限を越えたらすぐ捨てるという慣習のある人たちも多いと思うが、実はそうではないという周知広報について、今回の事業では消費者庁の守備範囲になるのかなと思うので、この辺も含めて検討されるということでよいか。

家庭の食品ロスについて実証実験を行ったということだが、そのエビデンスを周知啓発の標語として使っていく方が効果的ではないかという印象を抱いた。少なくともレビューシートの中の関連事業でそういったところを示した方が議論しやすいと思う。

事業系の食品ロス、例えば、外食などのBtoCでロスされるものの割合と、形がそろっていないから廃棄されるなど、流通の商習慣で廃棄されるBtoBとに分けたらどのぐらいの割合になっているのか。

また、家庭の食ロスについて、学校で取り組むことによって子供から大人へ、家族の中で子供

から大人への影響というのは結構大きい。データも学校で取りやすい。その国民の割合が小学生、中学生、高校生とかであれば、どのようにデータを取れるのか。子供の割合が増えれば大人の割合も増えるのではないかという前提で伺いたい。

ロジックモデルのアウトプットについて、消費者庁が実施している施策、例えば参加者数とか視聴数とか応募件数となっていて、そこから矢印が出ているものが国民の意識・行動の変化の問題で、80%という結構大きな数字が出ているのが、これはおそらく様々な省庁とか地方自治体も含めていろいろな行動を起こした結果の80%だと思う。そうすると、この間にもう一つ、消費者庁の施策についてのアウトカムというのがあると議論しやすいのではないか。

他省庁との連携について、農水省、環境省等の食品ロスのウェブサイトのバナーに消費者庁の川柳コンテストを入れてもらうなど、似たような試みを行う他省庁との連携を取るべきではないか。

また、食品ロスの計測は農林水産省と環境省の調査によるもので、消費者庁は直接関わっていない。仮に消費者庁の試みによって食品ロスの量が変化したとして、その因果関係の立証はどのように考えているのか。

事業系のロスについて何かアウトカムを設定していないのか。実際に食品ロスが減ってきたとしても、消費者庁が「関心を高めてきた」ということの成果だと言い切るのは結構難しいのではないか。そういう意味では現時点で事業系のほうでどういうことをやっているのか、把握していくような途中のアウトカム指標が必要ではないか。

#### ○インターネット通販等適正化事業

1万5千サイトをチェックしているというのは、あまたある通販サイトの中の本当のごく一部だと思う。その全てを対象にすることは難しいので、一部に対して調査をして是正するということだと思うが、より多くの者に取引の適正化を促すのかという、その辺りはどのような対応をしているのか。

この1万5千件という数字は、目標も1万5千件以上と設定していて、実績も1万5千件程度という形になっている。予算の関係もあると思うが、そもそも妥当な数字なのか。

それから、アウトプットとアウトカムの書き方なのですけれども、調査をして報告が上がって、その中で実際に行政がアクションを起こしたということなので、どちらかというと実際のアクションの部分がアウトカムに近い。中長期の問題として、政策としてどうなのかということだと思うが、事業者の行動と行政が動いたものというのを分けて議論した方がいい。

この事業で調査をした件数が約1万5千。そのうち報告が2,100ぐらいあって、行政指導は1,340という結果だったと。この調査に基づかなくとも行政指導、行政処分等をされるケースはあるかと思うが、今、この事業による行政指導・行政処分がどのぐらいの比率なのかがわかれれば教えていただきたい。

また、この事業は3年間の国庫債務負担行為ということで、平成24年度のレビューから3周ぐらいしているかと思うが、それによる効果や、逆に課題なども出てきているか。

アウトプットは1万5千件という話だが、違反のおそれがある事例というのは1,900件なり2,300件で、意外と調査した数との比率が一定のレベルで収まっている感じがする。これは実態がそういうことなのか、それとも調査のマンパワーに限界があって、結果としてそうなってしまうということなのか。

この事業のゴールは被害を減少させるということだと思う。

本当に数多く通報のあったところは調査するとして、未然に防ぐ方法として消費者のリテラシーを上げるような活動はしているのか。例えば、悪質なサイトの特徴をAIで分析して、こういう点に気をつけましょうみたいな啓蒙活動をするとか。

また、通報があった後、そのサイトを停止させるなりの間のところでまた新たな被害が発生しているということもあると思うので、いかにスピーディーに処理したかというところを評価するような指標はあるのか。

明確な違法性のある販売行為に関しては、単なる行政指導ではなく警察とも連動した刑事事件として扱うことが必要と考えるが、現状ではどのような連携・対応を行っているのか、消費者庁からの警察への情報提供、警察からの情報提供について伺いたい。

## ○生活関連物資等の価格等の把握

便乗値上げ等の傾向を確認できた場合、それに応じた政策を進める事業内容と認識したが、その場合のアウトカムとして物価モニター調査等掲載ページへのアクセス数で成果を見るのは違うのではないか。

価格の調査、動向の把握と生活二法はどこまで関係があるのか。運用面で最終的なアウトカムにつながるかどうか、目標設定が難しいと考えるが、認識如何。

具体的にどの会社のデータベースを使用しているのか。物価モニター調査は消費者庁独自で調査し、政策判断をしていたと認識しているが、データベースを購入してとなった場合、信頼性はどのように担保するのか。また、価格だけで把握を行っていくのか。価格に対する選考はどのように収集を考えているのか。

総務省が行っている消費者物価指数と重複する箇所もあるかと思われるが、すみ分けや比較分析はしているのか。

### ○公開プロセス対象事業の選定について

取りまとめ役の石堂委員より「細部にわたる議論がなされたことから、公開プロセスの対象事業として適切な事業を一人1件ずつ選定し、多数決で決定する」旨の発言があった。

川澤委員は、3事業とも重要な事業であるとしつつも、特に公開プロセスでの有意義な議論が見込まれることから「食品ロス削減推進」を選定。

楠委員は、施策の効果等の議論に馴染むことから「食品ロス削減推進」を選定。

伊藤（伸）委員は、ロジックモデルとして議論が馴染み、国民に対して伝えていくことの必要性から「食品ロス削減推進」を選定。

漆委員は、公開プロセスにて最も議論が馴染むことから、「食品ロス削減推進」を選定。

伊藤（由）委員は、予算規模が大きく、公的資金の支出額が大きいという観点から説明責任が相応であり、政策の必要性が高いという観点から、「インターネット通信販売等適正化事業」を選定。

石堂委員は、公開プロセスでの有意義な議論が見込まれることから「食品ロス削減推進」を選定。

以上の結果、「食品ロス削減推進」を公開プロセス対象事業として選定することが決定された。

**【配布資料】**

資料1 議事次第

資料2 令和4年度消費者庁行政事業レビュー外部有識者一覧

資料3 令和4年度消費者庁行政事業レビュー公開プロセス対象候補事業

資料4-1 「食品ロス削減推進」事業概要

資料4-2 「食品ロス削減推進」ロジックモデル

資料4-3 「食品ロス削減推進」レビューシート

資料5-1 「インターネット通販等適正化事業」事業概要

資料5-2 「インターネット通販等適正化事業」ロジックモデル

資料5-3 「インターネット通販等適正化事業」レビューシート

資料6-1 「生活関連物資等の価格等の把握」事業概要

資料6-2 「生活関連物資等の価格等の把握」ロジックモデル

資料6-3 「生活関連物資等の価格等の把握」レビューシート

参考資料 令和4年度行政事業レビュー実施要領

以上