

令和7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7年7月17日（木）13:30～15:00

場 所：WEB会議形式

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 筑波大学人文社会系 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「公益通報者保護制度の推進」及び「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」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. 公益通報者保護制度の推進

○ここでいう公益通報とは、消費者政策分野での公益通報を指すという理解でよい
か。

●公益通報者保護制度全体を指している。公益通報者保護制度は、企業不祥事等によ
り国民生活が脅かされたことをきっかけに、企業の自浄作用を発揮させるために作
られた制度。企業活動の不正や不適切な事業を、内部から自浄作用で適正化させていく
ことによって、安全・安心な国民生活が実現するという考え方から、消費者庁が制度を
所管しているもの。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○短期アウトカムに認知度を、中期アウトカムに理解度を設定しているが、両者をど
のような関連性の指標として置いているか。認知度が上がる事で理解も進むという前
提か。

●認知度と理解度は直接相関しないが、まず制度を認知していただき、そこから理
解、活用と段階を経るものとして両者を関連付けている。【参事官（公益通報・協働担
当）室】

○法改正を受けて法定指針改正の方向性を検討するとあったが、法改正と並行して法
定指針の改正に関する作業も進めるものではないのか。

●当該記載は改正法の成立前の時点のもの。もちろん事務的には法改正と並行して法定指針の改正準備作業も進めており、1年6か月後の改正法施行までに関係者の意見も伺いながら、適切な改正を行う。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○法定指針の改正について、スケジュールは決まっているか。

●改正案は然るべきタイミングで示したいと考えているが、現時点で具体的なスケジュールをお答えできる段階にはない。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○地方公共団体を含む行政機関も制度の対象となっているが、行政機関に対しては何かアクションを取っているのか。アクティビティとして示せるものはないか。

●地方公共団体には、技術的助言という形でガイドラインを示している。今回の法改正を含めて必要な手直しを行い、行政機関にも働きかけて行く予定。具体的には説明会や自治体向けの研修等があるが、個別の数字までは今のところ集計していない。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○実施しているものがあるのであれば、活動が行われていることを示すため、記載した方が良い。

○成果指標として説明会参加者数が設定されているが、ターゲットを絞って広報物を作成したという取組上の工夫を表現できるような指標の設定は難しいか。

●電車でのサイネージ広告等を行っているが、具体的に目にした数等は測定が困難なため、把握可能な説明会参加者数を指標としている。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○就労者への暴露量としてはサイネージ広告の方が多いように思われる。説明会の参加者数のみではアウトプットとして限定的に見えててしまうため、取り組んでいるアクティビティについては丁寧に説明してもよいのではないか。

●電車でのサイネージ広告等は単年度の補正予算事業として行ったものであり、次年度以降の実施が未定であることから、記載していない事情がある。目標設定について検討したい。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○活動実績について、2024年度は法改正の対応で少なくなったということは理解したが、2022年度、2023年度と目標値を上回っている実績があり、より意欲的な目標設定をしてもよいのではないか。検討いただきたい。

●検討したい。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○公益通報者保護制度の認知度について、法改正を行い、事業者にも義務付けがある中で、就労者の認知度の目標値設定が3～4割というのでは低いのではないか。義務付けの対

象となる大企業に勤めている就労者の全数が知っていることが目標になる印象があり、目標値の設定の仕方はもっと意欲的であってもいいと思う。

●現状の定着状況を踏まえると、無理に高い目標を定めるのは難しく、段階的に進めていくということで、現在の目標値をお示ししているところ。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○民間事業者における公益通報窓口設置の体制整備状況について、実態調査以外での把握は行っていないのか。

●プッシュ型として、消費者庁側から調べていくところもあるほか、内部公益通報ダイヤルという、主に制度の周知のための相談窓口を設けており、その中の相談や、新聞報道や事業者のウェブサイト等が端緒となり、確認を行うこともある。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○決算報告書や株主総会の報告事項といったものではないということか。

●IR報告書などに書いてあるケースもあると思うが、現行の執行体制ではつまびらかにチェックすることは難しい。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○調査数や行政措置の件数を指標として設定しない理由はあるか。評価が難しいとは思うが。

●御指摘のとおり、執行に関しては外在的な要因が非常に強く、その多寡により内部体制の整備状況の良し悪しが分かるとも限らないため、指標として設定するのは難しいと考えている。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○情報発信から体制整備が行われるまでの因果関係はどこまでつながっているか。体制整備に至る要因は様々あり、どのように切り出せば説明しやすいのか気になった。

また、短期目標が義務対象、中期目標が努力義務対象、長期目標が両方といった書き方になっているが、発現経路としてどのように考えているか。

●まず義務化対象の事業者に整備を行ってもらうことに注力し、次のステップとして努力義務の対象となる中小企業にも力を入れていきたいと考えている。同時並行で進むものではあるが、中小企業に係る効果発現までは時間がかかるであろうことから中期目標として設定しており、内部組織がしっかりしているであろう大手事業者とは時間軸を分けている。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○短・中期目標と長期目標の違いとして、体制整備状況の充実と体制の整備・運用で分けているが、義務化対象の企業において、短期と長期で政策的な狙いが違うのか。

●法体系上は外形上の体制整備が整っていれば義務を果たしている形となるが、実行性のある運用が確保されて初めて体制整備義務が完成すると考えている。そのため、短期として体制を整えてもらい、長期的には実行性のある運用を行うことを目標として想定している。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○支出先の一覧を見ると紙媒体への印刷業務が多いが、印刷以外の媒体での対応を今後していくのか。

●現在はチラシ、パンフレット及びハンドブック等の紙媒体で周知をすることが多いため、印刷業務に係る支出が多くなっている。他方、インターネット広告や鉄道でのデジタルサイネージなど、デジタル媒体での周知も進めている。引き続き紙媒体の印刷は続けて行きたいと考えているが、ターゲットを絞った広告等、デジタルを活用した周知も進めていきたい。【参事官（公益通報・協働担当）室】

○紙媒体で理解が進む層と、そうでない層というのがあると思われるため、インターネット広告やデジタルサイネージによる周知の効果がどうであったかをきちんと検証し、紙媒体からの移行を含め、今後の予算配分を検討していった方が良い。

2. 消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告

○消費者白書の配布数の見直しについて触れているが、どの程度の部数を刷り、どのように配布しているのか。市販をしているとのことだが、どの程度売れているのか。

●直近3年間で、約3,200部から3,300部となっている。国会関係に配布するほか、各都道府県立の図書館や地方公共団体、消費生活センター等に配布している。市販本については、毎年1,300部ほど発行している。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○市販版について、どの程度売れているのか。売れなかった際のリスクはどこが負っているのか。

●市販版を発行する事業者が発行部数を含めて調整しているため、発行部数以外の売れ行きや実際の売り上げは把握していない。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○白書の概要版を作成しているが、どのような目的で作成していく、何ページ程度のものなのか。消費者行政について国民に広く知らせるには、白書をさらに読みやすくする等の工夫が必要なのではないか。

●概要版については、より消費者に端的に白書の内容を伝えるために作成している。白書本体は令和7年のもので180ページだが、概要版は20~25ページ程度で、図表

等も用いて見やすいように作成している。また、概要版自体も、本体とは別に消費者庁ウェブサイトに掲載している。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○新聞の全国紙で記事になった回数を挙げているが、白書がどこで見られるか等には触れられていないものかと考える。消費者庁として、国民に消費者行政を分かってもらうために、白書以外も並行して手を打っていく時期に来ているのではないか。

●全国5大紙での紙面掲載回数は、2024年度で5回、2023年度で7回となっている。白書の公表後は講演などを求められる事もあり、2024年度は12講演行っている。その資料の中で消費者庁ウェブサイトに掲載された白書への2次元バーコードを記載し、中身を見られるようにしている。その他、一般消費者に向けてはSNSへの投稿等で消費者白書についてお知らせをしている。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○全国5大紙での報道回数を指標としているが、1紙あたり1回程度という数字は少ないと感じる。指標を新聞のみとすると比較的高い年齢層に対象が偏ってしまうため、ウェブサイトからのダウンロード数やアクセス数等を含め、消費者白書のデータを引用数や活用数を活用してはどうか。

●引用数や活用数について、取得方法も含めて検証していきたい。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○SNSへの投稿も行っているとのことだが、共有された数などは把握しているか。

●令和6年版の白書のSNSの投稿実績では、好意的な反応が533件、投稿の共有が424件あった。これは令和4年版と比べ、それぞれ約2倍の数値となっている。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○基本的な調査を2件行っていると記載があるが、分析した結果を踏まえてどう政策に生かしていくかを国民に示すのが重要だと考えている。調査結果の分析はどのような体制で行っているのか。

●基本的には消費者庁内で分析を行っている。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○白書で毎年度データをアップデートしていくのも非常に価値があると考えるが、PIO-NET等を含めた様々なデータを活用し、積極的に新しい分析手法や観点での結果を示していってほしい。

○白書を作成するという事と、消費者の認知・理解の増進や行動変容といった所の因果関係というのは説明が難しいと考えている。消費者行政について非常に情報が詰ま

っている白書は、積極的にアウトカムを稼ぐ何かが必要なのではないか。マスコミに乗りやすいような工夫をすることも大事なのでは。

●数字としては、紙面に限らずウェブも含めてメディアに掲載されたものは基本的にカウントしている。また、マスコミや関係者への説明の機会を設け、掲載を働きかけるといった取組を行っている。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○媒体に載って初めて認知することも多いと考えられるので、5大紙以外の商業紙といったものも指標としてはどうか。

●商業紙等への売り込みも検討していきたい。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○発行事実を報じるだけではなく、まとまった形で説明していただくと、より消費者の理解が進むのではないか。

●記事への取り上げられ方としては、発行事実だけではなく、記者説明の場で提供した具体的なデータを交えながらの紹介をしていただいている。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○学校教育の中で消費者白書を用いる機会なども設けていけると良いのではないか。

●教育機関向けに直接配布するといったことは行っていないが、令和6年度に徳島大学で講演を行った実績がある。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○国会に報告する白書は、消費者庁が何をしているかの集大成のようなもので、大事にしていかなければならないと思うが、国民に対して消費者行政を分かりやすく伝えるという観点では、少し距離があるように感じる。白書だけではなく、諸報告等を含めた多様な形で国民に周知を図っていくと良いのではないか。

●そういった方向で検討していきたい。【参事官（調査研究・国際担当）室】

○今後、白書や広報といった一連の流れを一つの事業として組み立てて、説明しやすくしていくと良いのではないか。

以上