



消費者問題 アラカルト

消費者基本計画工程表について

大木 雄介 Oki Yusuke 消費者庁消費者政策課 政策企画専門官
横森 太陽 Yokomori Taiyo 消費者庁消費者政策課 政策調査員

はじめに

2023年6月13日に改定された消費者基本計画工程表(以下、工程表)では、従来の工程表と比べ、掲載する項目について効率化を図り、内容を吟味したうえで重点化するという大幅な改定を行いました。

工程表やその基幹となる消費者基本計画とは何かをはじめ、それぞれの位置づけや改定の趣旨等を解説します。

消費者基本計画と工程表の位置づけ

(1)消費者基本計画とは何か

消費者基本計画は、消費者基本法第9条に基づき、消費者を取り巻く環境の変化と課題を踏まえ、消費者政策の推進によりめざすべき姿を明らかにし、その基本方針並びに重点的な施策の推進等を定めており、5カ年計画として閣議決定をしています。

現行の消費者基本計画は、2020年度から2024年度を計画期間として策定している第4期消費者基本計画です。新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、消費者を取り巻く環境が大きく変化したことから、2021年6月に、消費生活のデジタル化に関する追記の変更をしています。

当該計画の構成は、第1章の「消費者基本計画について」において、消費者政策の変遷に触れつつ、計画策定の必要性等を記載しています。第2章の「消費者政策をめぐる現状と課題」では、ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化並びに社会情勢の変化について記載しています。第

3章の「政策の基本方針」では、消費者政策においてめざすべき社会の姿等、政策の基本的な方向を記載しています。第4章の「政策推進のための行政基盤の整備」では、政策推進の行政基盤たる情報、人材、財政並びに法令等の各整備方針について記載しています。第5章の「重点的な施策の推進」では、第3章で掲げた政策の基本方針に沿って、消費者が主役となる社会の実現のために重点的に進めるべき施策を記載しています。

消費者基本計画は、消費者が主役となる社会の実現のために、他府省庁等にとどまらず事業者や消費者も巻き込んで推し進める各施策等を記載した大綱としての役割を担っています。

(2)工程表とは何か

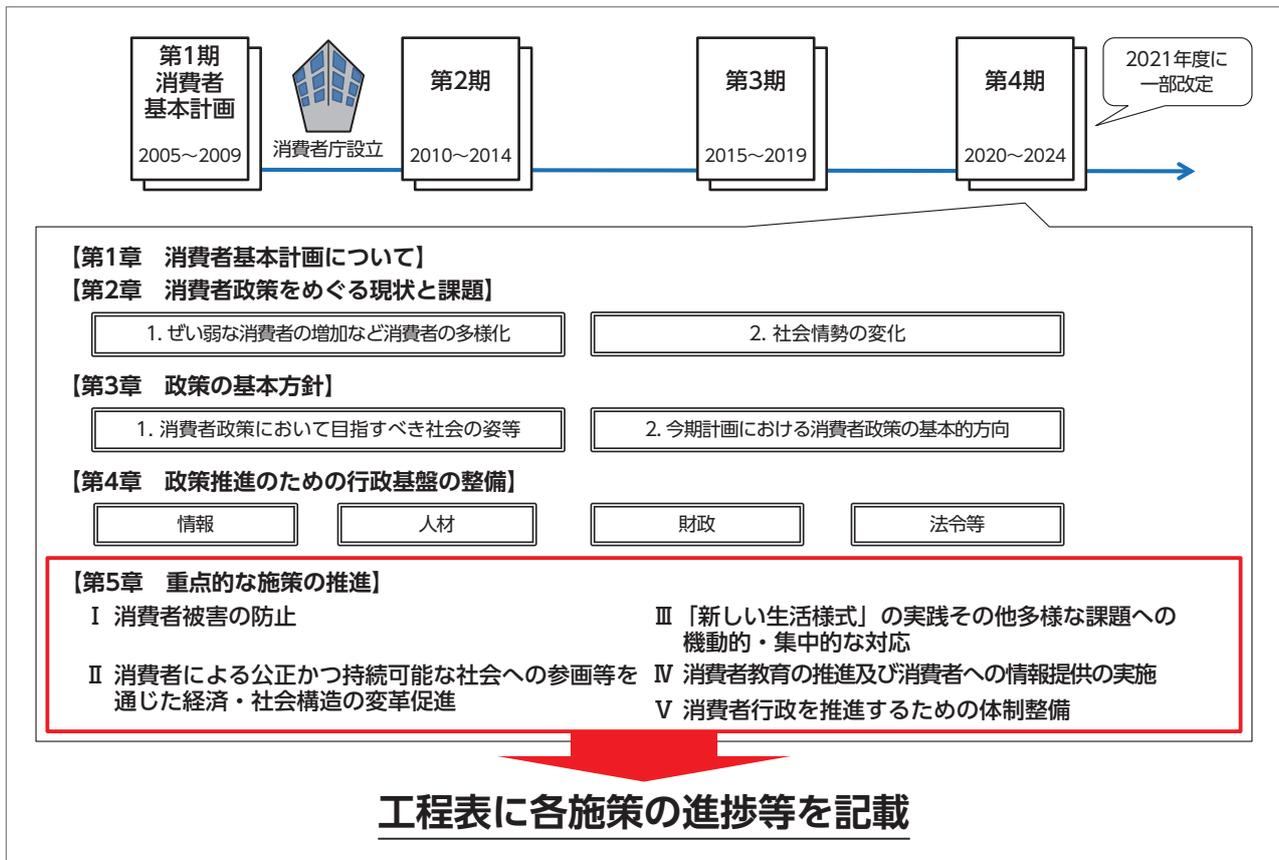
工程表は、消費者政策におけるめざすべき社会の姿の実現に向けて、消費者政策を検証可能なかたちで体系的・包括的に推進するために作成しています。

記載内容については、消費者基本計画第5章の「重点的な施策の推進」に記載している5本の柱(「Ⅰ消費者被害の防止」「Ⅱ消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革促進」「Ⅲ『新しい生活様式』の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応」「Ⅳ消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施」「Ⅴ消費者行政を推進するための体制整備」)について、各府省庁等での計画期間内の取組予定事項やKPI(重要業績評価指標:Key Performance Indicator)を明示しています。

毎年度、施策の実施状況の評価、検証、監視

図1 消費者基本計画と工程表の位置づけ

* 消費者庁作成



を行う観点から、進捗状況を踏まえた取組の見直し等の改定を消費者政策会議(会長：内閣総理大臣)にて行っています(図1)。

工程表の改定方針

前述のとおり、2023年度改定の工程表は、大幅な内容の見直しを行っています。

従来の工程表は、173の施策内容等を掲載していましたが、今般改定した工程表では、掲載する施策を14項目に絞り、施策のメリハリ(重点化)を図っています。

これは、工程表に掲載する施策について、その重要性や緊急性等に鑑み重点化を行うことで、各施策の記載内容の粒度を上げ、質の向上を図るねらいがあります。

また、工程表の参考資料として新たに消費者基本計画工程表評価書(以下、評価書)を採用し、当該年度における進捗状況をこれまで以上に管

理しやすくしました。

内容の充実化の観点では、KPIについてアウトプット、アウトカムの2段階に細分化し、進捗状況を確認しやすくしていることに加え、KPIを極力質的な指標に設定するように留意しています。

さらに、EBPM(証拠に基づく政策立案:Evidence-based policy making)を実施すべく、各重点項目に対して、政府の取組から社会にもたらす影響までを図示したロジックモデルを参考資料として作成し、各重点項目の充実化の一助としています(図2)。

重点項目の概要

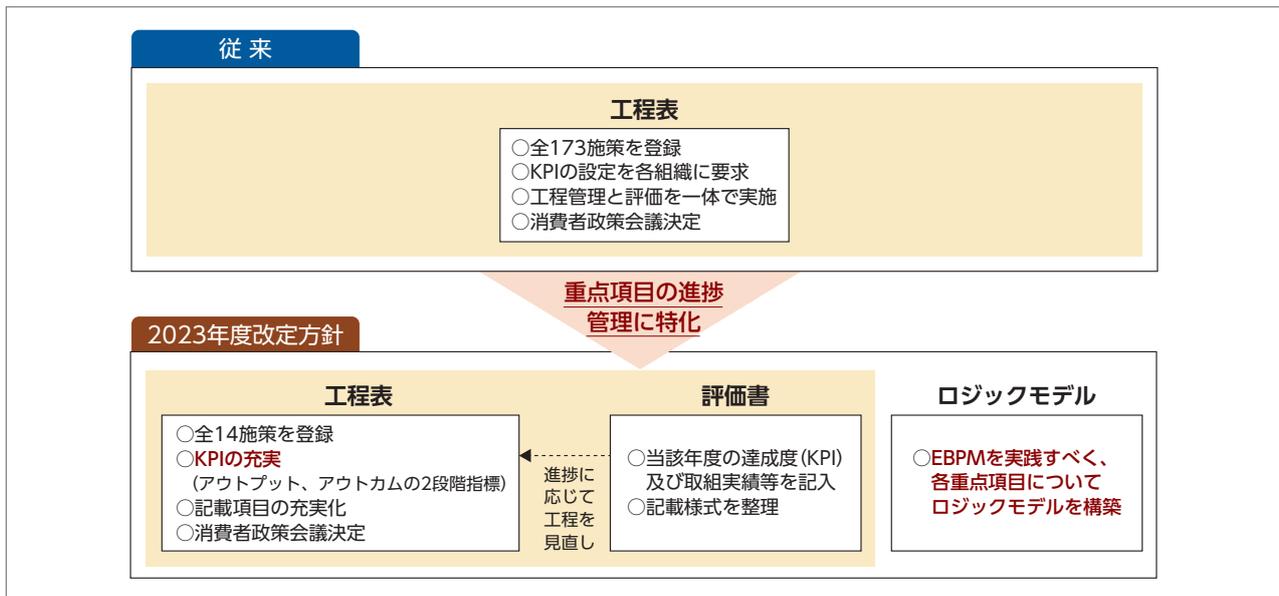
2023年度版の工程表に掲載している各重点項目の概要について紹介します。

(1) 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止

消費者事故等の発生・拡大の防止を目的とし

図2 工程表の改定方針

* 消費者庁作成



て、消費者への安全に関する注意喚起の情報発信等により、消費者の行動変化につながることで、安心安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現を図ります。

(2) 特定商取引法の執行強化等

国民経済の健全な発展を目的として、都道府県の執行担当者等への研修会等により、違反行為の解消等につながることで、悪質商法等による消費者被害の防止をはじめとした消費者利益の保護の実現を図ります。

(3) 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等

消費者契約法をはじめとする消費者法制について適切な運用及び社会経済情勢の変化に応じた見直しを行うことを目的とし、消費者契約法等の研修会の開催により、法の認知度の向上につながることで、全ての消費者にとって安全、安心な社会の実現を図ります。

(4) 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充

不当表示を減少させることを目的として、都道府県の執行担当者への研修会等により、景品表示法の理解度が向上することで、景品表示法の厳正な運用の長期的な継続を図ります。

(5) 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討

食品表示制度の適正な運用による消費者の利益の増進を目的として、食品表示制度に関する普及啓発等の実施等により、食品表示制度への理解度の向上等につながることで、消費者の食品表示制度に対する満足度の向上を図ります。

(6) 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等

全ての人が、暮らしている各地域において、尊厳のある本人らしい生活を継続し、地域社会に参加できるようにすることを目的として、地域連携ネットワークの中核機関の整備等の推進により、成年後見制度に関心を持つ国民の増加につながることで、本制度の行き届いた体制構築を図ります。

(7) 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進

若年者が消費者被害にあわないための知識の醸成と暮らしやすい社会の実現を目的として、公式LINEアカウント「消費者庁若者ナビ！」の配信により被害を未然防止できる若年者の割合が増加することで、消費者被害の防止等による消費者市民社会の実現を図ります。

(8) 消費者団体訴訟制度の推進

消費者団体訴訟制度の活用による消費者被害

の防止及び消費者被害の回復を促進することを目的として、消費者団体訴訟制度に係るキャラクター等の活用により啓発媒体等へのアクセス数が増加し、制度等に関する認知度の向上等につながることで、適格消費者団体等の体制の充実を図ります。

(9) 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進

事業者や消費者等の多様な主体が連携し、食品ロスの削減を推進することを目的として、SNS等を活用した周知啓発により特設サイトへのアクセス数が増加し、食品ロスのための行動をしている国民の増加につながることで、食品ロスの発生量の目標達成(2030年度までに家庭系食品ロス量216万ト/事業系食品ロス量273万ト)を図ります。

(10) エシカル消費の普及啓発

消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会の実現を目的として、SNSを活用した周知により啓発媒体等へのアクセス数が増加し、認知度の向上につながることで、エシカル消費の実践に積極的な国民の増加を図ります。

(11) 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進

事業者において、コンプライアンス確保が図られ、社会経済の健全な発展が進むこと等を目的として、民間事業者等への内部公益体制の充実化の働き掛けにより、本制度に係る説明会への参加者人数等が増加し、本制度の理解度等の向上につながることで、本制度の体制整備面も含めた定着を図ります。

(12) デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の確保

取引デジタルプラットフォーム(以下、取引DPF)が消費者にとって安心・安全な場となることを目的として、取引DPF官民協議会を開催することにより、取引DPF提供事業者による課

題の是正等の対応につながることで、取引DPF消費者保護法の認知度の向上等を図ります。

(13) 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制の整備

ライフステージに応じた切れ目のない消費者教育の推進を目的として、消費者教育ポータルサイトでの教材及び実践事例等の積極的な発信を行うことにより、当該サイトへのアクセス数等が向上し、被害の未然防止ができる消費者の割合が増加することで、消費者被害の減少を図ります。

(14) 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等

地方消費者行政を中核とした消費者被害の未然防止・拡大防止の実現を目的として、自治体訪問による自治体幹部への問題意識の共有等により、消費者安全確保地域協議会の設置地域の増加等につながることで、消費者被害の未然防止及び拡大防止を図ります。

おわりに

昨今の社会情勢については、著しい変容を遂げており、主にデジタル関連技術を筆頭として、今後も変容が続くことが予見されます。また、一方で工程表がこれまで年度単位における消費者政策の進捗管理を行う役割を果たしてきたところですが、施策によって想定される最終的な社会インパクトの時期やそれまでのプロセス並びに規模が千差万別であることも事実です。それらの工程を年度単位の均一な様式で取りまとめるのではなく、消費者も含め工程表に関わりがある全ての者に対してより適切かつ価値を高めていく必要があります。今般の重点化を伴う大改定を足掛かりとして、必要に応じてさらなる効率化及び成果の最大化をめざすとともに、適切な形式で工程の見える化を図るべく、引き続き検討していきます。