

## 「消費者基本計画工程表改訂素案」についての意見書

2023年（令和5年）4月5日

日本弁護士連合会

消費者庁は、2023年3月9日付けで「消費者基本計画工程表素案」（以下「工程表素案」という。）を公表し、これについて意見募集を行っている。

当連合会は、2021年3月18日に「消費者基本計画工程表の評価指標（KPI）の実効性向上を求める意見書」（以下「KPI意見書」という。）を公表しているが、本意見書は、特に工程表素案の評価指標の在り方に関して、以下のとおり意見を述べるものである。

### 第1 意見の趣旨

- 1 消費者基本計画工程表を、工程表本体とその評価書とに分けた上で、各重点項目について、「目標」「KPI（アウトプット指標）」「KPI（アウトカム指標）」「取組」といった区分を設けるといふ、構成面における改定の方向性については評価する。
- 2 重点項目についての前記各区分の内容は、目標そのもの、あるいはその目的についての評価指標（KPI）について、施策の進捗状況をできる限り正確・客観的に測定・把握・評価するとの観点から、アウトカム指標の想定時間軸の明示や指標の設定等について、さらに十分な検討を行うべきである。

### 第2 意見の理由

#### 1 工程表素案の構成について

今回示された工程表素案は、前提として、工程表本体と評価書とに分けた上で、重点項目について、「目標」「KPI（アウトプット指標）」「KPI（アウトカム指標）」「取組」に区分している。また評価書においては「取組」欄の中に「実績」欄を設けている。

こうした工程表の構成には様々な形式があり得るため、構成自体については一概に当否を判断することは容易ではない。しかし、少なくとも「目標」「KPI」「定義」といった項目のみが設けられ、これらの論理的な関係や思考過程が十分に整理されないまま「KPI」が羅列されていた従来の工程表と比べると、今回の工程表素案で示された構成は、より基本計画の推進過程の可視化が向上し、具体的な施策から目標達成に至る論理関係・思考過程が明確化し得るものとなって

いる。こうした構成は近時着目されているロジックモデル（施策の論理的な構造）の発想にも沿うものとなっており、この構成をさらに精緻化することで、より実効性の高い政策評価が可能となると思われる。

したがって、工程表素案の構成の改定の方向性そのものについては、K P I 意見書に沿うものとして一定の評価ができる。

## 2 個別の目標やK P I の設定について

K P I 意見書で述べたとおり、K P I は個別の施策目標の達成のために適切な指標でなければならない。また、その達成度を検証できるよう具体的なものでなければならない。これらの視点からは、今回示された工程表素案の重点項目における目標とK P I の設定には、例えば、以下に述べるような不十分な点があり、なお十分な検討がなされるべきである。

### (1) K P I（アウトカム指標）の時間軸の不明確さ

K P I（アウトカム指標）の時間軸として〈初期〉〈中期〉〈最終〉が設定されているが、それぞれどの程度の時間軸を想定しているのかが不明である。

確かに、各重点項目により想定時間軸は異なる上、目標達成に向けた指標であるため、様々な要因により目標時間軸と達成時間軸が異なる結果となることも十分想定される場所であり、時間軸の明示が困難であることは一定程度理解できる。そもそも、P D C Aサイクル<sup>1</sup>はそのためのものでもある。

しかし、いつ頃までにどの程度の達成を目指すのかが不明であると、まだ想定時間軸内であるというような釈明が可能となり、K P I が有名無実化されかねない。

そのため、各重点項目における初期、中期、最終のおおよその想定時間軸を明らかにすべきである。

### (2) K P I（アウトカム指標）の設定についての不十分さ

#### ① 「重点項目2. 特定商取引法等の執行強化等」について

同項目については、「特定商取引法・・・を厳正かつ適切に執行する。」との点が目標として設定されている。そしてそのK P I（アウトカム指標）として、〈初期〉「違反行為の解消」〈中期〉「1 公正な取引の確保」「2・・・消費者被害額の推計額」〈最終〉「消費者利益の保護」などと設定されている。

このうち「2・・・消費者被害額の推計額」は消費者被害の多寡に直結し得うる指標であるため、この場合のアウトカム指標の一つとしては一応妥当

---

<sup>1</sup> Plan（計画）－Do（実行）－Check（評価）－Action（改善）の4段階を繰り返すことによって業務を継続的に改善する手法

であると考えられるが、このままでは施策の達成度が客観的かつ明確に判断できないため具体的数値を適切に設定していく必要がある。

他方で、K P I（アウトカム指標）の各欄には「※PIO-NET を通じて動向を把握」との記載があるものの、その内容が明らかにされていない。仮にこのように PIO-NET のデータを活用するのであれば、特定商取引法の取引類型ごとの相談件数の減少をアウトカム指標とする等、より具体的で直接的な指標を検討すべきである。

② 「重点項目 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」について

同項目の目標としては、「地方消費者行政の機能を強化し、相談体制を充実させる。」との点、及び「地方消費者行政を中核として、消費者被害の未然防止・拡大防止を実現する。」との2点が設定されている。

そしてそのK P I（アウトカム指標）としては「消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%以上】」等が設定されている。しかし、この場合のアウトカム指標としては、こうした形式的な指標にとどまらず、消費者被害に遭った消費者が実際にどの程度消費生活センターを利用したか<sup>2</sup>といった実質的かつ直截に政策の成果を確認し得る指標こそが重要であると考えられる。

工程表素案においては、こうした視点からのアウトカム指標の設定が全体として不十分であり、さらなる検討を求める。

以上

---

<sup>2</sup> 消費者庁「令和3年度消費者意識基本調査」48頁問21参照。ここでは、被害を受けた商品・サービスについての相談又は申出をした相手を質問している。