

消費者契約の適正化に関する政策評価について

平成 13 年 10 月 4 日
内閣府国民生活局

1 政策評価とは

(1) 経緯

政策評価は、国の行政機関が政策の効果を測定・分析し、客観的な判断を行うことにより、政策の的確な企画立案やその実施に資する情報を提供するもので、中央省庁等改革の柱の一つとして、平成 13 年 1 月の省庁再編に併せて導入された。

政策評価については、各府省において政策評価の実施要領を定めるための標準的な指針として、「政策評価に関する標準的ガイドライン」（平成 13 年 1 月 15 日、政策評価各府省連絡会議了承）が定められており、これに基づき作成された「内閣府本府政策評価実施要領」（以下「実施要領」という。）では、内閣府本府における政策評価の実施方法とともに、政策評価の実施を予定する政策、その評価方式、実施スケジュール等を記載した年度計画を作成することが定められた。

「平成 13 年度内閣府本府政策評価年度計画」では、内閣府本府の所掌している政策のうち、平成 13 年度に実施することが適当であると考えられる政策等について政策評価を行うこととした。

また、政策評価制度の実効性を高めるとともに、これに対する国民の信頼の一層の向上を図るための「行政機関が行う政策の評価に関する法律（行政評価法）」が平成 14 年 4 月より施行されることとなっている。

(2) 概要

上記実施要領等に定められた政策評価の目的、方法等の概要は以下のとおりである。

① 評価目的

- ・ 国民に対する行政の説明責任(アカウンタビリティ)を徹底すること
- ・ 国民本位の効率的で質の高い行政を実現すること
- ・ 国民的視点に立った成果重視の行政への転換を図ること

② 評価の観点、一般基準等

次のような観点及び一般基準を基本としつつ、評価の目的、評価対象の性質等に応じて適切な観点等を選択し、総合的に評価。

「必要性」：目的の妥当性や行政が担う必然性があるかなど

「効率性」：投入された資源量に見合った結果が得られるかなど

「有効性」：期待される結果が得られるかなど

「公平性」：政策の効果の受益や費用の負担が公平に配分されるかなど

「優先性」：上記観点からの評価を踏まえ、他の政策よりも優先的に実施すべきかなど

③ 評価方法

政策内容に応じて、以下のアないしウから適当な評価方式により政策評価を行う。

ア 実績評価

あらかじめ達成すべき目標を設定し、それに対する実績を測定し、その達成度を評価することにより政策の達成度合いについての情報を提供する。

イ 事業評価

公共事業や、新規に行う事務事業を対象に、事前の時点で評価を行い、途中や事後の時点での検証を行うことにより、行政活動の採否、選択等に資する情報を提供する。

ウ 総合評価

政策・施策の導入から一定期間を経過した時点において、特定のテーマを設定し、様々な角度から総合的に評価を行い、政策の評価を明らかにするとともに、問題点の解決に資する多様な情報を提供する。

④ 客観的評価に向けての取組

ア 第三者機関の活用

評価の実施の客観性を高めるため、評価の実施に当たっては、各種審議会、委員等の第三者機関の意見を聞く等、その活用に努めるものとする。

イ 各種世論調査等の活用

定量的な評価手法の開発を進めるよう努め、可能な限り具体的な指標・数値による定量的な評価手法を用いるよう努める。

客観的な数値指標を用いることが困難な場合は、できる限り各種世論調査、アンケート調査等評価指標となるものの活用を図ることとする。

⑤ 実施スケジュール

政策評価の実施は、年度ごとの1年周期を基本とする。

2 消費者契約の適正化に係る政策評価

(1) 施策実施の背景

現在、政府が推進している規制の緩和は、ITなどを利用した新たな取引形態の発生、消費者の商品・サービス選択の自由の広がりなど、消費者の利益に資するものである一方、消費者契約の多様化・複雑化等を背景に、消費者契約に係るトラブルが急増していることから（平成元年度 11 万件→平成 12 年度 43 万件（P

IO-NETデータ))、従来にも増して消費者と事業者との消費者契約の適正化が求められている。

消費者契約の適正化を実現するための施策としては、法整備等によるルールの明確化をはじめ、消費者教育、情報提供等の施策があり、内閣府は、従来からこれらの施策を講じることにより、消費者契約の適正化に努めてきたところである。

このような中、本年4月1日に、消費者と事業者との交渉力・情報力の格差に鑑み、一定の場合、消費者が契約取消し、条項無効を申し立てることを可能とした消費者契約法が施行された。これにより、消費者契約の適正化に関してのルール作りの進展がみられたものと認識しているが、一方で、現在講じている「消費者契約の適正化」のための施策が、有効性、効率性等の観点から妥当なものであるか等の分析については、従来、十分には行ってきていなかった。

そこで、内閣府は、消費者契約法の施行を機に、消費者契約の適正化に関する施策について、政策評価を行い、平成17年度に行うこととされている消費者契約法の見直しについても視野に入れつつ、施策の必要性、有効性などを検討することとした。

(2) 政策評価を行う政策

「平成13年度内閣府本府政策評価年度計画」では、以下のとおり消費者契約の適正化に係る政策評価を行うこととされている。なお、これに関連して、平成13年度内閣府が講じる具体的な施策については、(別紙)のとおりである。

政策名：消費者契約の適正化

目 標：平成13年4月1日の消費者契約法の施行を機に、消費者と事業者との契約の適正化を図る。

評価方式：実績評価

(3) 政策評価の観点・基準について

民事ルールである消費者契約法は、消費者に活用されることにより消費者保護として機能する。そこで、消費者が消費者契約法を知っているか否かが重要となってくる。

また、消費者契約法は、裁判規範であるが、トラブルの未然防止のための事業者の行為規範としても作用することが期待される。したがって、消費者契約法の成立によって事業者が約款・契約条項の見直しを行ったり、勧誘方針等の行動基準を作成したかが重要となる。

さらに、トラブルの解決に当たっては、裁判所とともに、裁判外紛争処理機関が大きな存在である。消費者トラブルにおいて重要な役割を果たしている国民生活センター及び消費生活センターにおいて、消費者契約トラブルの解決状況が消費者契約法の施行によって改善することが期待される。

消費者契約法の施行初年度である本年度は、以上の観点を踏まえつつ、施策の有効性を主眼とした評価を行う。

(4) 政策評価の指標について

(3)で述べた施策の有効性の観点から本年度の政策評価を行うに当たり、次の指標を用いることとする。

- ① 消費者に対するアンケート調査による「消費者契約法の認知度」調査
- ② 事業者に対するアンケート調査による「事業者による約款・契約条項の見直し及び勧誘方針等の行動基準の策定状況」調査
- ③ P I O－N E Tを通じて収集された契約・販売方法に関する苦情相談に係る「あっせん処理の状況」調査

(5) 今後について

内閣府は、上記(4)に述べた指標に基づいて施策の効果、有効性等を分析し、作成した政策評価を来年3月頃に開催する予定の消費者政策部会に報告するものとする。消費者政策部会は、客観的な第三者としての立場から、当該政策評価を議論する。

(別紙) 平成 13 年度の消費者契約適正化に係る主要施策

(消費者契約適正化関連経費の総額 : 100 百万円)

1. 消費者教育

○消費者契約教育に関する調査

高等学校を中心とする学校教育、社会教育の場で活用できる消費者契約と紛争解決の諸手段に関する副読本を作成する。

○消費者教育専門家派遣制度

学校における消費者教育を支援するため、消費者教育研修等を行う消費生活センター等に対して消費者教育の専門家を派遣する。

2. 情報提供

○消費者契約法に関するパンフレット

消費者契約法の概要とその活用法を解説したパンフレットを作成、配布し、消費者契約に関する啓発資料を作成する。

○消費者契約法説明会、シンポジウム

消費者契約上のトラブルの現状、消費者契約法の施行についての理解を深める機会を提供するため、全国各地において消費者契約法の説明会、シンポジウムを開催する。

○ホームページ「消費者の窓」

ホームページ「消費者の窓」を通じ、消費者契約法をはじめとする消費者行政情報、消費者トラブル Q&A 等の消費者関連情報の提供を行う。

3. その他

○e コンシューマーミーティング

電子商取引における消費者トラブルに関係している消費者団体、ボランティア団体等といった民間団体のメンバーによりトラブル事例を持ち寄り、最近のトラブルの傾向を把握するとともに、匿名性、ネットオークション、国境を越えたトラブル、未成年者取引、スパムメールといったテーマについての自由な意見交換を行う。

○消費者契約法意見交換会

消費者契約法によるトラブル解決事例を収集するとともに、苦情相談の円滑な解決方法等を検討するため、各地の消費生活センター等で消費者からの相談を受け付けている相談員との意見交換会を行う。

○消費者月間ポスター

5 月の消費者月間に合わせ、消費者問題の啓発について国民の関心を喚起するため、ポスターを作成・配布する。