

「新型コロナウイルス感染症に関する消費者被害防止のための情報発信」ロジックモデル

現状把握 ・課題設定	インプット (資源)	アクティビティ (活動)	アウトプット (活動目標・実績)	アウトカム (成果目標・実績)	インパクト (国民・社会への影響)
<p>新型コロナウイルスに便乗した悪質商法や「新たな生活様式」の普及などにより変化する消費者取引における被害防止に迅速に対応するために</p> <p>・各種媒体を用いた積極的な注意喚起情報等の周知が必要</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新型コロナウイルス感染症に係る情報発信予算(補正予算事業) : 6.3億円 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種媒体を活用して情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種媒体のインプレッション数 	<p>【短期】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特設サイトや消費者庁ウェブサイトにおける各種注意喚起情報への誘導により、当該情報にアクセスする消費者等の増加 	<p>【中期・長期】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害の実態や予防に関する知識の普及及び意識の向上