

独立行政法人国民生活センター評価等のための  
有識者懇談会  
第2回議事録

消費者庁消費者教育・地方協力課

## 第2回独立行政法人国民生活センター評価等のための有識者懇談会 議事次第

日 時：平成29年8月14日（月）14:00～15:30

場 所：合同庁舎第4号館共用第3特別会議室

### 1. 開 会

### 2. 議 題

国民生活センターの平成28年度及び第3期中期目標期間の業務実績に対する主務大臣  
評価案への委員の意見

### 3. 閉 会

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 それでは、定刻となりましたので、ただいまから第2回「独立行政法人国民生活センター評価等のための有識者懇談会」を開催いたします。

前回7月27日に開催いたしました1回目懇談会では、国民生活センターから、平成28年度の業務の実績に関する自己評価と、第3期中期目標期間の業務の見込みに対する自己評価につきまして、主要な項目を説明していただき、委員の皆様から御質問や御意見をいただいたところでございます。これらを踏まえまして、消費者庁の側で主務大臣評価案を作成し、先週、委員の皆様にお送りさせていただいております。

本日は、この主務大臣の評価案につきまして御意見をいただければと思っております。よろしくお願いいたします。

それでは、事務局から本日の配布資料について説明をさせていただきます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 それでは、配布資料の説明をさせていただきます。

座席表のほかに議事次第がございますが、この中段から下に「配布資料」として資料1から資料4までが掲載されています。この資料1から資料4というのは、委員の皆様のお手元に、2種類のA3版の資料で用意してございます。1種類目の年度評価の資料1と資料2が1つのとじに、2種類目の見込評価の資料3と資料4が1つのとじとなっております。資料1の年度評価の総合評定表は1枚目のみでございまして、2枚目から最後までが資料2の年度評価の項目別評定表となっております。それから、資料3と資料4も同様に、資料3の見込評価の総合評定表は1枚目のみでして、2枚目から最後までが資料4の見込評価の項目別評定表となっております。

資料1と資料3の総合評定表でございまして、前回の第1回懇談会の際には様式のみを配布させていただきましたが、今回は主務大臣評価を書き入れてございます。見やすいように上下に配置してございますけれども、これで1つの総合評定表でございまして、資料1が年度評価のもの、資料3が見込評価のものとなっております。

あと、1点訂正がございまして、資料3を1枚めくっていただきまして、資料4でございまして、メールで事前にお送りしたものは、項番26の平成28年度のところに、国民生活センターの自己評価のAが、私共の主務大臣評価のBに変更されずにそのままAとして残っておりますので、Bに訂正させていただきます。なお、お手元に配布してあるものは、既にBに変更してございます。

それから、項番52も、メールでお送りしたものは年度評価と見込評価のいずれも同様に自己評価のAが残っておりますので、主務大臣評価のBに訂正させていただきます。こちらもお手元の資料では年度評価と見込評価をそれぞれBに変更してございます。

もう一点ですけれども、委員の皆様のお手元にある紙バインダーの最初のところに新しい「評価基準」を入れてございます。これまでは年度評価の評価基準のみだったのですが、これに「見込評価」及び「期間実績評価」、すなわち5年物の中期目標期間の評価をする

ときの基準も追加しました。追加した基準は年度評価基準とほとんど同じ内容でして、総務省が示している評価基準から抜き出しまして、それをつけ加えた評価基準になっております。5年物の評価の仕方は年度評価と同じでございます。

それから、この紙バインダー内のその他の部分は、国民生活センターの業務実績報告書と、その別添資料でございまして、必要があれば御参照いただければと思います。

配布資料の説明は以上でございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 では、議題に移らせていただきます。

本日の議題であります、主務大臣の評価を記入した資料2と資料4の項目別評定表につきまして、まず委員の皆様から御意見をいただくことにし、それを踏まえまして、次の議題として、資料1と資料3の総合評定表につき御意見をいただくという順番で議論を進めさせていただきます。

個別の項目は、時間の関係もございまして、説明は省略したいと思いますけれども、簡単に、特に御留意いただきたい点を申し上げておきますと、資料2の年度評価で言いますと、2点ほど国民生活センターにいただいた自己評価と我々の評価が違っているところがございます。

1つ目が、先ほど申し上げた資料の26番についてです。調査研究の部分ということですが、アウトプット指標としては同じ件数であるけれども、内容的にいいものがあったということでの自己評価Aということだったのだらうと思うのですが、その部分がなかなか分かりにくいのかなということで、我々の評価としてはB評価としているということでございます。

それと、もう一つ、52番については、「消費生活相談緊急情報」の発行の状況ということで、臨時で緊急情報を発出したり、その件数が多いことをもってA評価とされているということだと思います。ただ、そこまで特に優れたということでもないのかなということで、通常のB評価に我々として変えさせていただいております。

5か年の見込評価についても同じでございまして、52番、同じ緊急情報の発行について、国民生活センターの自己評価はAということだったのですが、Bに変えさせていただきました。

この部分だけでなく、全体にかかわることも幅広く御意見いただければと思います。どこからでも結構でございますので、御意見いただければと思います。

升田先生、どうぞ。

○升田委員 個別の話は前回もさせていただきましたけれども、今、課長のほうからおっしゃいましたように、そもそも基準の目標設定をしておられるときの数値目標になっているものと、そうでないものと、おおむね2つに分けることができますと思いますが、数値目標の場合もそう簡単でない場合もあって、例の相模原の件も、なかなか利用度が伸びないという問題で苦労しておられるのは分かりますけれども、いろいろな原因があって、努力が足りないばかりではないというのはおおむね分かるのです。

そういう意味で、数値の点、なかなか目標に達しないということも、1つ難しい問題としてあると思いますけれども、本来、数字は数字として置くとして、内容にわたる面の目標について、どう達成するかというのが、これは私が申し上げるまでもなく、皆さん方のほうでも常に課題としておられるだろうと思います。その場合に、国民生活センターの本来の業務というのは、数字もさることながら、行ったことの成果あるいは効果、あるいは影響力。影響力というのは、いい影響力ということですが、というものが重要で、社会的にも非常に意義があることであるということ、私が指摘するまでもないところだと思います。

そのときに、今もお話がありましたように、それをどうやって評価するかというのは、それ自体難しいわけですが、そこはきちんと自分たちなりに項目をつくられるなり、目標なりを具体的にし、このペーパーはペーパーとしての表現ぶりはあると思うのですが、それを内部で業務執行に当たって、どういう具体的な目標を立てられるかということも、1つ重要なことかと思しますので、ぜひそういうことに留意していただきたいと思うわけです。

その場合に、前回は話題になりましたけれども、それぞれの項目の中で、例えば今年度はどこに目標を持っていくのか。先端のところでお互い認識が違って、時間を費やしたところがあるわけですが、先端と言った場合、どういう分野を今年は目標にするのか。その目標というのは、現在の情勢、あるいは先ほどありました将来の見通しを立てて具体的な目標を表現しておかないと、いつまでたっても評価ができない。

前回、御説明がありました中で、徳島への移転の準備作業をやったかどうかということで評価がBだということで、尻切れトンボになったわけですが、何でも準備しておけばBになるのか。それは幾ら何でも乱暴な話である。ただ、これは国民生活センターだけがやれる問題ではなくて、そのほかの関係する組織が準備に従って着実にやっておられるということは容易に推測できるわけですが、ね。

そのときも、本来であれば、それぞれの年度の目標というのは、こういうことをやるというのが一応前提にはなっているだろうと思います。ほかの項目も同じですが、内容にわたる業務の評価というのは、それ自体、非常に難しいところではありますけれども、ぜひそこをもうちょっと客観化できるように、それぞれの事項ごとに、それぞれの目標を立てていただいて、その目標の具体的な内容が、その時代から見て合理的な目標であることが望ましいと思うのですが、一応、その目標なり見通しなりを立てていただいて、それに向かって御努力いただくことが一番分かりやすいかなという気がいたします。

本年度の評価自身は、先ほど説明がありましたし、前回は国民生活センターのほうから御説明ありましたが、これ自体は合理的で相当なものだと思いますけれども、いよいよますます内容にわたる項目が増えてくるという場合に、もう一工夫要るのではないかなという気がいたしますので、そういったところの配慮を次年度以降にお願いしたいということです。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 ありがとうございます。

長岡先生、どうぞ。

○長岡委員 細かいところになってしまうのですが、全部で3点ほどあります。

まず、7番で、自己評価のところでは、比較する基準とするのを平成26年度実績を上回ることができなかったという評価で、主務大臣による評価のほうでは、基準値である平成24年度実績を下回っているということで、その基準となる年度が違っているように思うのですが。表のほうでは、基準値として平成24年度実績となっているのですね。

同じことが27番でも言えるのですけれども、27番のほうは、主務大臣による評価のところで、基準値は平成26年度となっているので、どの年度を基準にするのかなというのがちょっと分かりませんでした。

2点目として、26番で、これは自己評価と異なっている評価ということですが、主務大臣による評価の評定に至った理由のところは文章が長過ぎて、何がどこにかかっているのか、よく分からないのです。全部が1つの文章になっている。自己評価のところでは、平成28年度から科研費の助成事業として始めましたということがすごく強調されているのですけれども、主務大臣の評価では1つの文章になっているので、余り強調されていないように思えました。

あと、報告書の名称がこれでいいのか、よく分からないのですけれども、「文部科学省科学研究費補助金平成28年度報告書」というものなのか。国民生活センターのほうで記載しているのは、「消費者被害の救済手段と抑止の手法の多様化及び両者の連携に関する比較法政策的研究」というところまでが報告書のタイトルになっているのですけれども、そのタイトル名も「及び」の前しかついていないので、両者の言っていることが同じなのか、ちょっとずれているのか、よく分かりませんでした。

さっき御説明にあったとおり、調査研究の内容のところは多分プラスアルファということで、国民生活センターのほうはA評価にしている。それがはっきり分からないというお話だったので、見込評価のほうを見ると、4年分をまとめた評価なのですが、その中で平成28年度のことが言及されているので、全体としてはB評価ですが、平成28年度の実績をある程度評価しているのかなという文章の書き方だったので、年度評価はAでいいのかなという気もしました。

あと、52番ですが、確かに国民生活センターがどこでAにしたのか。主務大臣評価ではBにしているのですけれども、確かに主な評価指標のところは、アクセス件数も一つの定量的な指標として入っているので、アクセス件数を見れば、確かに平成27年度と比べれば平成28年度は下がっている。だから、Aと言えないということなのかなとも考えられるのですが、単純に配信回数だけを考えれば、かなり上回っているのです、Aとしてもいいのかなという気がしました。

以上です。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 これは、基準年については、事実関係なので、確認した上で直すということとします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 ここで言う基準年というのは、基本的には平成24年度の数字を基準値としています。この平成24年度に比べて、トレンドとしてずっと一貫して上がって28年度に至っているような場合もあれば、一貫して下がってきたのだけれども下げ幅は縮小してきている場合とか、トレンドとしては下がってきたが28年度は反転して盛り返しつつある場合とか、逆に、平成24年度よりレベルはまだ上回っているのだけれども近年のトレンドとしてはどんどん下がってきているとか、いろいろなケースがあります。

それを年度評価では総合的に評価しますが、前年度との比較を主としつつも、基準年からのトレンドも考慮する必要があります。例えば、28年度が27年度より2割以上高いレベルにあり、この点ではA評価となり得ますが、基準年の24年度の実績値から年ごとに成果を下げて27年度に至り、その低いレベルとなった27年度に対して28年度が2割以上高まったとしても、依然として24年度のレベルには達していない、というような場合には、28年度をA評価とするのは過大評価であろう、という判断をする場合もあります。

見込評価のほうは4年間の実績が出ていますので、それら全体としてどうかということ判断して、その全体としての実績が24年度より平均的に上回っている場合もあれば、ちょっと下回っているとか、いろいろなケースがありますので、年度評価と必ずしも一緒ではありません。

26番につきましては、国民生活センターの自己評価は、年度評価はAですが、見込評価はBということでございましたので、私共も26番の主務大臣の見込評価については国民生活センターのBの自己評価を踏襲させていただいて、Bとさせていただきます。

52番は4年間の実績が既に出ていて、配信回数は平成24年度、基準値40回でございまして、28年度は68回と2割以上上回っているのです、Aだと思います。

それから、アクセス件数ですが、これも件数としては、平成24年度に比べまして2倍ぐらいになっているのですけれども、トレンドとしてはずっと上がってきたものが、28年度には前年度に比べて、このペースで行くとアクセス件数がもっと増えていいのではないかと思いますけれども、そこが落ちているということで、基準値である24年度に比べれば、これは2割以上上回っているのです、Aなのかもしれませんけれども、トレンドが減少傾向にあるのかなということで、これは29年度も半年ぐらい実績が出ていますので、そこで盛り返していればいいのですけれども、そこも不明なことを踏まえ、AからBに下げさせていただいたという判断でございました。

今の点、御質問等あれば。

○長岡委員 26番については、見込評価のほうではBで、国民生活センターさんもBですが、年度評価のところ国民生活センターのほうAなのにBにしたのはなぜかなと思って。この年も、年度だけで評価することをやっていると思うので、28年度で見れば

どうなのかなと。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 26番のほうですか。

○長岡委員 はい。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 26番の自己評価がAに対し、主務大臣評価がBになっている理由ですね。

○長岡委員 恐らく国民生活センターさんのほうとしては、平成28年度から新たな取り組みとして、科研費助成金で報告書をつくりましたよというところを強調しているのかなと思ったのですね。その分をプラスアルファとしてA評価としたのかと思ったのですが、主務大臣の評価では、その理由の文章でも余り強調されていないので。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 これについては、判断をどうするかというのは我々としてもやや迷ったところではあるのですが、確かに科研費の研究をしたということが高く評価するのであれば、この有識者会議のコメントの中でAが妥当じゃないかということであれば、それはあり得るのかもしれない。

ただ、一方で、収集した情報を広く国民に情報提供すると目標に掲げていますので、その観点で、研究の成果が広く情報提供されたとまで言えるかどうかということもあわせて検討した結果、迷ったのですけれども、Aというところまではいかないのかなという判断をしたわけでありまして。ただ、特にこの研究の内容を高く評価してもいいのではないかということであれば、これをAに変えるということはあるのかなと思います。

○長岡委員 特別なことではないというのであれば、見込評価のほうで、25年度、26年度、27年度、28年度と4年分あるにもかかわらず、評定に至った理由のところでは28年度の分しか取り上げていないので、28年度を評価しているような書き方になっていると思ったのです。だから、年度評価としてはAでいいのかなという気がしました。国民生活センターさんの肩を持つわけではないのですけれども、文章の書き方としても平成28年度を評価されているような気がします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 26番の年度評価のところについては、文章が長過ぎて意味が分かりにくいという御指摘もありましたので、これは修正しなければいけないと思っています。あわせて、確かに年度評価のほうだけでなく、5年間の見込評価についても、平成28年のことだけを特筆しているような形で書いていると、4年間の評価ではないのではないかということだと思いますので、これもあわせて文章を修正させていただこうと思います。

その上で、おそらく5か年の見込評価についてはBで変わらないだろうと思いますけれども、特に28年度の年度評価について、Aが妥当なのか、Bが妥当なのかというところについては、本懇談会の委員御意見に合わせての修正をしようと思います。

升田先生、どうぞ。

○升田委員 基本的には、計画と基準の指標と、その評価に係るわけですね。見ますと、年度計画というのと主な評価指標というものがもちろん決まっているわけで、ここをどう



読むかだと思えます。年度計画においては、いろいろ情報収集して分析するのですけれども、確かにさっきおっしゃったように、広く国民に情報提供するというのが計画になっているのですね。私も学校にいるものですから、科学研究費助成事業に採用されるというのは非常に重要なことで、研究のいろはと言うと何ですけれども、これをとること自体が大変なことで、この研究を進めたというのは非常に高く評価されるべきだと思うのです。

ただ、それが研究事業なのです。本来、研究事業というのは、大学などでやるときもきちんと公表しなさいということになっていて、公表されたものがどう利用されたか、ちょっとよく分からないところがありますけれども、ここはそういう事業に申請して、それを獲得されて研究成果が出たというのは、一般論としては非常に努力されたという一つの重要な事実だと思うのですが、情報提供されたかどうかということが、少なくとも公表しないといけないということになっていることは否定できないので、その点をどう評価するかだと思えます。

ただし、問題は、そのようなことを言っているだけでなく、主な評価指標というのが別にあって、ここではいろいろ書いてあって、実は数値的な指標が多いのですね。その他の指標として、調査研究等の内容ということになっていて、おやりになった研究の内容も実は評価しないといけないのですけれども、よく見ますと、調査研究の情報提供件数という、恐らく国民生活センターとしては嫌なことが書いてあるわけで、評価指標としては、ここの評価だと思うのですね。ですから、計画としては、広く国民に情報提供するという計画があって、それをどれだけ件数を提供されたかということだと思えます。

私も別にAとかBとか、どちらがいいとか悪いという確定的な意見はないのですけれども、もし可能であれば、そこを消費者庁において国民生活センターから聴取されて、その結果を踏まえて最終的に御判断いただければ、私は別に構わないと思えます。

○国民生活センター松本理事長 今の点について、事実の部分だけ補充させていただきます。3年間の科研費をいただきまして、今、2年目ですが、3月末に百数十ページからなる28年度の報告書をまとめて、ホームページで公開しています。アクセス件数が何件あったかというのは、すぐには分かりません。これは、国民に情報提供するということの中身を何をもって評価するかという話になってくると思うのです。

ホームページのアクセスとは別に、報告書をもとにして、29年度に入ってからになりますが、29年5月に比較法学会という学会で1日シンポジウムをやりました。専門家相手ですけれども、報告した上でディスカッションするということをしています。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 ありがとうございます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 瀧澤先生、どうぞ。

○瀧澤委員 今の件ですが、「国民生活研究」の発行回数の基準値が4回に対して、今期まで過去4年、ずっと2回なのです。そのこと自体は、私が想像するに、回数が多いことがいいこととは、国民生活センターのほうで判断していらっしゃるのではないか。その辺の御事情もちょっとお伺いできたらどうかと思えます。

○国民生活センター西総務部長 「国民生活研究」については、24年度までは年4回、定期的に発行していましたが、25年度から新計画になって、予算的なことが大きいですが、回数を減らしたということはありません。ただ、2回にしたことによってページ数を増やして、情報提供量としてはそれなりにしているところですが、回数自体をこの中期計画中に減らしたというのがあります。

○瀧澤委員 ということは、主な定量的指標のところに発行回数と書いてありますけれども、単純に4が2になっているから減点という判断はしないほうがいいと。

○国民生活センター西総務部長 当センターとしてはそう思います。

○瀧澤委員 今、伺った範囲では、私もそう思いました。

○国民生活センター西総務部長 あと、情報提供件数は、こちらの資料の作成で抜けていましたが、科研費によって、今、理事長が申し上げたとおり、報告書を1回提供していますので、回数ということだけで言えば、28年度はプラス1。調査研究の1、「国民生活研究」の2、それ以外に科研費による報告書が1という形になるということです。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 そうしますと、特にアウトプット指標で示している、まさに今、瀧澤先生が言われた部分ですけれども、その部分が通年ベースなので、そこが情報提供がしっかり行われたという材料になっていないというのが気になっていたのですが、それが限定材料にならずに。加えて、科研費の調査研究の内容についての情報提供を追加で行ったと言える状況でもありそうだとすることであれば、これはAでも差しさわりはないのかなと、我々評価する側としては思います。

○升田委員 科研費の件は、さっきのところと言う情報提供件数というのが、ホームページか何かに提供したというだけでは、広く国民にと書いてあるものですから、評価は別ですけれども、広報の内容として、こういうものを載せていますよということが周知されるというのが趣旨だと思いますから、やっておられる実際の内容は分かりませんが、それが研究そのものではなくて、どういう場合に意味があるのかということも含めて提供されるというのが多分本来の筋で、従来、学会で提供される、本を書いて出版するということがあります、それはそれとして重要だと思いますけれども、国民が利用しやすい形で提供されるというのが本来の趣旨かと思しますので、そういう工夫もしておかれれば、Aだけではなくて、Sにもなる可能性もあるということです。伺っていると、常に目標がAしかないように聞こえるのが、やや残念な気もするわけで、もっと上を目指していただきたいという気がいたします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 そうしますと、1つは、具体的な評価基準をしっかりとさせておくということの御指摘だと思うので、それは次期目標を立てるときに反映させていく、それと、情報提供については我々事務局としても、もう少し具体的に科研費の報告書について、補足的にこういう情報提供をしたのだと強く言えるものがないかどうかということ、また国民生活センターから聞き取った上で、今のところ仮の評価としてはAで妥当ではないかという御指摘だったと思いますので、それをベースに最終案を

調整させていただければと思います。

もう一つ、52番のほうについても御指摘いただいていたけれども、これについては、アクセス件数だけを見ますと、基準値が平成24年度ということなので、それに比べると大幅に増えていると見えるのだけれども、我々としては、ほかの年度に比べて、これまでの年度はB評価だったわけですがけれども、特に評価が上がるほどの大きな数値上の上昇と言えるかどうか。そういったことを考えて、通常ベースの評価でよいのかなと思ったのですが、これについても、少なくとも目標を2割以上超過して達しているわけなので、よいのではないかという御指摘をいただいたところですので、この点についても、あわせて引き続き御議論いただければと思います。

○升田委員 私は、基本はトレンドが前提になると思います。あるとき、件数が、がくつと落ちて評価はC。その次の年、ぐっと伸びたといっても、トレンドから見るとそうでもないというときには、こういうがった見方をすると何ですけれども、「Aをとらんがための操作」はないとは思いますが、そういう問題も惹起しかねないわけで、これは確かに各年度評価ではありますけれども、計画の中での各年度評価ということは、基本的にはそういう位置づけではないかと思います。前年度と比べた件数の比較だけではなくて、そこはトレンドも含めて。

具体的にどういう場合があるか、ケース・バイ・ケースだと思いますけれども、本件52番については、前年度というか、その前の段階から見ていると、必ずしも「よくやっている」というA評価というほどではないのでは、という気がするのです。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 西部長、どうぞ。

○国民生活センター西総務部長 52番になぜA評価をつけたかという点、基本的に中期計画の計画自体は2回以上発行すると、発行回数だけに視点を置いているということと、そもそも「消費生活相談緊急情報」というのは業務参考資料になりますので、一般の人に提供していないという中で、資料的なところで各消費生活センターの相談員とか行政職員の方が見られている。一般啓発誌ではないということですので、特にアクセス件数が右肩上がりに上がって購読者が増えるという性質のものではないのではないかと、回数だけに視点を置いてA評価をつけたということです。

○瀧澤委員 ちょっと難しくよく分からない。では、52番のアクセス件数というのは、一般の人の件数ではないということですね。

○国民生活センター西総務部長 ありません。そもそもアクセス件数を入れたのがよかったのかという議論がありますけれども、これは自ら入れたところであります。

○瀧澤委員 アクセス件数でちょっと不思議だなと思ったのですが、ホームページの話は多分一般の人の話だと思いますけれども、31番のホームページ上の「国民生活」は、中期目標期間はすごくアクセス件数が増えているのです。逆に、36番の「消費者トラブルメール箱」とか「FAQコーナー」は減少しているのです。同じホームページなのに、これだけ違うというのはどういう理由があるのでしょうか。済みません、先ほどの話とは直接つ

ながらないのですけれどもね。

○国民生活センター西総務部長 Web版「国民生活」については、以前は特集記事とかトピック的なもので件数が上がったりして上下したことはありますけれども、前回もちょっと御説明させていただいた、近年、恒常的に五、六千件ぐらいアクセスがあるということで、当センター自身もなぜなのか、なかなか調べ切れないところがありますけれども、内容的なものをリンクを張っていただいているとか、そういう形で読者の人が見られるようなところで紹介いただいているということかなと推察しているところです。

○瀧澤委員 同じURLでずっと継続しているということ。

○国民生活センター西総務部長 どこかで御紹介されていて、それを通じて見ていただく方が増えて、恒常的にいるという形なのかなと思います。

逆に、FAQの関係で件数が減っているのは、トラベルメール箱に寄せられているというのは、情報通信関係の相談がかなり多かったところがあって、その関係でFAQとかで紹介していたのですけれども、近年、トラブルが多いということで、さまざまな機関が情報通信関係のトラブルの解決とか、気をつけましょうということで周知しているところがありますので、そういった関係で、わざわざ国民生活センターのFAQのところを見なくても、ほかの機関を見ることによって解決しているということがあるのかなと考えております。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 升田先生、どうぞ。

○升田委員 これも先ほど申し上げたところと同じで、数値目標を立てるとそういうことが往々にして起こるので、基本的にはルールに従ってやるしかないわけです。そうしますと、52番の年度目標、ほかもそうですけれども、年度計画を立てられて、それを評価する評価指標を立てるわけですね。今、おっしゃった中で、確かにアクセス件数を入れてしまったという表現ぶりからすると、入れなければよかったという、何か含みがおありなのかもしれませんけれども、アクセス件数を定量的評価指標に入れている以上、今おっしゃったように、ここだけは今回、ちょっと調子が悪いからネグりましょうと必ずしも言えないわけです。いわば自業自得であると言うと、これ厳しいかもしれませんけれどもね。

書いてある以上、それも考慮事情として考慮すべき。問題は、どういう考慮をするかということだと思ふのです。さっきの別件の分ですと、200万件台とか、そういう非常に大きなアクセス件数があって、それは250万件が240万件になったからけしからぬ、減少ではないかという問題ではなくて、基本的にアクセス件数というものをどう捉えるかというところの評価は、なお検討する余地があるとしても、ずっと行っていて、がくっと落ちているということは、評価をしないでいいとは言えない。

そうすると、問題は、ここの評価を今、御説明のような理由で評価から排除するというのは、これは評価としては疑問が残るといふ、非常に形式論理的な話に終始しているわけですが、そういう部分は考えていかないといけない。

なお、そのところをどう評価するかという分析は必ずしも十分ではないとすれば、こ

れも事務当局のほうで国民生活センターに事情を聞かれて、最終的に御判断されても、私個人としては全く問題がないという気がいたします。

○国民生活センター松本理事長 今の話を聞いて、評価の仕方がよく分からないところがあります。すなわち、中期目標で数字が出されている。それにあわせて中期計画でも数字が出されている。その数字を達成できなければ、Cがつくのですが、数値を達成してもAにならないという理由がよく分からないです。

話を聞いていると、毎年順調に増加しない限りだめかのようにおっしゃっているのですが、そうであれば、中期目標のところを毎年10%ずつ増加させるとか、そういうふうに書かれれば、それは数字で書かれたのだから、増加率がダウンすればだめだというのは分かるのですけれども、数値目標を達成しているにもかかわらず、前年度より低いから評価を下げるというのが、ちょっと理解できないのです。

それであれば、Cのついている項目が幾つかございますけれども、前年度より稼働率などは若干よくなっているわけです。だけれども、目標の8割に達していないということで、前年度より少し上がってもCはCで、それはやむを得ないと思います。そのあたり、達している場合と達していない場合の基準が違うというのが、ちょっと理解しにくいです。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 確かにおっしゃるとおりのところがあって、単純にアウトカム指標の基準年が24年度と書いてありますので、そこから2割以上超過して達成しているのだからと言われると、それは確かにそうなのかもしれない。そうすると、例えば平成26年もほぼ同じような水準だと思いますけれども、そのときはB評価になっている。それとの並びでどうだろうと思ったときに、通年に比べて、この28年度が特に顕著だったかと言われると、そこは悩ましいなというのが、我々としてここをB評価にした理由になっています。確かにおっしゃるとおり、超過達成しているのではというのは、我々もちょっと悩んだところではあります。

ただ、これもあくまでも冒頭のときにお示しした評価基準にのっとってということであれば、Aでも理屈は立つのかもしれませんが、少し引き続き議論いただければと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 もう一点補足させていただきますと、52番の中の3つの指標のうち「消費生活相談緊急情報の発行」については、4年間、100%の目標達成です。これは示された基準から判断すれば、120%以上でないAにならないので、100%の目標達成ということでBです。評価基準が示すこのBという評価は、Bが悪いという趣旨では全くなくて、きちんと目標達成したというのがB評価の考え方ですので、月2回以上掲載の「消費生活相談緊急情報の発行」は、きちんとB評価を達成しておられるということです。

そして、この52番の「全体の評価」をAにする場合、その理由としては、他の2つの指標がかなり良い成果を示す必要がありますが、「配信回数」は平成26年度63回に対して、平成28年度は68回と、5回上回っているというプラス材料はあります。ただし、平成26年度63回のときの52番全体の評価はBですので、そのBに比べて平成28年度68回の5回プラ

スということが、自己評価におけるA評価への有力な変更理由になっているかと思えます。

他方、「アクセス件数」は、基準年の平成24年度に対し、その後の25年度、26年度、27年度と順調に増えてきましたが、28年度になると前年度の27年度より減少しており、そこをどう見るかということで、課長からも申し上げましたように検討したのですけれども、52番の上のほうの「月2回以上掲載」はB評価であるため、これに加え、下のほうの「配信回数」と「アクセス件数」を考慮して、52番全体の評価をAまで、つまり全体として20%以上引き上げるという非常にいい評価として変更するかどうかというときに、下の「配信回数」はプラス材料であるものの、「アクセス件数」のほうが、理由は判然としませんが前年度の27年度に比べて落ちている。基準年の24年度は上回るレベルにある一方、あくまで前年に比べてですが「アクセス件数」が反落している中で、全体の評価をAまで持ち上げるのかどうかというところが、ぎりぎりの判断でございました。

一応、補足させていただきました。

升田先生、どうぞ。

○升田委員 組織を運営されるときに御苦勞というのは、別に誰も否定しているわけではないわけですが、前年度実績が出てきますと、一般社会で言うと増収増益、常に前の年と比較されてパフォーマンスが評価されるというのはやむを得ない、一般的な考え方だと思います。

そうしますと、問題はB評価というのは何かということで、これは確かにBだと、Aではないというので、非常に低いイメージを持たれるかもしれませんが、さっきの解説がありましたけれども、よくやっているという評価で、Aというのは何かというと、すごくよくやっている。Sというのは、ほとんど見られないほどよくやっているという話で、このシステムが始まる前は、よそは非常にSを乱発しておられるところがあって、それで統一化されたといういろいろな経緯があって、Aというのは本当によくやっているということ、しかも、関係の方が努力しておられることについてよくやっているかどうかを判断しているわけではなくて、努力の「結果」を判断しているだけなのですね。

これは、事柄の性質上、やむを得ないところがあるわけですが、御努力は決してよくやっていないなどということは誰も言っていないわけで、「結果として」すごくよくやっているかどうか、特筆すべきという趣旨だろうと思いますので、それはそれとして、指標を立ててしまった以上、それをどの程度考慮するかは、それぞれケース・バイ・ケースだと思いますけれども、それを見て、前年と比べて本当によくやっているというのを考慮しても、結果としての前年比で判断することが、あながちだめだということとは言えない。むしろ、よくありますけれども、前年比幾らみたいなのも重要な要素かと思えます。

今後、いろいろ検討されると思いますけれども、具体的にどういう指標をどうするかは、事務当局と国民生活センターのほうでよく協議していただきたいと思えます。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 分かりました。

長岡先生、どうぞ。

○長岡委員 比較すべき「基準の指標」がはっきりしていないですね。このときは24年度の基準値、このときは26年度、このときは前年度と比較となると、評価する主観が入ってくるというか、いいところ取りをしてしまうので、最初の指標の立て方をしっかりしたほうがいいと思います。今回の52番は、BでもAでも、どちらの意見も合意できますので。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 次回以降、目標を立てるときにクリアにしておかなければいけないということだろうと思います。

ただ、指標だけを見ると、基準値を2割以上超過達成していると見えなくはないので、そこをどうするかというのは我々も悩むところではあります。超過達成しているけれども、通年と比して特に顕著かと言われると、これは悩むところでございます。

瀧澤先生、どうぞ。

○瀧澤委員 この52番は、AでもBでも、皆さんの議論のとおりです。

先ほどの科研費の件がありましたけれども、もともとの指標にないことでも、すごくよくやられているなど伝わってくるので評価しやすいのですけれども、こういうものは多分ルーチンで、回数をやられることも、また大変なことで大事なことだと思うので、しっかり評価しなければいけないと思いますが、なかなか評価が難しいですね。

○国民生活センター松本理事長 確かに、緊急情報に関しては、この数値は何件流したかというアウトプットです。アクセス件数は、ややアウトカム的なものもありますけれども、もう少しアウトカムをはっきりつかもうとすれば、相談員の人から、役に立った、役に立っていないというアンケートをとるというのも1つ考えられるのではないかという気がいたしました。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 それも次回の中期目標のときに考えてみるということかと思います。

そうしますと、この52番の部分はどちらでも理屈が立つということですので、この場でこの部分だけに時間をとるのも申しわけない気がしますので、引き続き内容について国民生活センターから聞き取った上で、どちらかに決めて、こういう理由でAなりBなりにしましたということで、後日、またメール等で御相談させていただくことにしようかと思います。

今回、特に評価が違うところを中心に議論のポイントを申し上げたのですけれども、それ以外のところで、例えば表現ぶりが分かりにくいとか、直すべき点があるかもしれませんので、そういったところもあわせて御意見いただければと思います。

升田先生、どうぞ。

○升田委員 前回は申しあげましたので、特にないのですけれども、これは実情として、国民生活センターのほうでは毎年、今年は全項目Aをとりに行くぞという基本的姿勢でおられるのか、余りそういうことは意識なく業務をしておられるのか、どうですか。

○国民生活センター松本理事長 全項目Aをとりに行くぞという強い意気込みはないです。目標を着実に達成するという、C評価にならないようにすることが大事で、一部で頑

張ってAをとろうということです。特に、前年Aをとっているところは、今年もそれを目指そうという意識はありますし、前年Aでなかった項目でも幾つか目指していきたいと考えています。

○升田委員 そうすると、業務内容も国民生活センターのほうの見方として、ここは非常に重要だと思われるところはAをとりたいという御希望もあると思います。そうすると、数値目標の分は相当達成するとしても、非常に微妙な事案になると、さっきのような議論がどうしても出てくるとなると、自己評価のときに具体的に特筆すべき、今年はこのところを重点に置いて、これを達成したということをお書きいただくことができれば、多分分かりやすいと思います。

さっき申し上げましたように、主な評価指標がきちんと書いてあるわけですから、それをまずきちんと把握されて。それ以外にもこれは評価しないということではないわけでしょうから、その辺を御説明いただいた上で評価をしていただくというのが一番分かりやすいのではないのでしょうか。ここで三者（国民生活センター、消費者庁、委員）が最初から評価が同じであるというのも、やや気持ちが悪いですし、変だと思imasるので、ディスカッションして、こここのところはこういう理由でAだと。それに向けて1年努力されるということもあるわけでしょうから、そこを素直にお書きいただいたほうがいいのではないかという気がするのです。

それから、数字のトレンドの話も、これは世の中でもしばしば起こることで、社会環境とか経済環境のせいにしてしまいがちですけれども、それなりに御努力いただいた結果、この数字であるということが分かれば、それはそれなりの考慮ということになると思imasるので、そのやり方と表現ぶりを少し工夫していただくと分かりやすいのかなという気がします。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 ありがとうございます。

その他、ございますでしょうか。瀧澤先生、どうぞ。

○瀧澤委員 今の升田先生の御発言にも関連するのですけれども、評価指標で主な定量的指標がないものが幾つかありまして、特に情報発信のところを見ていますと、例えば29番とか30番。内容だけ見ますと、29番はJ I Sのウェブアクセシビリティの調査をして、どこに問題があるかを解析して、次年度にこれを解明していくというように、すごくシステムチックに取り組まれている。あと、地震災害のときの便乗商法への注意喚起とか、現場でやられている方の前向きな姿勢がすごく伝わってくると感じたのですね。

そういうものを今、自己評価でBだとしたら、私たちがそうだろうなと受け取るのですけれども、升田先生のお話ではないのですけれども、それをAと判断するには、今後どういうふうにしたらいいのかなと思って読んでいました。ちらちらと見えてくるものだけ見ると、すごく臨機応変に、30番もそうですけれども、社会的ないろいろな事件・事故が起きたときに即座に対応してやられている、現場の方々の前向きな姿勢というのがすごく伝わってくるのですけれども、それをさらにパワーアップしたものと評価するには、どうい



ふうに取り組みましたらよろしいのでしょうか。

○国民生活センター松本理事長 大変難しい御質問だと思います。定性的な指標しか与えられていないものの場合に、どういうデータを出せばAという、数値目標的に言えば2割以上の達成をしていると評価していただけるのかということ。つまり、緊急事態が生ずればきちんと対応しますというのは、ある意味で当たり前と言えれば当たりの話で、緊急事態が年間2件以上とか、そういう数値目標は立てられませんから。

それが、今年は地震・台風が多くて、緊急事態が何件もありました。それらにきちんと対応しましたということであれば、我々からA評価だと言えるケースもあるかと思えますけれども、それは終わってからといいましようか、事前になかなか難しいのではないかとこの感じがいたします。

○瀧澤委員 1つは、冒頭、升田先生がおっしゃったように、社会に対する結果としての影響力のようなものですかね。年度が終わってからの評価ということであれば、事件・事故が1回であっても、それが国民のものすごい人数の人たちの行動を何らかの形でアシストするような結果につながったのであれば、そこで携わっている現場の方々の力がすごく効いたという評価になるのではないかと思うのですけれどもね。

○国民生活センター松本理事長 おっしゃる趣旨は分かるのですけれども、それが国民のどれぐらいの方に浸透したかということを出せるかということ、例えばTwitterで何リツイートされましたというのも一つの参考基準にはなるかもしれないですけれども、消費者行政で、特に情報提供とか消費者教育の分野は、具体的に国民の行動にこういうふうに影響を与えましたというアウトカムを出す仕方が、まだ確立していない。まさに、最初におっしゃったことに換言されてしまうという感じがします。

○升田委員 語れば尽きないところはあるのですけれども、問題は業務の実績の評価というのは、まず自己評価から始まるわけですね。そうすると、自己評価でこうなのですよと言われたら、最高、それなのです。ですから、見方を変えたほうがいいのではないか。おれたちはやっているのだというお気持ちがあれば、それを素直に表現していただく。こんなことを言うと、私も自分で自己評価せざるを得ないというか、大学もそうですからあれですけれども、そこが基本だと思います。

ですから、ここでお書きになっているのが最大限のものとして見るほうは見るわけですから、それをいや、行間を読んでCをBにしてくれというのはなかなか言えないわけで、そこはみんなSだというぐらいの気持ちを持っていただいて、お書きいただくという姿勢のほうが通じるのかな。確かに、日本社会も変わりつつありますので、ぜひそういう気持ちでと思うのですけれどもね。

○瀧澤委員 定量的指標のないものをBとして出されたら、追認する以外にはないと思いますので、こういうものをAとして書かれたときに、どういう理由がありますとちゃんと書いていただければ、多分Aで評価できるのではないかと思いますので、リツイートも含めて、ぜひ前向きをお願いします。

○国民生活センター松本理事長 次年度以降、御助言に従って行いたいと思います。数値目標が定められているものに関しましては、記述的なところを補うことによって評価を高目にするという言い方はおかしいですけれども、評価を根拠づけるような記述を加えていくつもりです。数値だけで単純に低い評価とならないように、こういう点があるということも補っていきます。数値目標のないものについて、もっと強気に出ろということは、今後検討したいと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 ありがとうございます。

ほかにございますでしょうか。もしないようであれば、先ほど評価が分かれたところ、宿題になりましたので、数日間、我々のほうでも検討しますので、もしお気づきの点がありましたら、また後日、メール等でお知らせをいただくことにしてはと思います。

その上で、今、個別の評定について御確認いただきましたけれども、1項目だけ評価がペンディングのところが残った形になっておりますが、全体評定には大きく影響しないかと思っておりますので、全体評定について御説明させていただければと思います。

全体の総合評定については、それぞれとじてあるものの一番上のものがそれに当たるわけでございますけれども、まず資料1、年度のほうの評価についてであります。これについて、ページの下半分のほうが評価の内容でありますけれども、項目の中で86%がB評定であったということで、総合の評定としてもB評価になるのかなということでもあります。

その上で、3ポツのところ改善事項等、指摘する欄でございますけれども、そちらについては、特にC評価になったものを中心に記載してございます。

1つ目の項目は、随意契約についてということでございますけれども、引き続き競争性・透明性に配慮していただくことであるとか、必要な情報公開をさらに進めていただくこと。それと、今回、電力の調達のときでございますけれども、途中で事業者さんが事業を継続できないという不測の事態でありますけれども、そういったときにも的確な対応をとれるようにということを指摘事項として項目の1つ目にしました。

もう一つは、相模原の研修施設の稼働率と研修の受講人員について、一部、定員の充足状況がよくないところがあるということでもあります。これについては、特に研修の内容について、企画で工夫されたり、広報活動を一層推進していただくといった取り組みをしていただきたいということを改善事項として記載してございます。

それを踏まえて、5か年の見込みのほうについても同様でございます。資料3の一番上のものがございますけれども、下半分のところが評価内容になっておりまして、同じような考え方で、全体の評定としてはB。それで、改善事項として指摘するものについては、相模原研修施設の稼働率と研修の受講人員の充足状況。それについて同様の指摘をしているということでございます。

これについても、引き続き御意見を賜ればと思います。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 長岡先生、どうぞ。

○長岡委員 年度評価のほうですけれども、項目別評定で指摘した改善事項のところ、

相模原研修施設においては、前年度が初年度で、その初年度でCだったからということで、たしか去年も書いたと思います。これは、今年についてもCなので、引き続きということでは分かるのですが。

もう一点、随意契約の見直しに関してですけれども、これについては、前年度がBで、今年度はCになったということで、BからCになったということに関しては、ほかにも63番ですか、研修事業の充実というところでBからCになったところがあって、2年連続でCというものもほかにあるのですが、その中で特に随契の部分だけをここに取り上げたのはなぜかなど。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 この研修の充足の部分については、2つの項目の中で、研修施設の稼働率のことだけでなく、研修の充足率、企業の研修とか消費生活サポーターの研修について、評価がCになっているものがありますので、それについても企画を工夫するようにとか、そういう指摘をしたということです。ですので、我々としては、C評価を年度評価でつけたものは網羅する形で記載したつもりですのでけれども、もしこれで分かりにくいということであれば、表現ぶりをちょっと考えたいと思います。

○長岡委員 去年はC評価のものをここに全部書いたのですでしたか。相模原以外のものはありましたか。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 去年はラスパイレス指数が公務員水準を上回ったため、相模原関連以外ではラスパイレス指数につき指摘事項として書きました。

○長岡委員 基本的にはC評価を全部書いた。

○消費者庁消費者教育・地方協力課古川課長補佐 そういうことでございます。去年は2種類、研修・宿泊施設の話と、ラスパイレス指数の話、これは公務員基準を上回ってしまったという。今年はラスパイレスの話がクリアされていますので、記載しておりません。

今年登場したのは随意契約ですけれども、電力について、国民生活センターは、安易に東京電力と契約すればいいということではなくて、いろいろな事業者から一番安いものを選んで努力してやっているという中で、その事業者が電力供給事業を継続できなくなったという特殊事情があったので、随意契約に移らざるを得なかったという事情がございました。もし、普通に東京電力と契約していれば、そういうことは起きなかったのでしょうか。前向きに経費節減とか、いろいろなことを図った上で入札したりしながら、最も安い事業者を選んでやっているという努力の中で、たまたまマイナス面が出たという特殊事情かと思えます。

ただ、それによって随意契約になってしまって、自己評価についてもCということでございましたので、私共も、次年度以降は改善して前に戻ると、B評価に戻るような状況になるという予測のもとに、今回、28年度評価については自己評価のCを踏襲させていただいたということでございます。前向きに調達とか経費節減に努めておられる中で、一定のリスクもあるということではこれで分かりましたので、今年度はCと評価した上、今後はそう

した点に留意しつつ改善がなされることを期待し、指摘事項とさせていただきます。

以上ですが、よろしいでしょうか。

○長岡委員 分かりました。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 ほかにございますでしょうか。

瀧澤先生もよろしいでしょうか。

○瀧澤委員 総合評定については特にありません。その他につき意見の機会はあるのでしたか。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 その他につき御意見がございましたら、今、頂戴できれば。

○瀧澤委員 これは、もしかしたら伺ったかもしれないですけども、社会が急速に変化してきています。1つは、日本社会独特の少子高齢化とか東京一極集中とか、そういう社会的な構造変化がありますけれども、もう一方で、SNSであったり、先ほどTwitterのお話もありましたけれども、Facebookとか、個人が情報発信して、これからそこにいる色々な物がつながっていく。情報と物がつながっていくときに、そういうことを推進する他省の施策などを見ていると、そういう世界をバラ色のように描いて加速しようとしています。世界がどんどん変わっていくと思いますけれども、今、見えている情報化社会に入ってから消費者のトラブルから見て、将来どういったトラブルが起きるのか。

多分、現場の情報をたくさん拾われている皆さんが一番詳しいと思いますけれども、そういうことは、例えば科研費の研究でなくてもいいかもしれませんが、社会を予言するようなところに少し力を割かれてはどうかと常々考えています。そういうことを推進する側と警告を発する側が情報を密にやりとりしながらやっていかないと、多分とんでもないことがいろいろ起きるのではないかと考えています。国民生活センターは今からそういう準備ができる一番最先端にいらっしゃるのかなと感じております。

以上は、個人的に捉えている感想に基づく意見ですが。

○国民生活センター松本理事長 今の御意見に対してですけども、つい先日、平成28年度のPI0-NETにおける相談情報の分析結果をメディア向けに公表しました。そこで1つ出ているのが、広い意味のデジタルコンテンツ絡みの相談件数が非常に増えているということで、デジタル情報の消費をする中で、トラブル、詐欺も含めて、そういうものが大変増えていることがはっきりしました。

他方でもう一つ、国民生活センターの使命は、国民・消費者に対して確かな情報をきちんと伝えて行動していただくことにあるわけで、それで先ほどからきちんとそういう数字を出せということをおっしゃっているわけですが、我々、従来はマスメディアを重視していました。いかに新聞やテレビに取り上げていただくか。とりわけテレビというのは、積極的に見ようとしなくても、何となく目や耳から入ってくるから意味があると思っていたんですけども、先日、国会議員の先生方が視察されまして、最近の若い人はテレビを見ませんよと言われました。

そうしますと、どうやって伝えればいいのか。SNSでこちらからプッシュ型で伝えるような工夫をしないとだめなんだろうか。逆に若者たちが何を根拠に動いているかという、おっしゃったようにSNSの半分フェイクニュースのようなものに動かされているようなところがある。そういう意味で、取り合いといえましょうか、偽ニュース側と正しいニュース側とで、いかにアプローチするかというところを争っているようなところがあるという感じがしています。

では、我々がどういうふうにしてテレビも見ないような人にアクセス、こちらから積極的に情報を届けることができるのかというのは、なかなかこうすればというのが出てこなくて、とりあえずFacebookを今年に入ってからでしたが、始めたところです。

○消費者庁消費者教育・地方協力課金子課長 そのほか、御質問、御意見ございましたら、お願いいたします。

もしないようでしたら、ひとまず、今年度最終回のつもりで開催いたしておりますので、この評価案について、一、二点、我々が宿題を負った形になっておりますけれども、それについては、また後日相談させていただくことを前提に、この全体の評価として平成28年度の年度評価と中期目標期間の見込評価、それぞれについてB評価として、先ほど申し上げた改善事項について記載するということが評価の内容としてよろしいかどうかということ、委員の皆様から御承認いただければと思いますけれども、よろしいでしょうか。

御承認、ありがとうございます。

それでは、2つの項目については、先ほど御意見いただきましたものをベースに、最初の調査研究については、我々はBの評価と申し上げたのですが、これはA評価が妥当ではないかということ、それに加えて、情報提供について、もう少し加筆すべきことがないかということ、国民生活センターから聞き取った上で加筆させていただく、もう一つの52番の緊急情報の発行については、AでもBでも理屈は立つのだけれども、基準値からの超過達成というところを強調するのか、通年ベースと比べてトレンドといいますか、それとの並びで通年ベースのB評価が妥当だとするのか、根拠が明確になる形でこれもあわせて加筆させていただく、ということで後日、相談した上でこれを確定させたいと思っております。

それで、今後のスケジュールでございますけれども、これを御了解いただいた上で、主務大臣の評価案については、大臣の決裁を得た上で、総務省への提出期限が、5か年の見込評価については8月25日、年度評価については9月1日となっておりますので、それに間に合うように提出させていただければと思っております。

議題としては以上でございますけれども、御質問、御意見、もし言い忘れたということがございましたら、この場でお願いできればと思いますが、よろしいでしょうか。

特にならなければ、今回の第2回目の有識者懇談会を閉会とさせていただきたいと思っております。

お盆の中、お越しいただきまして御審議いただき、どうもありがとうございました。