

## 消費者庁において令和4年度に実施した政策評価の結果の政策への反映状況について

### <規制の事前評価>

	(担当部局名)	(ページ)
政策名： 法人等による寄附の不当な勧誘を防止するための規制の新設	消費者制度課	1
不当表示による顧客の誘引を防止するための規制の新設	表示対策課	3
認定の公示等に係る書面揭示規制（消費者契約法の一部改正に係る部分）	消費者制度課	4
認定の公示等に係る書面揭示規制（消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部改正に係る部分）	消費者制度課	5

### <実績評価方式による事後評価>

政策名： 消費者政策の推進	(担当部局名)	(ページ)
施策名： (1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整	消費者政策課	6
(2) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課	7
(3) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	消費者教育推進課	8
(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課	9
(5) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	10
(6) 消費者取引対策の推進	取引対策課	11
(7) 消費者表示対策の推進	表示対策課	12
(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	13
(9) 消費者政策の推進に関する調査研究・国際連携	参事官（調査研究・国際担当）	14
(10) 事業者との協働に関する企画・立案・推進	参事官（公益通報・協働担当）	15

<規制の事後評価>

(担当部局名)

(ページ)

政策名：	悪質事業者対策その他の特定商取引分野における規制の強化	取引対策課	16
	特定商取引分野における規制の整備	取引対策課	19

# 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価 担当課：消費者制度課

施策名	法人等による寄附の不当な勧誘を防止するための規制の新設
<p>規制の目的・内容 ・必要性</p>	<p>法人等からの寄附の勧誘を受ける個人の権利の保護等を図る観点から、法人等による不当な寄附の勧誘を禁止し、当該不当な寄附の勧誘を行う法人等に対する行政上の措置等を定めるとともに、寄附の意思表示の取消しの範囲の拡大及び扶養義務等に係る定期金債権を保全するための債権者代位権の行使に関する特例の創設等の措置を講ずる必要があるため、今回の法改正を行うこととしており、具体的には、以下のような各種規制の新設を行う。</p> <p>1 禁止行為の創設</p> <p>① 法人等は、寄附の勧誘をするに際し、下記に掲げる行為をして寄附の勧誘を受ける個人を困惑させてはならないものとする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当該法人等に対し、当該個人が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。</li> <li>・ 当該法人等が当該寄附の勧誘をしている場所から当該個人が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該個人を退去させないこと。</li> <li>・ 当該個人に対し、当該寄附について勧誘をすることを告げずに、当該個人が任意に退去することが困難な場所であることを知りながら、当該個人をその場所に同行し、その場所において当該寄附の勧誘をすること。</li> <li>・ 当該個人が当該寄附の勧誘を受けている場所において、当該個人が当該寄附をするか否かについて相談を行うために電話その他の内閣府令で定める方法によって当該法人等以外の者と連絡する旨の意思を示したにもかかわらず、威迫する言動を交えて、当該個人が当該方法によって連絡することを妨げること。</li> <li>・ 当該個人が、社会生活上の経験が乏しいことから、当該寄附の勧誘を行う者に対して恋愛感情その他の好意の感情を抱き、かつ、当該勧誘を行う者も当該個人に対して同様の感情を抱いているものと誤信していることを知りながら、これに乗じ、当該寄附をしなければ当該勧誘を行う者との関係が破綻することになる旨を告げること。</li> <li>・ 当該個人に対し、靈感その他の合理的に実証することが困難な特別な能力による知見として、当該個人又はその親族の生命、身体、財産その他の重要な事項について、そのままでは現在生じ、若しくは将来生じ得る重大な不利益を回避することができないとの不安をあおり、又はそのような不安を抱いていることに乗じて、その重大な不利益を回避するためには、当該寄附をすることが必要不可欠である旨を告げること。</li> </ul> <p>② 法人等は、寄附の勧誘をするに際し、寄附の勧誘を受ける個人に対し、借入れにより、又は次に掲げる財産を処分することにより、寄附をするための資金を調達することを要求してはならないものとする。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 当該個人又はその配偶者若しくは親族が現に居住の用に供している建物又はその敷地</li> <li>・ 現に当該個人が営む事業（その継続が当該個人又はその配偶者若しくは親族の生活の維持に欠くことのできないものに限る。）の用に供している土地若しくは土地の上に存する権利又は建物その他の減価償却資産（所得税法（昭和40年法律第33号）第2条第1項第19号に規定する減価償却資産をいう。）であって、当該事業の継続に欠くことのできないもの（上に掲げるものを除く。）</li> </ul> <p>2 行政上の措置の創設</p> <p>① 内閣総理大臣は、禁止行為に関する規定の施行に必要な限度において、法人等に対し、寄附の勧誘に関する業務の状況に関し、必要な報告を求めることができるものとする。</p> <p>② 内閣総理大臣は、法人等が不特定又は多数の個人に対し、禁止行為をしていると認められる場合において、引き続き当該行為をするおそれが著しいと認めるときは、当該法人等に対し、当該行為の停止その他の必要な措置をとるべき旨の勧告をすることができるものとする。</p> <p>③ 内閣総理大臣は、勧告を受けた法人等が、正当な理由がなくてその勧告に係る措置をとらなかったときは、当該法人等に対し、その勧告に係る措置をとるべきことを命ずることができるものとする。</p> <p>このような規制の新設を行わない場合、法人等からの寄附の勧誘を受ける個人の脆弱性に付け込んだ悪質な寄附の勧誘が横行することが見込まれ、そのような被害を生じさせている悪質な法人等による勧誘行為の停止の実効性を確保することも困難となる。</p>
<p>直接的な費用の把握</p>	<p>「遵守費用」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 今回の改正は、法人等による寄附の勧誘行為のうち、一定の類型を禁止し、その実効性を担保するためのものであるため、これらに伴う遵守費用は発生しない。</li> </ul> <p>「行政費用」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本法の施行業務に従事する専従職員を新たに置き、禁止行為に違反した事業者への行政上の措置等を行わせることを想定しているところ、これに伴う行政費用の発生が見込まれる。</li> <li>・ 具体的には、現在10名程度【P】の職員に行わせることを予定しているため、<math>413,064円（国家公務員の平均給与月額） \times 12か月 \times 3年（見直しまでの時期） \times 10人 = 148,703,040円 \div 1億5千万円</math>の費用が見込まれる。</li> <li>※ 国家公務員の平均給与月額については、人事院公表資料令和4年国家公務員給与等実態調査（調査結果の概要）による。</li> <li>・ また、新法の制定に伴い広報資料等の周知に関する資料の作成も見込まれ、一定の行政費用が想定される。</li> </ul>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価 担当課：消費者制度課

直接的な効果（便益）の把握	法人等による不当な寄附の勧誘を禁止し、当該不当な寄附の勧誘を行う法人等に対する行政上の措置等を定めることで、高額・広範に被害をもたらすことになるものを始めとして法人等による寄附の不当な勧誘の防止に資する効果が期待される。
副次的な影響及び波及的な影響の把握	当該規制は、法人等による不当な寄附の勧誘を規制するものであり、健全な寄附文化の醸成等に影響を与えることはないため、副次的な影響及び波及的な影響については想定されない。
費用と効果（便益）の把握	今般の規制の新設は、悪質な行為として設けられた禁止行為を行う法人等にものみ規制を課すものであり、適正に寄附の勧誘を行っている法人等に新たなコストを生じさせるものではない。また、行政側の費用については、一定程度生じるものの、規制の新設により、高額・広範に被害をもたらすことになるものを始めとして法人等による寄附の不当な勧誘の防止に資する効果が期待されることから、費用と効果の関係から検討すると規制の新設が必要不可欠であるといえる。
代替案との比較	規制の新設を行わない場合、法人等に対し、本法では禁止行為としている行為を行わないよう努力義務を課すことが考えられるが、十分な実効性を期待できず、悪質な寄附の勧誘が継続され、被害が増幅してしまうことが懸念される。 したがって、採用案による規制の新設を行う必要がある。
評価結果の政策への反映内容	<p>&lt;制度改正&gt;</p> <p>法人等による不当な寄附の勧誘を防止するための規制の新設を内容とした「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律案」を国会に提出した（令和4年12月提出、同月成立）。</p>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価 担当課：表示対策課

施策名	不当表示による顧客の誘引を防止するための規制の新設
規制の目的・内容・必要性	<p>最近における商品又は役務の取引に関する表示をめぐる状況に鑑み、一般消費者の利益の一層の保護を図るため、前に課徴金納付命令を受けたことがある事業者に対して課す課徴金の額を加算する措置、不当景品類及び不当表示防止法第5条の規定等に違反する疑いのある事業者が疑いの理由となった行為に係る是正措置計画の認定を受けたときは当該行為について措置命令等の規定を適用しないこととする措置等を講ずる必要があるため、今回の法改正を行うこととしており、具体的には以下のような規制の新設を行う。</p> <p>① 課徴金の納付を命ずる場合において、対象となる違反行為から遡り10年以内に課徴金納付命令を受けたことがある事業者に対し、課徴金の額を加算する。</p> <p>② 報告の徴収及び立入検査等の権限の行使対象範囲に是正措置計画の認定等※の取消事由を判断する場合も含める。</p> <p>※「是正措置計画の認定等」の措置とは法第5条の規定等に違反する疑いのある事業者が疑いの理由となった行為に係る是正措置計画等を申請し、内閣総理大臣から認定を受けたときは、当該行為について措置命令及び課徴金納付命令の規定を適用しないこととするもの。</p> <p>①の規制の新設を行わない場合、現行の課徴金納付命令を受けてもなお違反行為を行うインセンティブが生じるほどの利得を得ている事業者が違反行為を繰り返し行うことを抑止できず、不当表示規制の実効性を確保することが難しくなる。</p> <p>②の規制の新設を行わない場合、是正措置計画等が適切に実施されていない等の是正措置計画等の取消事由が存在するか判断できないこととなり、是正措置計画等の適正な実施を担保できなくなる。</p>
直接的な費用の把握	<p>「遵守費用」</p> <p>①の規制は、繰り返し不当表示を行った事業者に対する課徴金を加算するものであるが、禁止される不当表示の内容は現行の規制から変わらないため、新たな遵守費用は発生しない。</p> <p>②の規制については、現行の規制においては、行政調査等を経て行われる行政処分に対応しなければならないのに対して、②の規制の前提となる是正措置計画の認定等の制度の導入により行政処分が行われず早期に行政調査等が終了されることから、現行の規制よりも遵守費用が低下すると想定される（報告の徴収等の結果認定が取り消され、行政調査を経て行政処分がなされることとなっても、現行の規制で求められている対応を行うこととなるにすぎず、本規制の導入により現行の規制から追加的な遵守費用は発生しない。）。</p> <p>「行政費用」</p> <p>①の規制は、課徴金額を加算するものであるが、禁止される不当表示の内容及びその認定に係る業務は現行の規制から変わらないため新たな行政費用は発生しない。</p> <p>②の規制については、現行の規制においては、行政調査等を経て行政処分を行うのに対して、②の規制の前提となる是正措置計画の認定等の制度の導入により、行政処分を行わず早期に行政調査等を終了することから、現行の規制よりも行政費用が低下すると想定される（報告の徴収等の結果認定を取り消し、行政調査を経て行政処分を行うこととなっても、現行の規制で求められている対応を行うこととなるにすぎず、本規制の導入により現行の規制から追加的な行政費用は発生しない。）。</p>
直接的な効果（便益）の把握	<p>①の規制は不当表示規制の実効性を確保するために、②の規制は是正措置計画の適正な実施を担保するために新設するものであるが、いずれも表示等の適正化を通じて商品及び役務の取引における一般消費者による自主的かつ合理的な選択の一層の確保につながる効果が期待される。</p>
副次的な影響及び波及的な影響の把握	<p>①及び②の規制は、違反行為を繰り返した事業者や、認定した是正措置計画等に従って措置を実施していない疑いがある事業者等を対象とするものであり、いずれも事業者の適正な広告等の事業活動等に影響を与えるものではないため、副次的な影響及び波及的な影響については想定されない。</p>
費用と効果（便益）の把握	<p>今回の規制の導入に伴い、新たな費用は発生しない又は発生するとしても現行の規制で求められている対応を行うこととなるにすぎず、本規制の導入により現行の規制から追加的な費用は発生しない。他方、規制を導入することにより商品及び役務の取引における一般消費者による自主的かつ合理的な選択の一層の確保につながる効果が期待される。したがって、今回の規制の導入は費用よりも効果が明らかに大きいと考えられる。</p>
代替案との比較	<p>①の規制に関しては、罰則を新たに設けることも考えられるが、謙抑性の原則の観点より、他の効果的手段がある場合には規制手段として採用すべきではない。したがって、①の規制手段を設けることが適当である。</p> <p>②の規制に関しては、任意調査により取消事由を確認することも考えられるが、任意調査では事業者の協力が得られない場合に取消事由が存在するか否かが判断できなくなることから、②の規制手段を設けることが適当である。</p>
評価結果の政策への反映内容	<p>&lt;制度改正&gt;</p> <p>前に課徴金納付命令を受けたことがある事業者に対して課す課徴金の額を加算する措置等の規制の新設を内容とした「不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律」を国会に提出した（令和5年2月提出）。</p>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価 担当課：消費者制度課

施策名	認定の公示等に係る書面揭示規制（消費者契約法の一部改正に係る部分）
規制の目的・内容 ・必要性	<p>現行の消費者契約法は、適格消費者団体に対して、差止請求関係業務を行う事務所において、適格消費者団体である旨の揭示を義務付けている（同法第16条第2項）。</p> <p>当該規制は、上記事務所という特定の場所に国民等が赴く場合を念頭に置くものであり、これらの情報のインターネットでの公表等の義務を課さなければ、将来的にも、上記団体が運営するウェブサイトを開覧する国民等は必ずしも必要な情報を確認できないという状況が継続するものと予測される。</p>
直接的な費用の把握	<p>「遵守費用」 今般、インターネット上での公表義務を加えることにより、適格消費者団体は、自らの認定等に関する情報をインターネット上で掲載するための対応が必要となる。</p> <p>この点、近時の消費者団体は自らのウェブサイトを持っていることが多く、当該規制の対象となる団体（適格消費者団体23団体※）は、既に自身のウェブサイトを持っており、一つの団体を除き、当該ウェブサイト上で自らの認定等に関する情報を掲載している。そのため、認定等に関する情報のインターネット上での公表に対応するために発生する追加の費用（遵守費用）は、基本的に当該未対応の団体を除いて生じないが、既に掲載している団体を含め、仮に何らかの作業が発生するとした場合に想定される遵守費用は、以下のとおりである。</p> <p>1団体当たりの単価（作業員1人×2時間×人件費単価1,700円）×23団体＝78,200円 ※団体数は、令和5年1月末日時点のもの。</p> <p>「行政費用」 消費者庁が適格消費者団体に対し規制の内容を周知・広報する必要があるが生じるが、消費者庁のホームページ等により団体へ周知・広報することを想定しており、特段の行政費用は発生しない。</p>
副次的な影響及び波及的な影響の把握	当該規制による副次的な影響及び波及的な影響は発生しない。
評価結果の政策への反映内容	<p>&lt;制度改正&gt; 「デジタル社会の形成を図るための規制改革を推進するためのデジタル社会形成基本法等の一部を改正する法律案（デジタル規制改革推進の一括法案）」がデジタル庁取りまとめの下、国会に提出された（令和5年3月提出）。</p>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価 担当課：消費者制度課

施策名	認定の公示等に係る書面掲示規制（消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部改正に係る部分）
規制の目的・内容・必要性	<p>現行の消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（以下「消費者裁判手続特例法」という。）は、特定適格消費者団体に対して、被害回復関係業務を行う事務所において、特定適格消費者団体である旨の掲示を義務付けている（同法第74条第2項。なお、令和5年10月1日から導入予定の「消費者団体訴訟等支援法人」においても同様の措置を義務付けている（同法第101条第2項）。）。</p> <p>当該規制は、上記事務所という特定の場所に国民等が赴く場合を念頭に置くものであり、これらの情報のインターネットでの公表等の義務を課さなければ、将来的にも、上記団体等が運営するウェブサイトを開覧する国民等は必ずしも必要な情報を確認できないという状況が継続するものと予測される。</p>
直接的な費用の把握	<p>「遵守費用」 今般、インターネット上での公表義務を加えることにより、特定適格消費者団体（及び消費者団体訴訟等支援法人）は、自らの認定等に関する情報をインターネット上で掲載するための対応が必要となる。</p> <p>この点、近時の消費者団体は自らのウェブサイト进行していることが多く、当該規制の対象となる団体（特定適格消費者団体4団体※）は、既に自身のウェブサイト进行しており、全ての団体において、当該ウェブサイト上で特定適格消費者団体である旨を掲載している。そのため、認定等に関する情報のインターネット上での公表に対応するために発生する追加の費用（遵守費用）は、基本的に生じないが、仮に何らかの作業が発生するとした場合に想定される遵守費用は、以下のとおりである。 1団体当たりの単価（作業員1人×2時間×人件費単価1,700円）×4団体＝13,600円 ※団体数は、令和5年1月末日時点のもの。なお、本評価時点において、消費者団体訴訟等支援法人は存在しない。</p> <p>「行政費用」 消費者庁が特定適格消費者団体（及び消費者団体訴訟等支援法人）に対し規制の内容を周知・広報する必要が生じるが、消費者庁のホームページ等により団体等へ周知・広報することを想定しており、特段の行政費用は発生しない。</p>
副次的な影響及び波及的な影響の把握	当該規制による副次的な影響及び波及的な影響は発生しない。
評価結果の政策への反映内容	<p>&lt;制度改正&gt; 「デジタル社会の形成を図るための規制改革を推進するためのデジタル社会形成基本法等の一部を改正する法律案（デジタル規制改革推進の一括法案）」がデジタル庁取りまとめの下、国会に提出された（令和5年3月提出）。</p>



## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 (1) 担当部局名：消費者政策課

施策名	消費者政策の企画・立案・推進及び調整
施策の概要	「消費者基本計画」及び「消費者基本計画工程表」に基づき、消費者の利益の擁護及び増進に資する基本的な政策の企画・立案・推進を行う。
施策に関する評価結果	全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。
評価結果の政策への反映内容	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネット消費者取引に関する実態調査を実施するため、令和5年度概算要求（13百万円）を行った（令和4年度予算額：13百万円、令和5年度予算案額：13百万円）。</li> <li>・消費者財産被害事案への対応を継続的に推進するため、令和5年度概算要求（26百万円）を行った（令和4年度予算額：26百万円、令和5年度予算案額：26百万円）。</li> <li>・消費者行政の総合的調整対応を継続的に推進するため、令和5年度概算要求（11百万円）を行った（令和4年度予算額：11百万円、令和5年度予算案額：51百万円）。</li> <li>・取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護のための取組を効果的かつ円滑に行うため、令和5年度概算要求（115百万円）を行った（令和4年度予算額：120百万円、令和5年度予算案額：115百万円）。</li> </ul> <p>&lt;定員要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の実効的な運用を目的とした体制整備のため、令和5年度定員要求において2名（係長級）の増員を要求。</li> </ul> <p>&lt;事前分析表&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（令和3年法律第32号）の施行を踏まえ、「測定指標」「達成手段」を施策内容に沿うよう修正した。</li> </ul> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「インターネット消費者取引連絡会」を開催（令和4年4月～令和5年3月の期間に4回開催）。</li> <li>・消費者政策担当課長会議を開催（令和4年11月）。</li> <li>・消費者安全法（平成21年法律第50号）に基づき、事業者名公表を伴う注意喚起を実施（令和4年4月～令和5年3月の期間で注意喚起を26件実施）。</li> <li>・上記法定の注意喚起のほか、違法な年金担保融資、就業構造基本調査の「かたり調査」、オンラインカジノ、悪質なりフォーム事業者に関する注意喚起を行った。</li> <li>・新未来創造戦略本部において、SNS相談に関する実証実験を実施。</li> </ul>



## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 (2) 担当部局名：消費者制度課

<p>施策名</p>	<p>消費生活に関する制度の企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者契約に関する制度の企画立案 消費者契約法（平成12年法律第61号）に関し、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討するとともに、説明会の実施や広報資料の配布等によって消費者契約法の周知・啓発活動を実施する。</li> <li>・消費者団体訴訟制度の推進 ①適格消費者団体及び特定適格消費者団体について認定・監督を適切に行うとともに、団体が業務を円滑に実施できるように必要な支援を実施する。 ②説明会の実施や広報資料の配布等によって、被害回復を含めた消費者団体訴訟制度の周知・啓発に取り組む。</li> </ul>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>測定指標1については、指標となる認知度は令和元年度の数値から微減しており、目標（令和6年度）に向けて一層の周知が必要であるが、「消費者契約に関する検討会」での検討等を経て、改正法案の提出に至っており、進展があると評価できる。</p> <p>測定指標2については、指標となる認知度は令和元年度の数値から微減しており、目標（令和6年度）に向けて一層の周知が必要である。</p> <p>測定指標3、4については目標（令和3年度末）を達成していないが、「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」での検討等を経て、制度の実効性向上に向けた環境整備等を内容とする改正法案の提出に至っており、今後消費者団体訴訟制度（差止請求及び共通義務確認訴訟）のより一層の活用が見込まれる制度改正への対応が行われたため、進展があると評価できる。</p> <p>したがって、全体として「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活に関する制度の企画・立案・推進のため、令和5年度概算要求（167百万円）を行った（令和4年度予算額：83百万円、令和5年度予算案額：189百万円）。</li> <li>・情報通信技術調達等適正・効率化の推進に必要な経費（デジタル庁一括計上分）として、令和5年度概算要求（25百万円）を行った（令和5年度予算案額：25百万円）。</li> </ul> <p>&lt;定員要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者団体訴訟制度の実効的な運用のための体制整備のため、令和5年度定員要求において2名（課長補佐級1名、係長級1名）の増員を要求。</li> <li>・消費者法の在り方の見直しに係る体制整備のため、令和5年度定員要求において2名（課長補佐級1名、係長級1名）の増員を要求。</li> <li>・悪質事案における消費者被害の回復等を図る取組強化のための体制整備のため1名（課長補佐級）の増員を要求。</li> </ul> <p>&lt;制度改正等&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第208回国会に提出した「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」が、同国会で成立した。また、同改正法の施行準備として、「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律の施行に伴う関係政令の整備等に関する政令（案）」等に関する意見募集を実施し、令和5年1月に公布した。</li> <li>・「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」報告書（令和4年10月）の提言を踏まえ、第210回国会に「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律案」及び「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律案」を提出し、両法は令和4年12月に成立。両法の施行に伴う関係法令の整備を実施した。</li> <li>・第208回国会に提出した、消費者裁判手続特例法の一部の改正内容を含む「民事訴訟法等の一部を改正する法律案」が、同国会において成立した。</li> <li>・第208回国会における「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」に対する附帯決議を踏まえ、消費者法は現状何が実現できていて何ができていないかを検証し、将来の消費者法の可能性を考えるため、令和4年6月に「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」準備会合を開催し、同年8月から「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を開催し、幅広い観点からの検討を開始した。</li> <li>・デジタル庁取りまとめの下、第211回国会に「デジタル社会の形成を図るための規制改革を推進するためのデジタル社会形成基本法等の一部を改正する法律案（デジタル規制改革推進の一括法案）」が提出された（令和5年3月提出）。</li> </ul> <p>&lt;事前分析表&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・施策の概要、達成すべき目標、測定指標及び達成手段に、消費者契約法を始めとする消費者法制の在り方について既存の枠組に捉われない抜本的な検討やこれに必要な調査等を追加した。</li> <li>・施策の概要、達成すべき目標、測定指標及び達成手段に、靈感商法等の悪質商法や不当な寄附勧誘への対応を追加した。</li> </ul> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者団体や消費者団体、大学等で消費者契約法等に関する説明会を実施するとともに、消費者庁HP上に、消費者契約法等に関するリーフレットを掲載した。</li> <li>・適格消費者団体2団体の新規認定申請に対して認定審査を実施し、1団体を認定。また、特定適格消費者団体3団体からの特定認定更新申請に対し更新審査を実施し、すべての特定認定を更新。適格消費者団体等への支援の取組として、適格消費者団体連絡協議会を実施した。</li> </ul>

# 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 (3) 担当部局名：消費者教育推進課

<p>施策名</p>	<p>消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育・普及啓発 平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）及び消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更）に基づき、消費者教育・普及啓発を総合的、体系的、効果的に推進する。 特に、喫緊の課題である成年年齢下げを見据え、若年者への消費者教育の充実を図る。</li> <li>・エシカル消費 地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮して自ら考える消費行動、いわゆるエシカル消費に関する普及啓発を行う。</li> <li>・食品ロスの削減の推進 令和元年10月に施行された食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第19号）及び食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定）に基づき、食品ロス削減月間（10月）を中心として、消費者に食品ロスの問題及び家庭で実践できる食品ロスの削減方法等についての普及啓発を実施することにより、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進する。</li> </ul>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>消費者教育・普及啓発については、令和4年4月からの成年年齢下げに対応した、若年者への消費者教育の充実が喫緊の課題であるところ、令和3年度に初めて実施した若年者の理解や行動に関する調査の調査では、オンラインショッピングを利用して商品を購入した際に異なる商品が届いた場合に適切な行動をしている割合が65%となっており（測定指標1）、また、参考指標として掲げている高等学校等での「社会への扉」等の活用実績は前年比で着実に増加している。</p> <p>エシカル消費については、理解及び行動の促進が重要であるところ、特設サイトへのアクセス件数について目標値（令和3年度：100,000PV）を上回る実績となっている（測定指標3）。</p> <p>食品ロスの削減の推進については、国民運動として取組を進めていくことが重要であるところ、食品ロス削減に取り組む人の割合（測定指標4）は前年度比で着実に増加している。</p> <p>以上のとおり、令和3年度に達成すべき目標との関係では相当程度の進展があったことに鑑みて、「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進経費として、令和5年度概算要求（179百万円）を行った（令和4年度予算額：140百万円、令和5年度予算案額：138百万円）。</li> <li>・情報通信技術調達等適正・効率化の推進に必要な経費（デジタル庁一括計上分）として、令和5年度概算要求（6百万円）を行った（令和5年度予算案額：6百万円）。</li> </ul> <p>&lt;事前分析表&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・測定指標としてエシカル消費を実践する意向のある消費者の割合等を追加し、また、達成手段として事業者向け消費者教育プログラムの開発・普及等を追加した。</li> </ul> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育に関する施策については、令和4年度の取組として、消費者教育の推進に関する基本的な方針の見直しを行ったほか、「消費者力」育成・強化ワーキングチームにおいて幅広い世代に対応した「消費者力」を身に付けるための新たな教材開発に着手した。</li> <li>また、令和4年度は成年年齢が引き下げられたことを踏まえ、社会人も含めた若年者への切れ目のない対応を図るため、関係省庁と策定した「成年年齢下げ後の若年者への消費者教育推進方針」に基づき、学校向け出前講座や事業者向けプログラムの開発等を行った。</li> <li>・普及・啓発に関する施策については、令和4年度の取組として、啓発用のパンフレット、ポスター、動画や学習教材等の学校や地域等での活用促進のほか、若年者を中心により幅広い層に訴求していくためInstagramのアカウントを開設するなど情報発信の充実に向けた取組を行った。</li> <li>・食品ロスの削減に関する施策については、令和4年度の取組として、「令和4年度食品ロス削減推進表彰」及び「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト」を実施したほか、諸外国における食品ロス削減に関する先進的な取組についての調査、コンビニエンスストア等における「てまえどり」の呼び掛け、地域において食品ロス削減を推進する人材を育成する「食品ロス削減推進サポーター」の育成強化等に取り組んだ。</li> </ul>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（4） 担当部局名：地方協力課

<p>施策名</p>	<p>地方消費者行政の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）を踏まえ策定された「地方消費者行政強化作戦2020」（令和2年4月）に基づき、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備することを目指し、地方公共団体における消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を地方消費者行政のための交付金を通じて支援する。</li> <li>・消費生活センターの法制上の位置付けや適正な配置、相談員の配置や処遇の望ましい姿、地方との役割分担等を踏まえた国による人材面、ノウハウ面、情報面、財政面などの支援、連携、協働の在り方について、地方消費者行政・消費生活相談体制の実態調査等を踏まえ、全般的に検討を行う。</li> <li>・全国共通の電話番号から身近な相談窓口を案内する「消費者ホットライン」について、その運用や活用状況を踏まえつつ、消費者の利便に資する形で引き続き運用し、消費生活センターや相談窓口の周知徹底に努める。</li> </ul>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>測定指標1・2について、目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指しており、特に測定指標2については目標値の75%に対して現時点で70%を超え、ある程度の進展がみられる。</p> <p>なお、測定指標1については認知度としてそれまで対象としていた「番号」の認知度ではなく「内容」の認知度としたため数値が下がったものと考えられる。</p> <p>測定指標3～6について、いずれも目標値を達成しているか、昨年よりも増加し、政策の目標である地方公共団体との意見交換が実施された。</p> <p>測定指標7・8について、目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指している。両数値は昨年から変化がないが、例えば測定指標7については88%以上の都道府県が3から5に増えるなどの進展がある。</p> <p>なお、政策の目標である地域における消費者被害の救済・防止に向けた地方公共団体への財政面を中心とした支援については消費者行政強化交付金を始めとした支援を実施しており、消費者被害の救済・防止に向けた支援が実施されている。</p> <p>測定指標9について、実績値として6件の事業を実施し、優良事例を全国へ横展開することができた。</p> <p>測定指標10～12について目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指している。</p> <p>なお、例えば消費者安全確保地域協議会の設置数は令和3年度の1年間で327から380に増加するなど相当程度に地域の見守りネットワークの構築が進展した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方消費者行政の推進に必要な経費として、令和5年度概算要求（3,358百万円）を行った（令和4年度予算額：2,084百万円、令和5年度予算案額：2,093百万円）。</li> <li>・復興特別会計において、地方消費者行政推進に必要な経費として、令和5年度概算要求（244百万円）を行った（令和4年度予算額：279百万円、令和5年度予算案額：244百万円）。</li> <li>・令和4年度第2次補正予算において、「地方消費者行政強化交付金」を2,000百万円措置。</li> </ul> <p>&lt;定員要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活相談のデジタル化に関する企画・立案に必要な体制の整備を図るため、令和5年度定員要求において2名（係長級）の増員を要求。</li> </ul> <p>&lt;事前分析表&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・達成手段の概要について、達成手段「（5）地方消費者行政人材育成事業」の達成手段の概要「消費者政策を学ぶためのプログラム開発に向けた調査・研究」を削除。</li> </ul> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方消費者行政強化交付金の活用等により、相談体制の充実等、地方公共団体における取組を支援。</li> <li>・第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）を踏まえた「地方消費者行政強化作戦2020」（令和2年4月1日）の達成に向けて取り組んでいる。</li> <li>・消費生活相談のデジタル化に向けて、「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2022」を策定した。また、「消費生活相談デジタル化アドバイザーボード」における議論や、地方公共団体との意見交換等を進めている。</li> <li>・消費者ホットライン188及び相談窓口の認知度向上に向けて、PR動画の作成・配信、比較的認知度が低い地域での周知イベントやテレビCM放映等を実施。</li> <li>・地方消費者行政の充実・強化に向けて、新たな行政手法の開発及び横展開を図るための先進的モデル事業等を実施。</li> <li>・先進的モデル事業として「高齢者、障害者等を見守るネットワークの構築及び地域活性化の実証」を実施しつつ、消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の設置を促進。</li> <li>・消費生活相談体制の充実に向けて、「消費生活相談員担い手確保事業」等を実施。</li> <li>・消費者庁幹部が地方公共団体の長等を訪問し、地方消費者行政の充実・強化に向けて直接働き掛けを実施。</li> </ul>



## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 (5) 担当部局名：消費者安全課

<p>施策名</p>	<p>消費者の安全確保のための施策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を集約するとともに、医療機関を含む多様な主体から事故情報を幅広く収集する。</li> <li>・ 集約した事故情報を定期的に公表するとともに、事故情報を分析し、消費者への注意喚起、事業者への働き掛け等の対応を行う。</li> <li>・ 緊急の対応が必要な場合には、「消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応要綱」に定める手順に基づき、関係省庁が相互に十分な連絡及び連携を図り、迅速かつ的確に対応する。</li> <li>・ 食品の安全性に関し、時宜に合ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め、自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、継続してリスクコミュニケーションを推進する。</li> <li>・ 消費者安全調査委員会は、生命身体事故等の中から、発生・拡大の防止及び被害の軽減を図るために原因を究明する必要がある事故を選定し、調査を実施する。被害の発生・拡大防止のために講ずべき施策・措置については、関係行政機関の長に勧告・意見を行う。</li> </ul>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>測定指標1以外の測定指標で目標が達成されたため、「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者安全法等に基づき集約される生命・身体に係る消費者事故等への対応を継続的に推進するため、令和5年度概算要求（97百万円）を行った（令和4年度予算額：87百万円、令和5年度予算案額：87百万円）。</li> <li>・ 消費者に対して食品中の放射性物質等に関する正確な情報提供を行い、消費者の理解の増進を図る施策を推進するため、令和5年度概算要求（92百万円）を行った（令和4年度予算額：63百万円、令和5年度予算案額：71百万円）。</li> <li>・ 消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施のため、令和5年度概算要求（83百万円）を行った（令和4年度予算額：81百万円、令和5年度予算案額：83百万円）。</li> <li>・ 消費者安全調査委員会と国民生活センターの連携を強化するため、令和5年度概算要求において独立行政法人国民生活センター運営費として概算要求（18百万円）を行った（令和5年度予算案額：3,366百万円の内数）。</li> <li>・ 情報通信技術調達等適正・効率化の推進に必要な経費（デジタル庁一括計上分）として、令和5年度概算要求（3百万円）を行った（令和4年度予算額：3百万円、令和5年度予算案額：3百万円）。</li> </ul> <p>&lt;定員要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 事故情報データバンクに係る取り組みを強化するため、令和5年度定員要求において課長補佐級1名の時限延長を要求。</li> <li>・ 事故等調査機能拡充のための体制整備のため、令和5年度定員要求において課長補佐級1名、係長級1名を要求。</li> </ul> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 関係行政機関等から生命・身体被害に係る消費者事故等の情報を集約し、消費者への注意喚起の記者発表を適切に実施（令和4年4月～令和5年3月末の間に注意喚起を10回実施）。</li> <li>・ 子供の事故防止に向けて、関係府省庁が連携して取組を推進するため、「子どもの事故防止週間」を設定（令和4年7月15日～31日）し、集中的に啓発活動を行うとともに、令和4年度「子供の事故防止に関する関係省庁連絡会議」を令和5年3月に実施。</li> <li>・ 食品の安全等に関する緊急事態において、迅速かつ適切に対応できるよう関係府省庁と連携し、緊急時対応訓練を実施（令和4年4月～令和4年12月末の間に訓練を1回実施）。</li> <li>・ 食品中の放射性物質等に関し、地方公共団体等と連携した意見交換会や、地域において正確な情報提供ができる者の支援（フォローアップ研修の開催、ウェブサイト等での情報提供）等を通じたリスクコミュニケーションを実施（令和4年4月～令和5年3月末の間に各種意見交換会等を140回開催）。</li> <li>・ 東京電力福島第一原子力発電所におけるALPS処理水の海洋放出と日本の食品の安全性について、大臣メッセージを発信。</li> <li>・ 消費者安全調査委員会が原因を究明する必要があると認める事故について、事故等原因調査等を実施（報告書件数：2件、事故等原因調査等の新規選定数：1件、申出受付件数：23件※令和4年4月～令和5年3月末）。</li> </ul>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（6） 担当部局名：取引対策課

<p>施策名</p>	<p>消費者取引対策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>・特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）等の所管法令に基づき、地方経済産業局と一丸となって、違反事業者に対する行政処分（違反事業者に対する業務停止命令・指示、その取締役らに対する業務禁止命令）等の法執行を厳正かつ適切に行う。また、通信販売について、法執行を補完する取組として、事業者に対し不適切な広告の改善を指導するとともに、インターネット・サービス・プロバイダなどに対し違法な関連情報を提供することにより適切な対応を促す。          ・また、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案（令和3年法律第72号）を第204回国会に提出し、令和3年6月に公布。</p>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;          ・特定商取引法の厳正な執行等を行うため、令和5年度概算要求（264百万円）を行った（令和4年度予算額：241百万円、令和5年度予算案額：231百万円）。          ・情報通信技術調達等適正・効率化の推進に必要な経費（デジタル庁一括計上分）として、令和5年度概算要求（3百万円）を行った（令和5年度予算案額：3百万円）。          ・特定商取引法及び特定商品等の預託等取引契約に関する法律（昭和61年法律第62号）（以下「預託法」という。）の契約書面等の電子化に向けた必要な経費として、令和4年度第2次補正予算において、「特定商取引等に係る契約書面等電子化関係経費」を35百万円措置。</p> <p>&lt;定員要求&gt;          ・特定商取引等に係る契約書面等の電子化に伴い、契約書面等の電磁的な交付の監視強化のため、令和4年度定員要求において3名（補佐級1名、係長級2名）の増員を要求。          ・悪質重大事案に対応するための体制整備に伴い、令和4年度末までの時限2名（補佐級1名、係長級1名）について、令和9年度末までの時限延長を要求。</p> <p>&lt;制度改正&gt;          ・高齢化の進展を始めとした社会経済情勢の変化等に対応して、消費者の財産に対する被害の防止及びその回復の促進を図るため、特定商取引法、預託法及び消費者裁判手続特例法の改正を行う「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律」が令和3年6月に公布されたことを踏まえ、同法の未施行部分に係る政省令等を整備。</p> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;          ・特定商取引法及び預託法の厳正な執行として、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害が生じるおそれのある重大事案に対し重点的に取り組んだ。具体的には、外壁塗装等の工事に係る役務の提供を行う訪問販売業者や、健康食品及び化粧品等を含む家庭用日用品等を販売している連鎖販売業者、移動電気通信サービスの提供を行う連鎖販売業者に対し行政処分を行った事案等がある。</p>

# 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（7） 担当部局名：表示対策課

<p>施策名</p>	<p>消費者表示対策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）（以下「景品表示法」という。）を運用し、違反行為に対して厳正に対処する。</li> <li>・ 景品表示法等について事業者等に対して普及啓発を行うこと等により、違反行為の未然防止を図る。</li> <li>・ 消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（平成25年法律第41号）（以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。）のうち転嫁阻害表示に係る違反行為の監視及び厳正な対処を行う。</li> </ul>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景品表示法の厳正な執行等を行うため、令和5年度概算要求(367百万円)を行った(令和4年度予算額：154百万円、令和5年度予算案額：201百万円)。</li> <li>・ 情報通信技術調達等適正・効率化の推進に必要な経費（デジタル庁一括計上分）として、令和5年度概算要求（2百万円）を行った（令和5年度予算案額：2百万円）。</li> </ul> <p>&lt;機構要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル広告の不当表示に係る景品表示法の調査・法執行、及び未然防止に係る普及啓発等の機能強化のため、令和5年度機構要求で、上席景品・表示調査官（デジタル表示担当）の新設を要求した。</li> </ul> <p>&lt;定員要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ デジタル広告の不当表示の監視強化のための体制整備のため、令和5年度定員要求で、表示対策課に8名（課長補佐級4名、係長級4名）の増員を要求した。</li> </ul> <p>&lt;制度改正&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 令和4年6月に「アフィリエイト広告等に関する検討会」の報告書に基づき、景品表示法第26条に基づく「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」の一部改正を行い、アフィリエイト広告が当該指針の対象に含まれることを明確化。</li> <li>・ 広告主が自らの広告であることを隠したまま広告を出稿するなどのステルスマーケティングについて、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれがある行為を規制する景品表示法の観点から、対応を検討するため、令和4年9月から「ステルスマーケティングに関する検討会」を開催し、同年12月に報告書の公表を行った。当該報告書を踏まえ、令和5年3月、景品表示法第5条第3号に基づく告示において、ステルスマーケティングを新たに不当表示として指定。</li> </ul> <p>&lt;事前分析表&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景品表示法違反行為の未然防止に係る測定指標について、達成すべき目標に沿って全体的に追記修正。</li> </ul> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 景品表示法に違反する行為を行った事業者に対して、その行為の取りやめ、再発防止策の実施等を命令する措置命令及び金銭的な不利益を課す課徴金納付命令を実施。特に、新型コロナウイルス等に対する効果を標ぼうする表示について、景品表示法に基づき措置命令や指導等を積極的に実施。</li> <li>・ 景品表示法違反行為の未然防止の観点から、             <ol style="list-style-type: none"> <li>①事業者等がこれから行う企画についての相談に対応するなどして法令遵守の取組支援を実施。</li> <li>②各種団体主催の景品表示法に関する講習会等への講師派遣、同法のパンフレットの配布等の普及啓発活動を実施。</li> </ol> </li> <li>・ エキストラパーソンオーリーポイルの表示に関する公正競争規約の認定を行ったほか、公正競争規約の所要の変更につき公正取引協議会等から相談を受け認定を行うとともに、規約担当職員が各公正取引協議会等に対し規約の適正な運用等について必要な助言等を行うこと等により、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用を促進。</li> <li>・ 公正取引協議会等関連団体が主催する研修会等へ講師を派遣。</li> <li>・ 家庭用品品質表示法（昭和37年法律第104号）を遵守していない表示者に対して行政指導をするとともに、自治体や事業者団体が主催する説明会に講師を派遣し、家庭用品品質表示法の普及啓発を実施。</li> <li>・ 電話での問合せ等に対して、ウェブサイト上の資料の掲載先を案内するなど、住宅性能表示制度の普及啓発を実施。また、国土交通省の所掌に係る内容を含む問合せについては、必要に応じ、同省に対して問合せの内容について情報提供を実施。</li> <li>・ 健康食品も含めた食品の表示・広告について、執行体制の整備や留意事項の周知徹底等により、適正化を推進。特に、新型コロナウイルス等に対する効果を標ぼうする表示について、健康増進法に基づき改善指導等を積極的に実施。</li> <li>・ 食品表示に関する取締りについて、関係する行政機関で構成する連絡会議の活用等により連携を図り、効果的かつ効率的な執行を実施。</li> <li>・ 消費税転嫁対策特別措置法の規定に違反するおそれのある表示について監視。</li> </ul>



# 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 (8) 担当部局名：食品表示企画課

<p>施策名</p>	<p>食品表示の企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>・食品表示法（平成25年法律第70号）等に基づく食品の表示制度を適切に企画・立案・運用する。</p>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>測定指標1について、コロナ禍においてもオンラインを活用して適切に普及啓発を行っているとは判断した。                  測定指標2及び9について、横断的な義務表示事項や機能性表示食品で理解度が前年度に比較して向上しており、消費者の制度に対する理解が進んだと判断した。                  測定指標3及び10について、平成29年度～令和3年度の5か年平均で400万件以上あり、恒常的にアクセスされていると判断した。                  測定指標4及び11について、実態を踏まえて速やかに食品表示基準等の改正に対応した。                  測定指標5及び7について、過去の件数と比較して大幅に伸びており、測定指標6は、前年度とほぼ変わらないものの、既に販売されている商品の変更申請は多数受け付け、再度許可手続を行っていることから、制度を適切に運用していると判断した。                  測定指標8について、買上げ対象商品の表示値はおおむね妥当であることを確認した。                  以上より施策全体としては、「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;                  ・食品表示対策の推進のため、令和5年度概算要求（301百万円）を行った。（令和4年度予算額：208百万円、令和5年度予算案額：225百万円）。                  ・情報通信技術調達等適正・効率化の推進に必要な経費（デジタル庁一括計上分）として、令和5年度概算要求（48百万円）を行った（令和4年度予算額：48百万円、令和5年度予算案額：48百万円）。                  ・食物アレルギー表示制度の検証の推進のため、令和4年度第2次補正予算において134百万円措置。</p> <p>&lt;定員要求&gt;                  ・デジタルによる食品表示の充実に向けた企画・立案業務を適正に行うため、令和5年度定員要求において2名（課長補佐級）の増員を要求した。                  ・栄養成分表示に係る体制強化のため、令和5年度定員要求において2名（係長級）の増員を要求した。                  ・国民の健康の保護及び増進のために必要な食品表示制度の企画立案業務を適正に行うため、令和5年度定員要求において1名（課長補佐級）の時限延長を要求した。</p> <p>&lt;制度改正&gt;                  下記2点について、食品表示基準の一部を改正した。                  ①アレルギー原因物質を含む食品である「くるみ」について、現在、表示を推奨する品目としているが、即時型食物アレルギーによる健康被害に関する全国実態調査の結果等から、専門家の意見を踏まえ、アレルギー表示の対象品目である特定原材料として「くるみ」を追加することとした。                  ②今後、厚生労働省による安全性審査を経て、エイコサペンタエン酸（EPA）及びドコサヘキサエン酸（DHA）を産生させるために遺伝子組換えが行われたなたねに由来する食品が国内に流通することが見込まれることから、遺伝子組換え表示制度における特定遺伝子組換え農産物としての表示対象に当該なたねを追加することとした。</p> <p>&lt;事前分析表&gt;                  ・令和4年度政策評価有識者懇談会・行政事業レビュー外部有識者会合における委員からの指摘を踏まえ、「測定指標」について見直した。</p> <p>&lt;その他の具体的な取組&gt;                  ・原料原産地表示制度、遺伝子組換え食品表示制度及び食物アレルギー表示制度を含む食品表示制度全般について、講習会等を通じて事業者等に周知を図るとともに、消費者団体と連携した消費者向けセミナーを実施した。また、令和5年度に施行を迎える遺伝子組換え食品表示制度について、地方公共団体や消費者・事業者団体等と連携して、消費者・事業者を対象とした説明会を実施した。                  ・食品添加物の表示については、令和2年3月に取りまとめた「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」を踏まえ、いわゆる無添加表示における、「食品表示基準」（平成27年内閣府令第10号）第9条に規定された表示禁止事項に該当するおそれが高いと考えられる表示に関する「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」を作成・公表しており、併せて消費者向けの啓発チラシ・ポスターも公表した。                  ・栄養成分表示の活用を通じた健康作りの普及啓発動画をウェブサイトで公開するとともに、新たに保健機能食品の理解促進を図る動画を作成した。                  ・外食・中食における食物アレルギーに関する取組について、厚生労働省「アレルギー疾患対策の推進に関する基本的な指針」の令和3年度の改正において、国は事業者等が行う情報提供に関する取組等を積極的に推進する旨が追加されたこと等を踏まえ、消費者及び事業者向けのパンフレットを作成した。                  ・ウェブを用いた食品表示情報の提供の現状把握を行うために、「食品表示の全体像に関する報告書」で求められているウェブでの補助的情報提供の優良事例に関する調査を実施した。さらに、分かりやすく活用される食品表示の検討を行うため、デジタルツールを活用した食品表示の可能性を検討するための調査を実施した。                  ・インターネット販売における食品表示に関する情報提供については、令和4年6月に「インターネット販売における食品表示の情報提供に関するガイドブック」を公表した。                  ・特定保健用食品制度の更なる活用に向け、疾病リスク低減表示については、令和3年度の調査事業の結果を基に基準の見直し等に関する通知改正を行うとともに、消費者委員会に安全性及び効果について諮問した。栄養機能食品については、令和4年9月に「栄養成分の機能表示等に関する調査・検討事業報告書」を公表し、最新の科学的根拠を確認した上で、20種の栄養成分の機能表示に関する文言の見直しに向けた方針を整理した。</p>



## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（9） 担当部局名：参事官（調査研究・国際担当）

施策名	消費者政策の推進に関する調査研究・国際連携
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>・調査・研究               <ul style="list-style-type: none"> <li>①消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策に関する調査・研究を実施する。</li> <li>②消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。</li> </ul> </li> <li>・消費者白書               <ul style="list-style-type: none"> <li>次の情報を取りまとめ、消費者白書の作成・公表を行う。                   <ul style="list-style-type: none"> <li>①政府が講じた消費者政策の実施状況（消費者基本法（昭和43年法律第78号）に基づくもの）</li> <li>②消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果（消費者安全法（平成21年法律第50号）に基づくもの）</li> <li>③その他、調査・研究の結果</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>・国際連携               <ul style="list-style-type: none"> <li>OECD消費者政策委員会（CCP）を始めとする国際会合への参画等を通じ、国際的な連携の強化を行う。</li> </ul> </li> </ul>
施策に関する評価結果	全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。
評価結果の政策への反映内容	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者政策の推進に関する調査・分析の実施のため、令和5年度概算要求（86百万円）を行った（令和4年度予算額：67百万円、令和4年度予算案額：75百万円）。</li> <li>・消費者行政の国際的な連携を推進するため、令和5年度概算要求（149百万円）を行った（令和4年度予算額：95百万円、令和5年度予算案額：107百万円）</li> </ul> <p>&lt;定員要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者事故の防止に関する業務実施体制を整備するため、令和5年度定員要求において1名（課長補佐級）の増員を要求。</li> <li>・社会情勢の変化等に対応した体系的な消費者教育を推進するため、令和5年度定員要求において1名（課長補佐級）の時限延長を要求。</li> <li>・国際・研究業務等を機能強化するため、令和5年度定員要求において2名（係長級2名）の時限延長を要求。</li> <li>・実証に基づく地方連携強化のための体制を整備するため、令和5年度定員要求において1名（課長補佐級）の時限延長を要求。</li> </ul> <p>&lt;事前分析表&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・令和4年度政策評価有識者懇談会・行政事業レビュー外部有識者会合における委員からの指摘などを踏まえ、「測定指標」の見直し及び「参考指標」の追加を行った。</li> </ul> <p>&lt;その他の具体的取組&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者白書を作成し、国会に報告するとともに、関係行政機関や国民等に広く情報提供を行った。</li> <li>・令和4年11月、OECD消費者政策委員会本会合が、3年ぶりに実開催されたことを受け、消費者庁から対面で開催した。また、同会合への出席の機会に欧州委員会を訪問し、今後の国際連携を念頭に会談を行った。</li> <li>・新未来創造戦略本部において、令和4年6月には、フランス・イギリス・アメリカ、10月には、マレーシア・タイと、それぞれ研究者等による講演や議論を内容とした国際シンポジウム等を行った。</li> </ul>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（10） 担当部局名：参事官（公益通報・協働担当）

<p>施策名</p>	<p>事業者との協働に関する企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・公益通報者保護制度の推進             <ul style="list-style-type: none"> <li>①公益通報者保護法の一部を改正する法律（令和2年法律第51号）による改正後の公益通報者保護法（平成16年法律第122号。以下「改正法」という。）に基づき、内部通報に適切に対応するために必要な体制の整備について定める指針の策定や改正法の施行に向けた準備を行う。</li> <li>②説明会の実施や広報資料の配布等によって、改正法を含め公益通報者保護制度の周知・啓発、内部通報体制の整備等の促進に努める。</li> </ul> </li> <li>・消費者志向経営の推進             <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者志向経営の推進に向けた方策の検討・実施を行い、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動や優良事例表彰の実施等を通じて、事業者における取組の推進を図る。</li> </ul> </li> <li>・物価対策の推進             <ul style="list-style-type: none"> <li>各種公共料金の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や関係省庁との協議において、消費者に与える影響を十分考慮するために所要の調整を行う。また、生活関連物資等の価格動向等を把握するため、物価モニター調査を行い消費者への情報提供などを行う。なお、災害等の緊急時においては、関係府省庁連携の下で生活関連物資等の価格動向の調査・監視を行うとともに、需給・価格動向についての国民への情報提供等を行う。</li> </ul> </li> </ul>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>測定指標4～6については目標を達成している。          測定指標1～3については目標年度までの中間年となっているところ、測定できている範囲では相当程度進展がみられることから分かるのとおり、目標達成に向けた取組を着実に実施した。          以上を総合して、「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物価対策の推進のため、令和5年度概算要求（34百万円）を行った（令和4年度予算額：24百万円、令和5年度予算案額：34百万円）。</li> <li>また、令和4年度第2次補正予算において、「生活関連物資及び公共料金等に関する調査・啓発」として、63百万円を措置。</li> <li>・公益通報者保護の推進のため、令和5年度概算要求（116百万円）を行った（令和4年度予算額：92百万円、令和5年度予算案額：102百万円）。</li> <li>・消費者志向経営の推進のため、令和5年度概算要求（55百万円）を行った（令和4年度予算額：22百万円、令和5年度予算案額：20百万円）。</li> </ul> <p>&lt;機構・定員要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物価関連業務に係る体制強化のため、令和5年度機構要求において、1名（室長級）の新設を要求。また、同年度定員要求において、2名（課長補佐級1名、係長級1名）の増員を要求。</li> </ul> <p>&lt;事前分析表&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・達成手段、測定指標、その他施策の概要等について、令和3年度で終了した「物価モニター調査」を削除し、令和4年度からの取組である「価格動向調査」、「便乗値上げウェブ窓口」を追加する等の変更を行った。</li> <li>・達成目標、達成手段、測定指標、その他施策の概要等について、公益通報者保護法の一部を改正する法律の施行（令和4年6月1日）を踏まえ、所要の修正・変更を行った。</li> </ul>

# 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 担当課：取引対策課

施策名	悪質事業者対策その他の特定商取引分野における規制の強化
事前評価時の想定との比較	<p>(社会経済情勢や科学技術の変化による影響及び想定外の影響)</p> <p>本規制は、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）の平成20年改正が施行後5年を経過し、見直しの時期が到来したことを踏まえ、消費者庁から内閣府消費者委員会に対し、特定商取引法の施行状況を踏まえた購入者等の利益の保護及び特定商取引の適正化を図るための規律の在り方について諮問を行い、これを受けて同委員会に設置された特定商取引法専門調査会が、高齢化の進展を始めとする社会経済情勢の変化、特定商取引の複雑化・多様化及び悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化への対応といった観点から実施した調査審議の結果を踏まえた答申を行ったことを受けて導入されたものであり、具体的には、①規制対象範囲の拡大（特定権利の追加）、②解除妨害を目的とした事実不告知規制の追加、③行政処分の実効性向上のための措置、④ファクシミリ広告規制の追加、⑤電話勧誘販売の過量販売規制の追加、⑥質問権限の追加のための制度改正を行ったものである。</p> <p>①は、特定商取引法の規制対象である「商品」、「役務」、「施設を利用し又は役務の提供を受ける権利」に該当しない未公開株や社債等の売買における消費者トラブルが多発していたことから、これらも包含する概念として「特定権利」という概念を導入し、これらの取引にも規制を及ぼすこととしたものであるが、現在も、未公開株や社債等の売買を巡る消費生活相談等が継続的にみられ、依然として必要な状況。</p> <p>②は、クーリング・オフに関する事項について事業者が消費者に故意に告知しないという事案等に対処するため、これらの事項に関する解除妨害を目的とした事実不告知についても「指示」を行い得るように規定を整備したものであるが、現在も、クーリング・オフに関する事項について事業者が消費者に故意に告知しない事案に関する処分事例や消費生活相談等が継続的にみられ、依然として必要な状況。</p> <p>③のうち、業務禁止命令の導入については、業務停止命令が行われた違反事業者の役員等が行政処分の効力が及ばない主体として別法人を立ち上げ、特定商取引法に違反する行為を繰り返すといった状況に対応するため、違反事業者に対して業務停止命令を行う際に、併せて当該違反事業者の役員等に対しても、業務停止を命ぜられた範囲内の業務を開始すること等を禁止することができる旨の規定を導入したものである。</p> <p>また、業務停止期間の伸長については、業務停止を命ずることができる期間は最長で1年間であったところ、一部の悪質な事業者においては、1年間では業務改善を期待することができない状況が見られたことから、業務停止を命ずることができる期間を伸長し最長で2年間としたものである。</p> <p>本改正点については、5年を待たずに見直しを行うとの衆参両院からの附帯決議を踏まえて行われた令和3年改正において、法施行の実績から必要と認められたため、業務禁止命令の対象範囲を拡充することとされた。</p> <p>④は、インターネット回線等を利用した大量一斉送信を可能とする技術の発達、普及及び通信費の大幅な低下等を背景として、事業者から一方的に送られるファクシミリ広告に関するトラブルが問題となっていたところ、ファクシミリ広告については費用も含め消費者の負担感が大きいこと等から、消費者の事前の承諾・請求を得ることなく、事業者が一方的に送信するファクシミリに対して規制を導入したものである。規制導入後、ファクシミリに関係する相談件数自体が減少しているものの、引き続き、一定程度の相談件数が継続し、また、ファクシミリ広告は依然として消費者の負担が大きいことから、現在も、依然として必要な状況。</p> <p>⑤は、電話勧誘販売において過量販売の問題が生じていたことから、電話勧誘販売における過量販売についても「指示」の対象行為として規定したものである。規制導入後、電話勧誘販売における過量販売に関する相談件数の増加傾向は収まったものの、引き続き、一定程度の相談件数が継続し、過量販売の問題へ対処する必要がある状況が続いている。</p> <p>また本改正点に関連して、やはり令和3年改正時において必要性を踏まえ、「訪問販売又は電話勧誘販売における住宅リフォーム工事の役務提供に係る過量販売規制に関する考え方」を策定する拡充が図られた。</p> <p>⑥は、主務大臣の強制調査権限は規定されているものの、その内容としては報告命令及び物件提出命令並びに立入検査権限が規定されているのみであり、事業者に対する質問に係る規定がなく、供述拒否を行う事業者が増加していた状況に対応するため、口頭で当該事業者の従業員等に対しても質問をすることができる旨を規定したものであるが、現在も、特定商取引法に違反する疑いのある事業者が供述拒否を行わないようにする必要がある状況が続いている。</p> <p>以上のとおり、本規制の事前評価時想定していなかった社会経済情勢や科学技術の変化による影響等は特段生じていない。</p> <p>(ベースラインの検証)</p> <p>本規制の導入により、悪質事業者による消費者被害が防止された件数を算出することはできないが、例えば、①規制対象範囲の拡大（特定権利の追加）、②解除妨害を目的とした事実不告知規制の追加及び③行政処分の実効性向上のための措置については、この規定を活用した行政処分の実績があり、また、④ファクシミリ広告規制の追加及び⑤電話勧誘販売の過量販売規制の追加については、規制導入以降、ファクシミリに関する広告自体の相談件数が減少し、電話勧誘販売の過量販売規制に関する相談件数の増加傾向が収まっているほか、⑥質問権限の追加については、この規定を活用した立入検査等の実績があり、行政処分につながっている。よって、仮に規制の導入がされなかった場合、これらの事案に関係したより多くの消費者被害が発生していた可能性がある。</p> <p>(必要性の検証)</p> <p>前記のとおり、悪質な事業者による消費者被害の発生という課題を取り巻く社会経済情勢や科学技術の変化による影響等の発現は事前評価時から続いており、また、本規制には、消費者被害を抑止する効果も期待されることから、本規制の必要性は引き続き認められる。</p>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 担当課：取引対策課

費用及び間接的な影響の把握

### (遵守費用)

事前評価において、「規制強化によって、事業者にとっては、その内容を理解するための研修実施等の費用が発生する。ただし、今般の改正案は、現行法の規制の水準を各段に上げるものではなく、例えば、事業者において追加的な人員・体制の配置等の重大な費用が発生することは予想し難い。」、また、「法改正により、法令違反を理由に事業者が行政処分を受ける場合、違反事業者（法人）だけでなく当該違反事業者の役員等（個人）にも処分を行うこととなる。しかし、役員等（個人）に対して行う処分はあくまで潜脱の防止を目的としたものであり、法令遵守のために役員等に新たに重大な費用を生じさせるものではない。」としていたところ、この状況に変化はなく、事前評価時に想定した費用とかい離はない。

### (行政費用)

本規制の導入による行政費用を定量化又は金銭価値化することはできないが、事前評価において、「特定商取引法の執行は国及び都道府県において行われているところ、今回の改正は既存の規制を前提にその実効性を確保するためのものであり、これに伴う行政事務の費用の著しい増加は見込まれない。むしろ、悪質事業者によって規制が潜脱されることにより、実態は同一の存在と評価できるグループに対し、別法人が立ち上げられるたびに繰り返し処分を行わなければならない現状が業務禁止命令により改善され、少なくとも業務禁止を命じた期間は再度行政処分を行う必要がなくなることとなる。その結果、繰り返し違反を行う事業者対応のために割いていた行政コストを他の事業者の違反是正に充てることができるようになるという意味で、現在よりも実効的かつ効率的な執行が可能になることが見込まれる。」としていたところ、前段については、この状況に変化はなく、また、後段については、業務禁止命令の規定を活用した行政処分の実績もあり、他の事業者の違反是正に充てることで、規制導入前よりも実効的かつ効率的な執行が可能になったと考えられることから、事前評価時に想定した費用とかい離はない。

### (効果（定量化）)

事前評価において「改正案の実施により、消費者にとっては悪質事業者と取引を行うこととなるリスクが相当程度解消されることとなり、悪質事業者との取引から生じていた消費者被害の減少及び特定商取引の適正化によるより良い商品・サービスの提供という便益が想定される。また、規制強化により、訪問販売等の各特定商取引分野における取引が更に健全化されることが期待される。その結果、当該業界における取引・流通の活性化という事業者側の利益が生じることも考えられる。」としていたところ、例えば、①規制対象範囲の拡大（特定権利の追加）、②解除妨害を目的とした事実不告知規制の追加及び③行政処分の実効性向上のための措置については、この規定を活用した行政処分の実績があり、取引の更なる健全化が図られ、また、④ファクシミリ広告規制の追加及び⑤電話勧誘販売の過量販売規制の追加については、規制導入以降、ファクシミリに関する広告自体の相談件数が減少し、電話勧誘販売の過量販売規制に関する相談件数の増加傾向が収まっていることから消費者被害の減少がみられ、さらに、⑥質問権限の追加については、この規定を活用した立入検査等の実績があり、行政処分を通じて取引の更なる健全化に資することから、規制の導入がされたことにより、悪質事業者との取引から生じていた消費者被害の減少及び特定商取引の適正化によるより良い商品・サービスの提供という便益が生じたと考えられる。また、規制強化により、訪問販売等の各特定商取引分野における取引が更に健全化されることが期待され、その結果、当該業界における取引・流通の活性化という事業者側の利益が生じたとも考えられることから、事前評価時に想定した効果とかい離はない。

### (便益（金銭価値化）)

事前評価では、「本改正案は、これまで十分な対応ができなかった悪質事業者対策を強化する内容となっているが、規制導入の結果、消費者がより安全に、安心して訪問販売等の特定商取引に接することが可能となるものであることから、消費者の利益に資する内容となっている。また、本改正案は、悪質事業者以外の者についてまで重大な費用を生じさせるものではなく、業界全体の健全化という便益も考慮すれば、目的とする便益を得るために是認できるものと考えられる。」としていたところ、本規制の導入による便益を金銭価値化して把握することはできないが、例えば⑥で記載したとおり、規制の導入がされたことにより、悪質事業者との取引から生じていた消費者被害の減少及び特定商取引の適正化によるより良い商品・サービスの提供という便益が生じたと考えられる。また、規制強化により、訪問販売等の各特定商取引分野における取引が更に健全化されることが期待され、その結果、当該業界における取引・流通の活性化という事業者側の利益が生じたとも考えられることから、事前評価時に想定した便益とかい離はない。

### (副次的な影響及び波及的な影響)

本規制を導入したことによる副次的な影響及び波及的な影響並びに規制の事前評価時に意図していなかった負の影響は、例えば悪質事業者に流れていたであろう消費支出が健全な経済活動に向けられたこと等が想定される。

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 担当課：取引対策課

<p>考察</p>	<p>本規制の導入に伴い発生した費用は、上記のとおり、事前評価時の想定とかい離するものではない。</p> <p>また、本規制の導入に伴う効果等も、上記のとおり、事前評価時の想定とかい離するものではなく、本規制の導入による副次的な影響及び波及的な影響等は特に生じておらず、事前評価時に想定していない負の影響も特に生じていない。なお、本規制には、消費者被害を抑止する効果が期待される。</p> <p>したがって、事前評価時に想定していた範囲内の費用・効果・影響であり、本規制を引き続き継続することは妥当であるといえる。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;制度改正&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本規制は、悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化への対応等を目的に導入されたものである。</li> <li>(1) 特定商取引に関する法律の一部を改正する法律（平成28年法律第60号）             <ul style="list-style-type: none"> <li>①規制対象範囲の拡大（特定権利の追加）</li> <li>②解除妨害を目的とした事実不告知規制の追加</li> <li>③行政処分の実効性向上のための措置</li> <li>④ファクシミリ広告規制の追加</li> <li>⑤電話勧誘販売の過量販売規制の追加</li> <li>⑥質問権限の追加</li> </ul> </li> <li>(2) 特定商取引に関する法律施行令の一部を改正する政令（平成29年政令第174号）             <ul style="list-style-type: none"> <li>①立入検査等の対象となる密接関係者の範囲の拡大</li> <li>②美容医療サービスの特定継続的役務への指定</li> </ul> </li> <li>・本規制の導入による副次的な影響及び波及的な影響等は特に生じておらず、事前評価時に想定していない負の影響も特に生じていない。加えて、本規制には、消費者被害を抑止する効果が期待されることから、本規制を引き続き継続する。</li> </ul> <p>&lt;予算要求&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・特定商取引法の厳正な執行等を行うため、令和5年度概算要求（119百万円）を行った（令和4年度予算額：141百万円、令和5年度予算案額：131百万円）。</li> </ul>

## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 担当課：取引対策課

施策名	特定商取引分野における規制の整備
事前評価時の想定との比較	<p>(社会経済情勢や科学技術の変化による影響及び想定外の影響)                      本規制は、悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化への対応等を目的に導入されたものである。具体的には、①立入検査等の対象となる密接関係者の範囲の拡大、②美容医療サービスの特定継続的役務への指定のための制度改正を行ったものである。</p> <p>①は「販売業者等の親法人等が、特定商取引に関する法律（以下「法」という。）に基づく立入検査等の対象ではないことを奇貨として、脱法的に販売業者等に対して勧誘方法の指示等を行い、違法な勧誘等を主導している事案等に対応したもの」であるが、現在も、販売業者等の親法人等が、当該販売業者等に対して違法な勧誘等を主導している事案は後を絶たず、依然として必要な状況。</p> <p>②は「美容医療サービスに関する消費生活相談の件数が増加傾向にあったことを踏まえ、美容医療サービスを特定継続的役務に指定することで法に基づく規制の対象とし、取引の適正化及び消費者保護を図ることを目的としたもの」であるが、規制導入後、引き続き、美容医療サービスに関する一定程度の相談件数が継続してみられることから、現在も、依然として必要な状況。</p> <p>以上のとおり、本規制の事前評価時想定していなかった社会経済情勢や科学技術の変化による影響等は特段生じていない。</p> <p>(ベースラインの検証)                      本規制の導入により、悪質事業者による消費者被害が防止された件数を算出することはできないが、例えば、①立入検査等の対象となる密接関係者の範囲の拡大については、この規定を活用した立入検査等の実績があり、それを基に行政処分につながっており、また、②美容医療サービスの特定継続的役務への指定については、規制導入以降、引き続き、一定程度の相談件数が継続していることから、仮に規制の導入がされなかった場合、これらの事案に関係したより多くの消費者被害が発生していた可能性がある。</p> <p>(必要性の検証)                      前記のとおり、悪質事業者による消費者被害の発生という課題を取り巻く社会経済情勢や科学技術の変化による影響等の発現は事前評価時から特段なく、また、本規制には、消費者被害を抑止する効果も期待されることから、本規制の必要性は引き続き認められる。</p>
費用及び間接的な影響の把握	<p>(遵守費用)                      ①密接関係者の範囲の拡大については、事前評価において「新たに密接関係者となる者は、主務大臣への報告や書類の提出が求められ、また、事業所への立入検査への対応の必要が生じることとなるが、これらは法の施行のため特に必要があると認められるときにのみ行われるものである。法に基づき適正に業務を営む販売業者等の密接関係者については上記の対応は不要であり、特段の遵守費用は発生しない。」としていたところ、この状況に変化はなく、現在も当該「遵守費用」の発生はない。</p> <p>②美容医療サービスの特定継続的役務への指定については、事前評価において「契約の相手方への交付書面の作成義務（法第42条）や事業所への書類の備付け（法第45条）に関する費用、契約の相手方からのクーリング・オフや中途解約（法第48条、第49条）に応じるための費用等が生じる。」としていたところ、この状況に変化はない。なお、不当な勧誘行為の禁止（法第44条）や虚偽・誇大広告の禁止（法第43条）等の規制については、事前評価において「通常の事業活動を行う限り当然に遵守されるものであることから、特段の遵守費用は発生しない。」としていたところ、この状況についても変化はない。</p> <p>(行政費用)                      ①密接関係者の範囲の拡大については、事前評価時において「行政機関において必要に応じて対象事業者に対する立入検査等を実施することによる費用が発生するが、現在の体制で対応可能と予想される。」としていたが、規制導入後に行政機関において新たな体制を設けるなどの対応は確認されておらず、既存の立入検査体制等で対応ができたと考えられ、予想された状況とかい離はない。</p> <p>②美容医療サービスの特定継続的役務への指定については、「対象となる事業者及び消費者への周知啓発活動や、事業者の法違反行為の是正に要する費用が発生するが、現在の体制で対応可能と予想される。」としていたが、規制導入後に行政機関において新たな体制を設けることは確認されておらず、既存の周知活動や法執行体制で対応ができたと考えられ、予想された状況とかい離はない。</p> <p>(効果（定量化）)                      ①密接関係者の範囲の拡大については、事前評価において「事業者の法違反行為に係る証拠をより確実に入手することができるようになり、法違反行為を行う事業者への迅速かつ効果的な行政処分を行うことを通じて、消費者被害の拡大の防止に寄与する。」としていたところ、この規定を活用した立入検査等を行い、行政処分を行った実績があるため、事前評価時に予想された効果と、かい離はないと考えられる。</p> <p>②美容医療サービスの特定継続的役務への指定については、事前評価において「特定継続的役務提供となる美容医療契約について、勧誘規制、書面交付義務等の行政規制やクーリング・オフ、中途解約等の民事ルールの対象となることにより、取引の適正化と消費者保護に資することが期待される。」としていたところ、規制導入後も、美容医療契約に関する相談件数が、引き続き、継続してみられることから、規制が導入されなかったら、これらの事案に対して更に消費者被害が拡大していた可能性が高く、事前評価時に予想された効果と、かい離はないと考えられる。</p>



## 評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 担当課：取引対策課

	<p>(便益(金銭価値化))</p> <p>①密接関係者の範囲の拡大については、事業者の法違反行為に係る証拠をより確実に入手することができるようになり、法違反行為を行う事業者への迅速かつ効果的な行政処分を行うことを通じて消費者被害の拡大の防止に寄与する。</p> <p>②美容医療サービスの特定継続的役務への指定については、特定継続的役務提供となる美容医療契約について、勧誘規制、書面交付義務等の行政規制やクーリング・オフ、中途解約等の民事ルールの対象となることにより、取引の適正化と消費者保護に資する。</p> <p>なお、いずれについても、事前評価時の便益推計と比較し、かい離はない。</p> <p>(副次的な影響及び波及的な影響)</p> <p>本規制を導入したことによる副次的な影響及び波及的な影響並びに規制の事前評価時に意図していなかった負の影響は、例えば悪質事業者に流れていたであろう消費支出が健全な経済活動に向けられたこと等が想定される。</p>
<p>考察</p>	<p>本規制の導入に伴い発生した費用は、上記のとおり、事前評価時の想定とかい離するものではない。</p> <p>また、本規制導入に伴う効果等も、上記のとおり、事前評価時の想定とかい離するものではない。したがって、事前評価時に想定していた範囲内の費用・効果・影響であり、妥当であるといえる。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>&lt;制度改正&gt;</p> <p>・本規制は、悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化への対応等を目的に導入されたものである。</p> <p>(1) 特定商取引に関する法律の一部を改正する法律(平成28年法律第60号)</p> <p>①規制対象範囲の拡大(特定権利の追加)</p> <p>②解除妨害を目的とした事実不告知規制の追加</p> <p>③行政処分の実効性向上のための措置</p> <p>④ファクシミリ広告規制の追加</p> <p>⑤電話勧誘販売の過量販売規制の追加</p> <p>⑥質問権限の追加</p> <p>(2) 特定商取引に関する法律施行令の一部を改正する政令(平成29年政令第174号)</p> <p>①立入検査等の対象となる密接関係者の範囲の拡大</p> <p>②美容医療サービスの特定継続的役務への指定</p> <p>・本規制の導入による副次的な影響及び波及的な影響等は特に生じておらず、事前評価時に想定していない負の影響も特に生じていない。加えて、本規制には、消費者被害を抑制する効果が期待されることから、本規制を引き続き継続する。</p> <p>&lt;予算要求&gt;</p> <p>・特定商取引法の厳正な執行等を行うため、令和5年度概算要求(119百万円)を行った(令和4年度予算額:141百万円、令和5年度予算案額:131百万円)。</p>