

令和4年度消費者庁政策評価書

政策名： 消費者政策の推進

施策名：

	(担当課)	(ページ数)
(1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整	消費者政策課	1
(2) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課	5
(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	9
(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課	13
(5) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	18
(6) 消費者取引対策の推進	取引対策課	22
(7) 消費者表示対策の推進	表示対策課	25
(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	29
(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）	36
(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）	39

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-①)

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・推進及び調整を行う。					
達成すべき目標	・消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の増進を図る。具体的には、「消費者基本計画工程表」に基づく個別施策を推進するとともに、工程表を毎年度改定し、関係行政機関の消費者行政に関する取組について新規施策の追加や進捗状況に応じた見直しを行い、消費者政策の推進状況を見える化して国民の検証・評価に供する。					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	201	86	193	283
		補正予算(b)	862	100	-	
		繰越し等(c)	-232	132	100	
		合計(a+b+c)	831	318	293	
執行額(百万円)		805	277	245		
施策に関する内閣の重要政策(施政方針演説のうち主なもの)	<p>○消費者基本法(昭和43年法律第78号)</p> <p>○消費者基本計画(令和3年6月15日閣議決定)</p> <p>○消費者基本計画工程表(令和4年6月15日消費者政策会議決定) 施策番号Ⅰ(2)①イ、Ⅰ(2)①エ、Ⅰ(2)②ス、Ⅰ(2)⑥イ、Ⅰ(2)⑨エ、Ⅰ(3)④、Ⅰ(3)⑨、Ⅰ(4)⑧、Ⅲ(1)①、Ⅲ(1)②、Ⅲ(1)⑪、Ⅲ(2)③ア、Ⅲ(2)③ウ、Ⅲ(2)③エ、Ⅳ(2)①、Ⅴ(1)①、Ⅴ(2)①、Ⅴ(2)⑥、Ⅴ(3)⑥</p>					

測定指標	目標	令和4年度		施策の進捗状況(実績)				達成
1 消費者基本計画工程表の策定状況	・消費者政策をめぐる現状と課題を踏まえ、第4期消費者基本計画の計画期間内に実施する施策の推進状況と今後の取組予定、KPIを明示した工程表を策定し、公表する。			・令和4年6月15日、消費者基本計画工程表を決定し、公表した(消費者政策会議決定)。本工程表では、令和3年度における施策の実施、実績及びKPIの最新値を追加し、今後の取組予定を更新した。				○
		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	第4期消費者基本計画工程表の策定状況				○	○	○	

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
<p>2 消費者を取り巻く環境変化の把握状況及び消費者への情報発信・普及啓発の実施状況</p> <p><参考指標></p> <ul style="list-style-type: none"> 「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数 ギャンブル等依存症対策啓発チラシの配布実績 ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度（家族向け） 	<p>○消費者を取り巻く環境の変化を把握するとともに、消費者被害防止等に資する情報を広く提供することを目的として、以下の取組を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> 調査研究及び「インターネット消費者取引連絡会」を通じ、インターネット技術・サービス及びそれらをめぐる消費者トラブルの動向等を把握する。 ギャンブル等依存症対策推進基本計画に基づき、消費生活相談への的確な対応に係る支援を行うとともに、消費者向けの総合的な情報提供を行う。 	<p>【インターネット消費者取引連絡会】</p> <ul style="list-style-type: none"> 四半期に1度の頻度で開催した。オブザーバーも含め、出席者とは新たなサービス・ビジネスモデル及び消費者被害の動向など、インターネット取引をめぐる最近の課題について情報を共有し、議論を深めた。その配布資料及び議事要旨については、消費者トラブルの未然防止に資するよう、消費者庁ウェブサイトにおいて公開し、広く情報共有を行っている。 <p>【ギャンブル等依存症対策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ギャンブル等依存症に関わる消費生活相談に対する的確な対応が行われるよう、消費生活相談員研修において相談対応マニュアルについて講義を行った。 また、消費者庁公式SNSも活用し、啓発資料及び情報提供のための特設ウェブサイトについて周知を行ったほか、関係省庁及び地方公共団体と連携し、国公立大学及び国立大学附属病院等、都道府県等消費者行政担当部局に対し、啓発資料の活用を依頼した。 	○	参考指標（実績値）	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
				「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数	4	4	4	4	4	4
				ギャンブル等依存症対策啓発資料の配布実績						配布箇所数：506箇所 配布枚数：50,600枚
				ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度（家族向け）				5.3%	6.0%	
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
<p>3 消費者安全法の規定に基づく注意喚起等の実施（措置件数）</p>	<p>・消費者庁に一元的に集約された財産分野の消費者事故等に関する情報の内容を分析・検討し、消費者安全法（平成21年法律第50号）の規定に基づき消費者に対する注意喚起等を実施する。</p>	<p>・あたかも簡単な作業をするだけで誰でも1日あたり数万円稼ぐことができると消費者を勧誘していたが、実際には不確実なものであったなどの副業に関する事案、浄水カートリッジの模倣品をあたかも正規品であるかのように表示し、消費者を誤認させて購入を申し込ませていた事案など26件について、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、消費者安全法第38条第1項の規定に基づき消費者に対する注意喚起を実施した（※26件のうち4件は、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）に基づく行政処分と併せて当該注意喚起を実施した件数）。</p>	○	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
				実績値	10件	12件	13件	34件	22件	26件

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成		
4 消費者のデジタル化への対応についての検討状況 <参考指標> ・ SNS相談に関する実証実験の実施状況 ・ デジタル教材の周知状況	○消費者のデジタル化への対応を検討・推進するため、以下の取組を行う。 ・ SNSを活用した消費生活相談の実証事業の結果を分析し、SNSを活用した消費生活相談の導入に際する課題と対応策について検討する。 ・ 消費者保護のための啓発用デジタル教材の開発を行う。	【SNS相談】 ・ 令和4年11月29日～令和4年12月27日の期間、通信アプリ「LINE」を活用した消費生活相談対応を試験的に実施し、当該実証結果を踏まえSNS相談対応マニュアルの内容を充実させた。 【デジタル教材】 ・ 徳島県内の高等学校の家庭科教員を対象としてデジタル教材の授業への活用に関する講習会を開催した。また、地方公共団体の求めに応じて教材資料のデータを提供した。 以上の取組を実施することにより、消費者が社会・経済のデジタル化に対応し、安心・安全に取引を行うための環境整備の基礎を構築した。				○			
		参考指標（実績値）	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度	令和4年度
		SNS相談への応答率					100%	100%	100%
		アンケートにおける消費生活相談員の満足度						42%	79%
		アンケートにおける消費生活相談者の満足度					63%	59%	70%
		参考指標（実績値）	令和4年度						
デジタル教材の周知状況	高等学校の家庭科教員向け講習会を1回開催した。また、15自治体からの求めに応じ、教材資料、データを提供した。								
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成		
5 取引DPF消費者保護法の認知度	・ 官民協議会の開催、講演・寄稿等により取引DPF消費者保護法の認知度を向上させる。	・ 令和4年度は取引DPF消費者保護法を施行するとともに、法に基づく官民協議会を2回全て公開で開催（6月及び10月）した。また、講演・寄稿を計17回行い、さらに政府広報を活用して取引DPF消費者保護法の周知・啓発のための消費者向け記事・動画を作成・公開した（消費者庁の把握している範囲では、法に基づく開示請求は9件行われているなど、法の認知度が向上しつつある。）。				○			
		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値						4.7%	8.3%

評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	目標達成
		(判断根拠)	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。
	施策の分析	<p>(達成手段の有効性・効率性)</p> <p>達成手段(1)「消費者政策企画・立案」(測定指標1関係)、(2)「消費者財産被害に係るすき間事案等への対応」(測定指標3関係)、(4)「新未来創造戦略本部における実証事業」(測定指標4関係)及び(5)「ポストコロナ社会に対応した消費者向け啓発教材の開発・情報発信」(測定指標4関係)に関しては、事業で得られた成果を広く国民に提供するなど、消費者トラブルの拡大抑止・未然防止に効果的に取り組んだものと評価できる。</p> <p>また、達成手段(3)「新たなインターネット技術・サービスに係る消費者トラブルの動向調査」(測定指標2関係)に関しては、事業で得られた調査結果を今後の消費者トラブルの拡大抑止・未然防止のための情報分析に活用しており、消費者トラブルの拡大抑止・未然防止に効果的に取り組んだものと評価できる。</p> <p>達成手段(6)「取引デジタルプラットフォーム(DPF)における消費者利益保護等推進事業」(測定指標5関係)に関しては、官民協議会の実施等を効果的にいき、取引DPF消費者保護法の認知度を向上させたものと評価できる。</p> <p>これらに鑑みれば、各達成手段は、施策の目標達成に有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p>	
次期目標等への反映の方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・国民の消費生活の安定及び質の向上を確保するため、引き続き、消費者政策の企画・立案・推進及び調整を推進していく。 ・なお、令和4年度の目標は達成したものの、今後とも消費生活における新たな課題が想定されることから、その時々々の社会状況に応じて機動的に必要な施策に取り組んでいく。 		

学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・測定指標2のインターネット消費者取引連絡会について、議事要旨をウェブサイト公表し、広く情報共有を行っているとのあるが、情報共有の対象をどう考えているのか。また、議事要旨に相応の反応が得られているのかなどの検証が必要と思う。 →情報共有の対象としては、本連絡会の本旨に鑑み、一般消費者を主な対象として捉えている。また、本資料の公開に加え、本連絡会に参加した各組織における必要に応じた取組が実施されることにより、本連絡会で取り上げたテーマに関する消費生活相談が減少し、被害防止又は解決に繋がっているのかについて把握することで検証を行っていく予定。 ・情報の公開という意味では、測定指標3の注意喚起についても、一般消費者を対象とする情報提供の場合には、単に事実の伝達ではなく、興味をもって見て貰えるような工夫が求められるところであり、いわば「公表」ではなく「広報」の視点を持つ必要があるように思われる。 →消費者安全法に基づく注意喚起・公表を行う際には、消費者に関心を持ってもらうことで、注意喚起の情報がより広く伝わるよう、文字を少なくし、イラストを大きくするなどデザインを一新したチラシを作成しており、若年層に広く伝わるよう、若者向けのアカウントを利用したSNS等での周知も行っている。御指摘を踏まえ、更なる検討を進めてまいりたい。 ・ギャンブル依存症対策について、様々な活動の効果検証がないように思われ、唯一掲げられたチラシの認知度はいかにも低く、さらに言えば配布箇所毎の配布枚数が100枚程度というのもインパクトが感じられない。 →依存症対策啓発資料については、紙媒体の配布のほか、SNS等を活用し消費者向けの周知を行っている。いただいた御指摘も踏まえ、来年度以降の参考とさせていただきたい。 ・測定指標5について、新法の施行ということがあったにしても、単に法の名称の知名度を問うことから法の趣旨の理解の程度を推し量ることは事実上できないと思われ、指標としての意味合いはごく薄いと言わざるを得ないのではないか。 →法の認知度については、消費者による法の活用度を測るための測定指標として設定をしている。他方で、御指摘の点も踏まえ、来年度に向け適切な測定指標の設定等について検討してまいりたい。 ・各測定指標の進捗状況(実績)について、消費者庁が実施したこと(アウトプット)だけでなく、実施したことによる効果(アウトカム)に関わる記述も可能な限り盛り込む必要があるのではないか。 →御指摘を踏まえ、記述可能なものについては追記した。今後とも適切なアウトカムを設定できないか検討してまいりたい。 		
-----------------	--	--	--

政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	<ul style="list-style-type: none"> ・第4期消費者基本計画(令和3年6月15日閣議決定) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf ・消費者基本計画工程表(令和4年6月15日消費者政策会議決定) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_102_220615_01.pdf 		
---------------------------	---	--	--

担当部局名	消費者政策課	作成責任者名	消費者政策課長 尾原 知明	政策評価実施時期	令和5年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	--------

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-②)

施策名	消費生活に関する制度の企画・立案・推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者契約等に関する制度の企画立案 <ul style="list-style-type: none"> ①第208回国会の消費者契約法（平成12年法律第61号）等改正への対応や、関係する政令、府令等の整備、周知・啓発活動など施行に向けた準備を行う。 ②社会経済情勢の変化を踏まえ、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行う。 ③靈感商法等の悪質商法や不当な寄附勧誘への対応のための法整備を行う。 ④消費者契約法等の説明会の実施や広報資料の公表等によって消費者契約法等の周知・啓発活動を実施する。 ・消費者団体訴訟制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ①第208回国会の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（平成25年法律第96号）等の改正への対応や関係する政令、府令等の整備、周知・啓発活動など施行に向けた準備を行う。 また、消費者団体訴訟制度の改善のための企画立案、適格消費者団体及び特定適格消費者団体の適切な認定・監督の実施や、団体が業務を円滑に実施できるよう必要な支援の実施を行う。 ②説明会の実施や広報資料の公表等によって、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。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者契約等に関する制度の企画立案 <ul style="list-style-type: none"> ①第208回国会の消費者契約法等改正を踏まえ、消費者契約法の適切な運用を行う。 ②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見直しの検討の議論の整理、論点の深掘りを通じ、新たな制度の検討につなげる。 ③靈感商法等の悪質商法や不当な寄附勧誘の被害未然防止、被害救済を図る。 ④消費者契約法等の認知度を向上させ、消費者被害の予防や救済を促進する。 ・消費者団体訴訟制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ①消費者団体訴訟制度の適切かつ実効的な運用等により、消費者団体訴訟制度が消費者の紛争解決のための枠組として一層活用される環境を整備する。 ②消費者団体訴訟制度等の認知度を向上させ、消費者被害の予防や救済を促進する。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	130	60	83	112
		補正予算 (b)	-	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	130	60	83	
執行額 (百万円)		80	53	70		
施策に関する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定） ○消費者基本計画工程表（令和4年6月15日消費者政策会議決定）施策番号I（2）①ウ、I（4）① ○経済財政運営と改革の基本方針 2022（令和4年6月7日閣議決定）第3章3. 国民生活の安全・安心 					

測定指標	目標	検討の状況に応じて開催		施策の進捗状況（実績）				達成			
1 消費者法制の在り方に関する会議やヒアリング等の実施回数	・社会経済情勢の変化を踏まえ、消費者法制の在り方に関する検討を行う。			<ul style="list-style-type: none"> ・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、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実施。 ・上記の検討のため、懇談会外でも幅広い分野の有識者へのヒアリングを実施。 				○			
				年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度	令和4年度
				実績値							42回

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
2 消費者契約法の認知度	<p>・説明会等の実施、啓発資料の公表、法の見直し等により、消費者契約法の認知度を向上させる。 （法の認知度：50%）</p>		<p>・各種説明会において第208回国会の改正内容を含む消費者契約法に関する説明を行ったほか、消費者契約法の概要を記載したパンフレットをホームページに公表。また、第210回国会で成立した改正消費者契約法や不当寄附勧誘防止法の内容を記載したチラシや解説動画を作成し一般消費者、関連団体、消費生活相談員等へ向けた周知・広報を実施。</p> <p>・第208回国会で「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」が成立。改正法施行に伴う政令・府令を整備。</p> <p>・「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。両法の施行に伴う政令・府令を整備。</p>				○			
			年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度	令和4年度
			実績値			38%		45%	35%	37%
測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
3 消費者団体訴訟制度及び適格消費者団体・特定適格消費者団体の認知度	<p>・説明会の実施、啓発資料の公表等により、消費者団体訴訟制度の認知度を向上させる。 （消費者団体訴訟制度の認知度：40%、適格消費者団体の認知度：30%、特定適格消費者団体の認知度：25%）</p>		<p>・各種説明会において消費者団体訴訟制度に関する説明を行ったほか、消費者団体訴訟制度のパンフレットをホームページ上で公表。</p> <p>・今後の周知・啓発戦略の抜本的な改善のため、新たな広報素材を作成。</p> <p>・孤独・孤立対策を行うNPO等と消費者庁及び消費者団体訴訟制度の担い手である適格消費者団体との連携を促進し、オンライン相談会の開催を通じて、孤独・孤立した消費者の消費者被害事案を把握するとともに、シンポジウムの開催を通じて、被害の防止・回復に向けた啓発を実施。</p>				×			
			年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度	令和4年度
			実績値	<p>消費者団体訴訟制度 13.9% 適格消費者団体 8.2% 特定適格消費者団体 6.3%</p>	—	<p>消費者団体訴訟制度 22.6% 適格消費者団体 25.2% 特定適格消費者団体 20.7%</p>		<p>消費者団体訴訟制度 37.2% 適格消費者団体 37.8% 特定適格消費者団体 35.2%</p>	<p>消費者団体訴訟制度 20.7% 適格消費者団体 23.1% 特定適格消費者団体 18.2%</p>	<p>消費者団体訴訟制度 18% 適格消費者団体 22% 特定適格消費者団体 19%</p>

測定指標		目標	毎年度		施策の進捗状況（実績）				達成
4 適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論が得られた件数		<p>・消費者団体訴訟制度の適切な運用のために適格消費者団体等の適切な認定・監督、当該制度の実効性向上に向けた見直しを含む環境整備等を行う。</p>			<p>・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、全ての特定認定を更新。</p> <p>・第208回国会において、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」が成立。</p> <p>・第208回国会において「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」が成立。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」等を整備。</p>				×
			年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
			実績値	16件	20件	56件	30件	22件	33件
目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり							
	(判断根拠)	<p>測定指標1については、検討に必要な会議やヒアリング等を実施したと評価できる。</p> <p>測定指標2については、引き続きのコロナ禍においても令和3年度から微増しており、目標達成へ向け着実に進展したと評価できる。</p> <p>測定指標3、4については、未達成であるものの、第208回国会において「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」が成立し制度の見直しが行われ、今後の周知・啓発の抜本的な改善のための広報素材を作成するなど、相当程度の進展があったと評価することができる。</p> <p>また、靈感商法等の悪質商法や不当な寄附勧誘への対応についても、法整備及び周知・広報を適切に実施したことは、当初の予定にはなかったものの、強い社会的要請を受け迅速に対応したといえ、評価することができる。</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>							

評価結果	施策の分析	<p>(未達成の測定指標について)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・測定指標3については、これまで認知度が伸び悩んでいることも踏まえ、周知・広報戦略を抜本的に見直し・改善することを予定しており、今後の認知度向上が見込まれる。 ・測定指標4については、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」の成立により、制度がより使いやすくなったことから、令和5年10月の施行後には、制度の一層の活用が見込まれる。 <p>(達成手段の有効性・効率性)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第208回国会の消費者契約法等の改正に伴う制度整備や適切な運用に加え、消費者契約法等の説明会や広報資料の公表等による消費者契約法等の周知・啓発活動の実施により、認知度の一定の向上が図られたことから、制度のより一層の活用促進につながることを期待され、有効かつ効率的な施策といえる。 ・消費者法制の在り方についての既存の枠組に捉われない抜本的な見直しの検討やこれに必要な調査等については、各種会合や個別のヒアリングを1年の間に効率的に多数実施し、高齢化やデジタル化といった社会的課題の各論点について様々なアイデアを収集することができ、新たな制度の検討につながることを期待されることから、有効かつ効率的な施策といえる。 <p>(外部要因の与えた影響)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度には靈感商法等の悪質商法や不当な寄附勧誘への対応が求められたことから、これに対応するため短期間での対応策検討を行い、第210回国会での「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」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」の成立及び関係法令の整備、周知・広報を通じ、これらの被害の未然防止、被害救済のための対応に努めた。 			
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「消費者契約に関する制度の企画立案」においては、「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」の議論を踏まえ各論点の更なる深掘りを行っていくところ、検討の状況に応じて対応の方向性についても記載することとする。 ・「消費者団体訴訟制度の推進」においては、上記の分析及び第208回国会において成立した「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」の施行状況や、改正法の施行に合わせて集中的に行う周知・広報の状況を踏まえ記載することとする。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・上記の施策の進捗は、定性的なものであり、継続的に採用すべき定量的な指標としては、次年度も同様のものとする。 			
学識経験を有する者の知見の活用					
政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	<p>【測定指標1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁「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」等 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/review_meeting_004/ <p>【測定指標2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁「消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/ ・消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003/ <p>【測定指標3】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁「消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/ ・消費者庁「令和2年度消費者団体訴訟制度等の調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/assets/consumer_system_cms101_210421_04.pdf ・消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003/ 				
担当部局名	消費者制度課	作成責任者名	消費者制度課長 黒木 理恵	政策評価 実施時期	令和5年8月

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-③)

施策名	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・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、成年年齢引下げを踏まえ、若年者への消費者教育の充実を図る。 ・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。 ・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。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育・普及啓発 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の機会が提供され、消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与する。 ・エシカル消費 多様な主体と連携し、エシカル消費の機運を醸成するとともに、消費者がエシカル消費の実践等を通じて主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与する。 ・食品ロスの削減の推進 多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減に取り組む。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	127	159	140	138
		補正予算 (b)	-	-	200	
		繰越し等 (c)	-	-	-200	
		合計 (a+b+c)	127	159	140	
執行額 (百万円)		74	114	91		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定） ○消費者基本計画工程表（令和4年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（3）①、Ⅱ（1）①、Ⅱ（1）②、Ⅱ（3）①、Ⅲ（1）②、Ⅲ（2）③ア、Ⅳ（1）①、Ⅳ（1）②、Ⅳ（1）③、Ⅳ（1）④、Ⅳ（1）⑥、Ⅳ（1）⑦、Ⅳ（1）⑧ ○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） ○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） 					

測定指標	目標	令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成
1 被害に遭った際に相談ができる若年者の割合	<ul style="list-style-type: none"> ・「社会への扉」で取り扱っている知識に関する理解度の向上を図り、もって消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう育成支援を推進する。 			<ul style="list-style-type: none"> ・「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針」に基づき、私立高等学校、特別支援学校等を対象とした出前講座事業や事業者の新人研修で活用できる消費者教育プログラム開発等を実施した。 				○
2 被害の未然防止のための行動ができる若年者の割合	測定指標 1	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値						75.9%
	測定指標 2	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値						50%

測定指標		目標		令和5年度		施策の進捗状況（実績）				達成
3 エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合		・エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合の向上を図り、もって主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう育成支援を推進する。				・パンフレット、動画等の啓発資材の学校や地域等での活用を促進するほか、エシカル消費特設サイトや令和4年度に開設したInstagramの公式アカウントでの情報発信強化に努めた。				○
4 エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合		測定指標 1		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
				実績値						28.7%
		測定指標 2		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
				実績値						76.4%
測定指標		目標		令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成
5 食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合		・食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上にするを通じ、国民運動としての食品ロスの削減を推進する。				・食品ロス問題の認知向上のため、食品ロス削減推進アンバサダーを活用したイベントや食品ロス削減推進表彰、「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト等を実施した。				○
		測定指標 5		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
				実績値	71.8%	71.0%	76.5%	76.6%	78.3%	76.9%
		(各行政機関共通区分)		目標達成						
目標達成度合いの測定結果		(判断根拠)		<p>消費者教育・普及啓発については、令和4年度消費生活意識調査（第4回）において、「被害に遭った際に相談ができる若年者の割合」、「被害の未然防止のための行動ができる若年者の割合」はそれぞれ75.9%、50%となり、単年度の数値であるが、一定水準となっている（測定指標1・2）。</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、令和4年度消費生活意識調査（第3回）において、「エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合」、「エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合」はそれぞれ28.7%、76.4%となり、両指標をあわせて見ると、エシカル消費の普及状況としては一定水準であると評価できる（測定指標3・4）。</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、令和4年度消費生活意識調査（第4回）において、「食品ロスを認知して削減に取り組む消費者の割合」は76.9%と前年度比では減少しているものの、令和元年に法律が制定されて以降、政府一体となって施策を講じ始めたところであり、成果が出るには一定の時間を要すると考えているところ、長期的にみると増加傾向にあるといえる。（測定指標5）。</p> <p>以上のとおり、令和4年度に達成すべき目標との関係では、目標達成していると評価できると鑑みて、「目標達成」と判断した。</p>						

<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">評価結果</p>	<p style="text-align: center;">施策の分析</p>	<p>(実績値が減少等した測定指標) 測定指標5については、前年度比で減少となっており、単年の動きでは評価は困難であるが、長期的にみると増加傾向にある。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者教育・普及啓発」については、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プラン－」(令和4年3月31日若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)に基づき、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、私立高等学校・特別支援学校等を対象とした出前講座事業や事業者の新人研修で活用できる消費者教育プログラム開発等を実施した。 また、消費者被害防止等に資する情報等を若者等に直接届けるため、「18歳から大人」Twitterアカウントや特設ページでの情報発信を継続的に行った。 この他、関心の高まっている靈感商法等の消費者被害の未然防止のため、具体的手口や対処法に係るチラシを作成し、地方公共団体や大学生協等を通じて周知したほか、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向けた検討を進めた。</p> <p>達成手段(2)「エシカル消費の普及・啓発」については、関係団体や事業者等と協働しながら、啓発資材の充実に取り組んだほか、エシカル消費特設サイトや令和4年度に開設したInstagramの公式アカウントでの情報発信強化に努めた。また、サステナブルファッションについては、消費者庁、経済産業省、環境省による関係省庁連携会議において、今後の取組について検討を進めるとともに、消費者庁では、特設ページにおける情報発信やインフルエンサーとの連携に取り組んだ。今後は、エシカル消費やその具体的取組内容の認知度を向上することにより行動意向を持つ消費者を増やす等、消費者の行動変容を促していく。</p> <p>達成手段(3)「食品ロス削減推進」については、政府を始めとする取組のフレームワークである食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針に沿って、環境省と共同で「食品ロス削減推進表彰」を実施したほか、食品ロス削減推進アンバサダーを活用したイベントや「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストを実施する等、消費者等への普及啓発を強化した。 これらに鑑みれば、各達成手段は、施策の目標達成に有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p>
	<p style="text-align: center;">次期目標等への 反映の方向性</p>	<p>【施策】 ・消費者教育に関する施策については、令和5年度以降においても、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プラン－」に基づき関係省庁と連携して取組を進めるとともに、「消費者力」育成・強化のための新たな教材を開発し活用促進に努める。 ・エシカル消費に関する施策については、啓発動画を活用した地域等での取組の促進や、各種イベントへの参画など、広くエシカル消費を知ってもらうための取組を進め、消費者の関心を実際の行動に結び付けていく。 ・食品ロスの削減に関する施策については、基本方針に沿って引き続き表彰施策や消費者等への普及啓発に取り組み、多様な主体が連携した、国民運動としての食品ロス削減を推進していく。</p> <p>【目標及び測定指標】 ・引き続き目標の達成に向け、測定指標の改善を目指す。なお、施策の進捗状況や社会経済情勢を踏まえ、必要に応じて適宜見直しを行うこととする。</p>

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・各測定指標が、例えば「被害に遭った際に相談ができる若年層の割合」といった場合など、いくつもの意味内容を持ち得るものであり、求める数値そのものがあいまいなものになっているため、どのような調査によって把握されるにしても指標としての振れ幅が大きく、説明は難しいように思われる。 さらに、今回示されたのは「実績」のみであり、目標値なしに「実績」が「一定程度の水準にある」という判断で施策目的が達成されたと主張するのは、やや理解され難いと言わざるを得ず、今後の検討をお願いしたい。 →ご指摘を踏まえ、調査方法や指標の評価方法の工夫についても検討していく。 ・私立高等学校、特別支援学校等を対象とした出前講座事業の実施回数には限りがあるため、出前講座事業の内容をプラットフォームの活用等により、どのように効果的・効率的に波及させられるか、更なる検討が必要と考える。 →消費者教育ポータルサイトにおける教材や取組等の掲載による横展開を図っているが、更なる効果的、効率的取組に努めていく。 ・エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合は、実践する意向のある消費者の割合より高い。生活の中で定着している行動を現代の視点で捉え直すと新しいエシカル消費という概念に含まれるということだと思うが、定着している取組を現代の潮流を踏まえて捉え直し、認知されることも重要だと考える。そのため、概念の定着と日常的にあまり実践されていない取組をいかに浸透させられるか、より戦略的なアプローチの検討が必要ではないか。 →認知度及び理解度拡大のため、世代別に効果的なメディアの活用を図る等、より戦略的なアプローチを今後検討していく。 ・全般にわたって初等教育、中等教育の重要性が認められ、積極的な推進が必要だと言える。また、エシカル消費にせよ、食品ロスにせよ、世代別の傾向と原因があると思われるので、よりきめ細やかな考察、対応が必要ではないか。 →世代別に調査し、それぞれに合わせた取組を行っているところ、関係省庁とも連携しつつ、新たな取組を検討する。 ・食品ロスについては、普段当たり前に気をつけている方（もったいないの mindset）は、「取組をしている」層にはカウントされなくなってしまう現象が生じているのではないか。 →ご指摘いただいた点については、意識調査において具体的な削減行動を明示して選択肢とすることにより、そのような問題を回避するよう努めている。
------------------------	---

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育推進会議 https://www.caa.go.jp/policies/council/cepc/ ・消費者教育ポータルサイト https://www.kportal.caa.go.jp/index.php ・エシカル消費特設サイト https://www.ethical.caa.go.jp/ ・めざせ！食品ロス・ゼロ特設サイト https://www.no-foodloss.caa.go.jp/
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>消費者教育推進課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者教育推進課長 山地 あつ子</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和5年8月</p>
--------------	-----------------	---------------	-----------------------------	----------------------	---------------

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-④)

施策名	地方消費者行政の推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・消費生活センターの適正な配置、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。 ・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。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・地方公共団体と適切に連携するとともに、地方消費者行政の充実・強化を支援することにより、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上を図る。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	2,738	2,526	2,363	2,337
		補正予算(b)	1,601	1,400	3,000	
		繰越し等(c)	-226	-25	-1,437	
		合計(a+b+c)	4,113	3,901	3,926	
執行額(百万円)		3,264	3,249	3,251		
施策に関する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定） ○消費者基本計画工程表（令和4年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（3）③、Ⅰ（3）⑧、Ⅲ（3）②、Ⅴ（1）②、Ⅴ（3）①、Ⅴ（3）②、Ⅴ（3）③、Ⅴ（3）④、Ⅴ（3）⑤、Ⅴ（3）⑦ ○地方消費者行政強化作戦2020（令和2年4月） 					

測定指標	目標	令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成
1 若年者の消費者ホットライン188の認知度30%以上（全国）	・消費者ホットライン188について、様々な機会を捉え、多様な媒体を利用して周知することにより、認知度の向上及び利用の促進を図る。			<ul style="list-style-type: none"> ・SNSにおけるキャンペーン広告配信を行ったほか、トラブル事例に応じた複数のPR動画やバナー広告を配信する等、様々な手法による広報を実施し相談窓口の認知度の向上と利用の促進を図った。 ※令和3年度以前は別調査のため御参考 				○
2 若年者の消費生活センターの認知度75%以上（全国）	測定指標1	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	(4.9%)	(9.3%)	(7.2%)	(17.9%)	(42.9%)	51.5%
	測定指標2	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値			69.8%		72.9%	61.9%

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）					達成
3 都道府県等消費者行政担当課長会議の実施（年1回）	・都道府県等消費者行政担当課長会議及び消費者行政ブロック会議等を引き続き開催し、国と地方の意見交換や情報共有を図る。都道府県だけでなく市区町村も含めた「現場」の相談員等と意見交換を行う。	・令和4年4月に「都道府県等消費者行政担当課長会議」を、同年11月には「地方消費者行政ブロック会議」を、新型コロナウイルス感染症拡大の影響に鑑み、オンライン開催したほか、都道府県・政令指定都市の担当課長との意見交換や情報共有を図った。					○	
4 消費者行政ブロック会議の実施（全6ブロック）								
5 消費生活センター所長会議への出席（全7ブロック）	測定指標3	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	1回	1回	1回	1回	1回	1回
	測定指標4	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	6回	6回	5回	4回	6回	6回
6 地方公共団体の首長等への直接的な働き掛け（年間7地域）	測定指標5	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	7回	7回	6回	7回	7回	7回
	測定指標6	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値		47自治体	41自治体	21自治体	36自治体	7地域（28自治体）
測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）					達成
7 消費生活センター設置都道府県人口カバー率90%以上	・どこに住んでいても質の高い消費生活相談・救済を受けられる地域体制を全国的に整備することなどにより、地域における消費者被害を救済・防止し、消費者の安全・安心が確保されることを目指す。このため、「地方消費者行政強化作戦2020」の達成状況を地方消費者行政強化交付金の交付額の算定に反映させるというインセンティブを地方公共団体に対して付与するとともに、同交付金の活用を働き掛けるなどして、地方公共団体の取組を支援する。	・測定指標7の消費生活センター設置都道府県人口カバー率が90%以上になった都道府県数は27都道府県であった。 ・また、測定指標8の消費生活相談員配置カバー率が90%以上になった都道府県数は42都道府県であった（いずれも地方消費者行政の現況調査によって得られた各年度4月1日時点の状況を記載。）。					○	
8 消費生活相談員配置都道府県人口カバー率90%以上	測定指標7	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値			26都道府県	26都道府県	26都道府県	27都道府県
	測定指標8	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値			38都道府県	39都道府県	39都道府県	42都道府県
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）					達成
9 地方モデル事業の実施	・地方消費者行政におけるモデルとなる行政手法を創出し、それらの優良事例を蓄積し、全国的に横展開を図ることで、他の地方公共団体における自主財源による積極的な取組を促進する。	・国が公募した民間事業者・団体等をプラットフォームとして、新たな手法により、地方消費者行政の更なる充実・強化に向けた取組を支援し、さらに事業成果を全国的に横展開することで、他の地域における自発的かつ積極的な取組を促進した。 ・なお、令和3年度から事業数が減少したが、これは令和4年度の各事業規模が大きかったこと等によるものである。					○	
		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値					6事業	4事業

測定指標		目標	令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成
10 消費生活相談員資格保有率75%以上	11 消費者安全確保地域協議会の設置都道府県内人口カバー率50%以上	・どこにいても質の高い相談・救済が受けられる社会基盤作りのため、消費生活相談員の養成、レベルアップに向けた支援を行うとともに、消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者等の被害防止のための地域の「見守りネットワーク」の構築を支援する。	令和6年度		<ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度も「消費生活相談員担い手確保事業」を実施し、相談員育成に取り組んでいる。 ・「地域の見守りネットワーク」の構築にあたっては、消費者安全確保地域協議会を設置した自治体は、令和4年度末までに446自治体となっている。令和4年度も「消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業」を実施し、消費生活協力員等の養成に取り組んでいる（測定指標10及び12は、地方消費者行政の現況調査によって得られた各年度4月1日時点の状況を記載。）。 				○
			測定指標10	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
			実績値	26都道府県	26都道府県	26都道府県	27都道府県	25都道府県	28都道府県
12 消費生活協力員・協力団体を活用する都道府県内人口カバー率50%以上	測定指標11		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
			実績値			7都道府県	14都道府県	16都道府県	18都道府県
	測定指標12		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和4年度
			実績値			1都道府県	1都道府県	3都道府県	3都道府県
評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり						
		(判断根拠)	<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、認知度という指標の性質に鑑み、令和6年度の達成・定着に向け着実に進めていくことが重要である。</p> <p>測定指標3～5について、昨年と同数値となっており、いずれも目標値を超えている。</p> <p>測定指標6について、より測定指標に基づいた政策実績を算出するために実績値の単位を変更したが、政策目標である地方公共団体との意見交換は目標通り実施されている。</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、両数値ともに昨年より上昇しており、進展が見られる。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、地方消費者行政強化交付金の活用等を通じて実施している。</p> <p>測定指標9について、実績値として4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。令和3年度から事業数は減少したが、これは令和4年度の各事業規模が大きかったこと等によるものである。</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、全国的な広がりには時間を要する面もあり、令和6年度の達成に向け着実に進めていくことが重要である。なお、例えば消費者安全確保地域協議会の設置数は令和4年度の1年間で380から446に増加するなど、相当程度進展した。</p>						

評価結果	施策の分析	<p>(実数値が減少等している測定指標) 測定指標6については、これまで抑制方向に作用していた新型コロナウイルス感染症の法律上の位置づけが5類感染症に変更されたことも踏まえ、地方自治体との意見交換の機会も持ちやすくなるものと考えている。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者ホットラインの運用等」及び(2)「地方公共団体との連携等の推進」により実施している施策については、各測定指標の進捗状況欄に記載のとおり適切に実施されており、消費生活の「現場」である地方公共団体や地域の消費者団体等との連携・交流に寄与しているといえること、事業者の選定においても透明性、公平性を図り、適切な成果を出していることから、有効性、効率性が認められる。 達成手段(3)「地方消費者行政強化交付金」については、本交付金の活用が要となる「地方消費者行政強化作戦2020」等の政策目標が、実現に向けておおむね前進していること、各都道府県に対して毎年度、事業計画の提出を求め、適切に交付を進めていることから、有効性、効率性が認められる。 達成手段(4)「地方モデル事業」については、買い物支援事業者と自治体との連携を試み、高齢者への「買い物支援」を通じた見守り活動を地域の実情に合わせて実践し、消費者の安全の確保(消費者被害の未然防止と被害救済等)につなげるモデル事業を実施するなど、先進的なモデルとなり得る事業を選出しており、適切に実施されていることから有効性、効率性が認められる。 達成手段(5)「地方消費者行政人材育成事業」については、消費生活相談員資格試験合格者を300名以上輩出した消費生活相談員担い手確保事業を始め、それぞれの事業者の選定においても透明性、公平性を図り、適切な成果を出していることから、有効性、効率性が認められる。</p> <p>(外部要因等事前に想定できなかったことにより実績に与えた影響) 新型コロナウイルス感染症の拡大により、測定指標4を始めとした地方公共団体との直接の意見交換及び消費生活協力員・協力団体育成事業等における事業内容の計画変更を余儀なくされた。しかし、いずれもオンラインによる意見交換等を実施することによりその影響を最小化した。</p>
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「消費者ホットライン188」については、引き続きシステムを安定的に運営していくとともに、災害時等における接続先の適切な設定等を行う。また、SNS広告や交通広告など多様な媒体・手段を活用し、認知度の向上と利用の促進に向けて取組の推進を図る。 ・地方消費者行政の強化に向けて、引き続き国と地方の協働が求められることから、地方との連携・交流を推進し、「消費者行政ブロック会議」、「執行専門研修」等の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながら、より効率的に実施する。 ・「地方消費者行政強化作戦2020」の政策目標を達成するため、地方消費者行政の充実・強化のための交付金等による支援、消費者庁直轄事業による課題への対応、研修等による技術支援を通じて、地方公共団体の取組を支援できるよう努める。 ・「地方モデル事業」及び「地方消費者行政人材育成事業」については、今後もより一層の成果が得られるよう、積極的に事業内容の改善及びその運用に努める。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「地方消費者行政強化作戦2020」等を踏まえ、引き続き現在の指標を継続して実施する予定である。

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・消費生活センター、消費生活相談員の配置の拡大を測定指標としているが、これらの制度の発足当初であれば意味のある指標かとも思われるが、制度として定着・成熟してくるにつれて、測定すべき指標は、それらの実質的な活動実績であるべきものと思う。さらにいえば、センターと相談員という既存の体制のみを施策の要とする考え方自体が見直されるべき時期に差し掛かっていると見るべきではないかとも思われる。</p> <p>・コロナ禍で図らずもコミュニケーションの効果的な手法は様々あり、そのツールも急速に発展したことが認識されたと言える。そこで、カバー率の向上とともに多様なアクセス手法の開発、充実等にも方向性を見出すべきではないか。</p> <p>→消費生活センターの設置、消費生活相談員の配置は重要な柱であるが、消費生活相談のデジタル化など、相談サービスの質の向上や時代に即した進化を目指して施策を進めている。例えば、若者向けには自己解決支援ツール（FAQ）を提供し、高齢者などデジタル技術の活用が難しい方には電話・来所相談、見守りなど従来からの寄り添った丁寧なサービスを提供していくといった方向性がある。指標を含めて、こうした取組をうまく組み合わせながら進めていきたい。</p> <p>・モデル事業に関して、モデル事業の数自体ではなく、モデル事業で得られた成果の「横展開」を測定指標に掲げるべきものと思われるなど、本施策に関しては、効果を何をもって測定すべきかという点につき、見直しを検討すべきであると思う。</p> <p>→モデル事業の横展開については、地方連携推進フォーラム等の機会を通じて発信するなどの取組を行っており、例えば、令和4年度の見守りネットワークに関するモデル事業では消費者行政担当課長会議での情報共有をはじめ、各種講演会などでも説明しているほか、ガイドブックを作成して関心をお持ちの自治体や民間企業に配布するなどの情報発信を行っている。指標については、ご指摘も踏まえ、構築したモデルが有効だと感じた地方公共団体等の割合を今後実施するアンケート調査で確認する等の取組を検討・実施してまいりたい。</p> <p>・測定指標3～6の施策の進捗状況（実績）において、都道府県・政令指定都市との意見交換や情報共有、地方公共団体の首長等への直接的な働き掛けがどのように有機的に機能しているのか、また、単なる集いではなく、課題についての対策の検討を深める場等、いかに有意義な場となっているのか、より丁寧な説明が必要と考える。</p> <p>・会議の開催を成果とみる考え方は、他の事例で既に批判を浴びて来ており、会議等を通じて何が得られたかに置き換えられる必要がある。</p> <p>→会議については、今後重点的に進めていく施策を含めて、担当者レベルで広く情報共有を行っているほか、その時々課題について意見交換も行っており、自治体の実情に応じてコメントをいただくこともある。一方で、首長への直接的な働き掛けについては、消費生活相談員を含めた体制面や自治体ごとに特に必要な取組について幹部レベルで相談するものであり、担当レベルの会議と相まって実効的な施策の実現につながっていると理解している。引き続き有意義な会議体となるように運営などを工夫してまいりたい。</p> <p>・測定指標7、8の施策の進捗状況（実績）において、目標を達成した自治体数の記載だけでなく、それらが達成された自治体においてはどのようなことが実現し、残された課題として何があるのか等、より丁寧な説明が必要と考える。</p> <p>→消費生活センターの設置や消費生活相談員の配置については、目標を達成した自治体数の把握にとどまらず、各都道府県の状況や人口規模による差異などを地方消費者行政の現況調査などでも確認しつつ、各種会議・意見交換などを通してそれぞれの実情にも触れている。例えば、単独で消費生活センターの設置が難しい自治体は、広域連携などによって体制を確保するという取組もあるなど、課題の把握や優良事例の把握にも努めている。引き続き、自治体の取組状況の適切に把握しつつ丁寧な説明を心がけてまいりたい。</p>
------------------------	--

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<p>・地方消費者行政強化作戦2020（令和2年4月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms201_230124_01.pdf</p> <p>・地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms201_220329_01.pdf</p> <p>・令和4年度地方消費者行政の現況調査（令和4年10月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/status_investigation/2022/</p> <p>・地方消費者行政に関する先進的モデル事業（令和4年度分） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/advancedmodel/2022/</p> <p>・消費生活相談員担い手確保事業（令和4年度分） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/consumer_affairs_consultants_2020/</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>地方協力課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>地方協力課長 加藤 卓生</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和5年8月</p>
--------------	--------------	---------------	-------------------------	----------------------	---------------

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-⑤)

施策名	消費者の安全確保のための施策の推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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。 ・ 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。 ・ 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。 ・ 食品の安全性に関し、時宜に適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。 ・ 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。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生命・身体被害に係る消費者事故等を確実に集約し、事故に関する情報を迅速かつ効果的に発信することにより、消費者事故等による被害の発生又は拡大を防止する。 ・ 食品の安全性に関するリスクコミュニケーションを一層促進することにより、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を行うことができるような取組を推進する。 ・ 生命身体事故等の原因を究明し、講ずべき施策・措置について、関係行政機関の長に勧告・意見を行い、生命身体事故等の発生・拡大を防止する。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	239	228	221	230
		補正予算 (b)	-1	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	238	228	221	
執行額 (百万円)		167	172	209		
施策に関係する内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者基本計画(令和3年6月15日閣議決定) ○消費者基本計画工程表(令和4年6月15日消費者政策会議決定) 施策番号 I (3) ③、I (3) ⑧、III (3) ②、V (1) ②、V (3) ①、V (3) ②、V (3) ③、V (3) ④、V (3) ⑤、V (3) ⑦ ○地方消費者行政強化作戦2020(令和2年4月) 					

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況(実績)	達成
1 事故情報データベースへの年間登録件数(上段)及び1か月当たりの平均アクセス数(下段)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者安全法(平成21年法律第50号)に基づく事故情報の通知、消費生活用製品安全法(昭和48年法律第31号)に基づく重大製品事故の報告及びPI0-NETに登録された危害・危険情報を確実に集約し、集約した事故情報を国民に向けて公開し、事故の予防及び被害の拡大防止を図る。 ・ 子供の事故防止に向け、保護者等の事故防止意識を高めるための啓発活動等を行い、不慮の事故による死者数の減少を目指す。 ・ いわゆる「リコール」に関する情報を収集し広く周知するため、リコール情報サイトへのアクセス数及びメール配信サービスの登録件数の前年度比増を目指すとともに、リコール情報サイトへの登録情報の充実を図るとともに、リコール製品による事故を防止するための取組を行う。 		<ul style="list-style-type: none"> ・ 関係行政機関等から収集した事故情報等を「事故情報データベース」に集約し公開するとともに、被害の重篤度や拡大可能性等を踏まえてプレスリリースによる注意喚起を行い、消費者被害の発生・拡大防止に努めた。 ・ 「子どもを事故から守る! Twitter」及び「子ども安全メールfrom消費者庁」を定期的に配信したほか、子供の事故に関するプレスリリースによる注意喚起を行った。 ・ また、令和4年7月25日~31日を「子どもの事故防止週間」とし、関係省庁が連携し集中的な啓発活動を行った。 ・ リコール対象の製品による消費者事故が発生している現状を踏まえ、リコール情報が消費者に行き届くよう「消費者庁リコール情報サイト」を適切に運用するとともにメール配信サービスによる情報発信を行った。 ・ 重大製品事故が発生しているリコール製品については、定期的な公表のほか、「消費者庁リコール情報サイト」にも掲載することで注意喚起を行った。 	○

2 リコール情報サイトへの1か月当たりの平均アクセス数（上段）及び配信サービス登録件数（下段）	測定指標 1	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	26,115件 16,587件	22,578件 21,662件	28,009件 29,089件	23,623件 23,856件	24,932件 8,760件	30,609件 13,939件
	測定指標 2	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	- 8,064件	105万件 8,295件	105万件 9,327件	110万件 9,689件	162万件 10,047件	240万件 10,318件
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）					達成
3 勧告・意見項目の年度別件数（上段）及び累計件数（下段）	・消費者安全調査委員会は、被害の発生・拡大を防止するため、積極的に他機関と連携を行いつつ、事故等原因調査等を実施し、早期に関係行政機関の長等に勧告・意見を行う。 ・勧告・意見に対する関係行政機関の取組状況を適時・適切にフォローアップし、生命身体事故等の発生・拡大防止を図る。		・事故等原因調査を行い、その発生・拡大防止のために必要な措置・施策について、関係行政機関の長へ意見を具申した。 ・主なものとしては、令和3年7月に選定した「エステサロン等でのHIFU（ハイフ）による事故」について、調査を行い、令和5年3月に事故等原因調査報告書を公表するとともに、HIFU施術に係る法規制の整理及び業界や消費者への注意喚起の実施について、関係行政機関の長へ意見を具申した。					○
4 勧告・意見先の関係行政機関で取組が終了した累計件数（上段）及び勧告・意見項目の累計件数に対する割合（下段）	測定指標 3	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和4年度
		実績値	24件 107件	28件 135件	28件 135件	33件 175件	23件 198件	8件 206件
	測定指標 4	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和4年度
		実績値	15件 14%	15件 11%	47件 33%	58件 33%	99件 50%	101件 49%
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）					達成
5 食品中の放射性物質に関する理解度（福島県産食品の購入をためらう人の割合）	・消費者が自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組む。特に放射性物質に関するリスクコミュニケーションに関して、東京電力福島第一原子力発電所事故に係る風評被害の払拭を目指す。		食品の安全性に対する消費者の理解増進を図るため、食品中の放射性物質に関する正確な情報を発信し、意見交換会等を実施。 ・意見交換会の開催 ・親子イベント（Farm Love with ファーマーズ&キッズフェスタ2022）への出展 ・被災地の魅力する発信イベント（Learn Marche ～太平洋（岩手・宮城・福島・茨城）のいまを知って、おいしさ実感!～）の開催					○
6 意見交換会参加者のアンケート回答母数（下段）及び理解度（上段）	測定指標 5	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	12.7%	12.5%	10.7%	8.1%	6.5%	5.8%
	測定指標 6	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	88% 581	82.2% 437	91.4% 360	93.7% 411	93.2% 1242	92.8% 2616

目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	目標達成
	(判断根拠)	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	<p>（実績値が減少している測定指標）</p> <p>測定指標3については、一見減少しているようにも見えるが、これは令和4年度に公表した2事案の調査報告書において、事故の再発防止に必要な意見が他年度のものに比して比較的少数で十分な効果をあげられるものとなっているためである（令和4年度における意見の中には、法規制を求めるなど踏み込んだ対応を求める内容が含まれている。）。調査報告書の公表数については、令和2年度及び令和3年度ともに2事案であり、調査委員会の取組としては例年と同水準である。</p> <p>また、測定指標4については、意見先となる関係行政機関の政策に左右されるものであるうえ、新型コロナウイルス感染症に伴う意見先省庁の取組に制約があり、取組終了まで至った件数は前年度より少ないものの、意見への対応は進んでいることから、施策全体では目標達成とした。</p> <p>測定指標6については、実績値は前年度と比べわずかに減少しているものの、実績値が100%に近いことに加え、消費者基本計画におけるKPI（目標：80%以上）を達成しているため、目標達成とした。</p>	
施策の分析	<p>（達成手段の有効性・効率性）</p> <p>達成手段（1）「消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進」に関しては、関係行政機関等から生命身体事故等に係る消費者事故等の情報を集約するとともに、これらの事故情報を活用し、消費者への注意喚起等を的確に行うことができた。また、「子どもを事故から守る！事故防止ハンドブック」の配布やTwitter等のSNSを活用した注意喚起・情報提供を行い、効果的な周知・啓発を行ったほか、関係省庁と連携した「子どもの事故防止週間」を実施することができた。</p> <p>達成手段（2）「生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言」に関しては、消費者安全調査委員会において、生命身体事故等の原因を究明し、提言や報告書を取りまとめるなど、生命身体事故等の被害の発生、拡大の防止に資する取組を実施することができた。</p> <p>達成手段（3）「食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進」に関しては、食品中の放射性物質を始めとする食品の安全性に関する消費者の不安に対し、消費者が正確な情報に接し、理解を深め、消費行動につなげることができるよう啓発を行う意見交換会等を、関係省庁や地方公共団体等と連携し、実施することができた。福島県産食品の購入をためらう人の割合は年々減少しており、食品中の放射性物質に関する理解が深まっていることが1つの要因になっていると考えられる。</p>	
次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】 現在の目標を維持し、引き続き、政策を推進していく。</p> <p>【測定指標】 本施策は消費者事故等の発生を防止し、また、その拡大を防ぐことを目標にするなど、指標の増減で施策の成果を測ることは困難であるが、可能な限り定量的な指標を設定するとともに、定性的な指標を設定する際も国民に分かりやすいものとして活用できるよう適切に設定することとする</p>	

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「リコール」に関しては、リコールの全体像が把握できていない中での施策展開自体に問題があるように思われ、商品の性格・性質から来る特徴も踏まえ、リコール情報の確実な把握について消費者庁が主導する形で制度の構築を図るべきではないか。 →法令に基づくリコールの情報は、法令の所管省庁において公表されており、公表された情報は消費者庁リコール情報サイトにも掲載している。事業者が任意に行うリコールは、法的義務によって行われるものではなく、網羅的な把握は困難であるが、消費者庁において任意のリコールを幅広く迅速に情報収集する方法については実務の蓄積を通じて改善を図ってまいりたい。 ・リコール情報サイトに掲載されている情報の掲載期間について、どのような考え方で掲載有無が決定されているのかを補足することも必要ではないか。 →補足情報として掲載することを検討したい。 ・測定指標 3、4について、勧告・意見先での取組終了をひとつの判断要素とすることは理解できるが、勧告・意見の発出時期との関係を可視化すべきで、期間が経過しても取組が終了していない案件から、様々な問題点が見えてくるように思われる。場合によっては、勧告・意見の内容そのものに問題があるケースもあり得るのではないか。 →消費者安全調査委員会が行った意見具申については、調査委員会の審議の中でその後の進捗をフォローアップしており、長期間取組が進捗していない事案や新たに追加の対応が必要となった事案については、追加の調査を行い、再意見・追加意見を行うなどの対応を行っているところ。 ・測定指標 4について、内容がより具体的に理解できるよう、勧告・意見項目の難易度や勧告・意見が示されてからの年数等、何らかの基準を設けてブレイクダウンすることも必要ではないか。 →意見の項目には、法改正を求めるもの、ガイドラインの策定を求めるもの、消費者又は事業者への啓発を求めるものなど様々あることから、「施策の進捗状況」の記載の中で、意見の類型についても言及することとしたい。 ・測定指標 6について、アンケート回答の母数を掲載した方が良いのではないか。 →アンケート回答数についても指標に記載することとしたい。
------------------------	---

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<p>【測定指標 1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事故情報データバンクシステム https://www.jikojoho.caa.go.jp/ai-national/ ・消費者安全法及び消費生活用製品安全法に基づく事故情報の集約、公表（2022年度）等 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/ ・https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/release/2022/ ・消費者への注意喚起（2022年度） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/2022/ ・子どもを事故から守る！公式ツイッター https://twitter.com/caa_kodomo ・子どもを事故から守る！事故防止ポータル https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/ <p>【測定指標 2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁リコール情報サイト https://www.recall.caa.go.jp/ <p>【測定指標 3】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者安全調査委員会 報告書/経過報告/評価書 https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ <p>【測定指標 4】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者安全調査委員会 報告書/経過報告/評価書（各事案の「意見後の動き」） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ <p>【測定指標 3】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・風評に関する消費者意識の実態調査について https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding_food_and_radiation/#harmful_rumor <p>【測定指標 4】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リスクコミュニケーション会場アンケート結果（非公表）
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>消費者安全課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者安全課長 小堀 厚司</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和5年8月</p>
--------------	---------------	---------------	--------------------------	----------------------	---------------

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-⑥)

施策名	消費者取引対策の推進					
施策の概要	<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。</p>					
達成すべき目標	<p>・特定商取引法の消費者及び事業者等への周知・啓発を行うとともに、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、違反行為に対し厳正かつ適切に行政処分等を行うことにより、取引の公正と消費者利益の保護を図る。</p> <p>・あわせて、預託等取引に関する法律（昭和61年法律第62号。以下「預託法」という。）等の所管法令を厳正かつ適切に執行することにより、消費者利益の保護を図る。</p>					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	232	229	241	231
		補正予算 (b)	28	-	35	
		繰越し等 (c)	-28	28	-35	
		合計 (a+b+c)	232	256	241	
執行額 (百万円)		166	185	173		
施策に関係する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<p>○消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定）</p> <p>○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定） 施策番号Ⅰ（1）①カ、Ⅰ（2）①ア、Ⅰ（2）⑥コ、Ⅰ（2）⑨ア、Ⅲ（1）⑤、Ⅲ（1）⑨</p>					

測定指標	目標	令和4年度		施策の進捗状況（実績）				達成	
1 国の特定商取引法及び預託法執行状況（行政処分件数）	<p>・高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等による消費者被害をめぐる環境変化に効果的、効率的に対応するため、地方経済産業局と一丸となって、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、法と証拠に基づいて厳正かつ適切に対処する。また、都道府県が自治事務として行う特定商取引法の執行について、各都道府県の意向も踏まえて、共同調査・処分や研修等を通じて執行の経験やノウハウの共有等の支援を行う。</p>			<p>・令和4年度における国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分件数は34件であった。</p> <p>・前年度に比較して、行政処分件数は減少しているが、処分のタイミングが重複することから、来年度は増加が見込まれており、平準化すれば減少ではない。今年度は国内大手である連鎖販売業者の処分といった重大事案や、過年度に比べ多数発生した連携共同案件に積極的に取り組み、特定商取引法及び預託法に基づき、厳正かつ適切に行政処分を行うこと等によって、悪質事業者による消費者被害の拡大防止等が図られた。</p> <p>・個別事案について都道府県との共同調査を積極的に行った。</p> <p>・また、法執行担当者向け研修を実施し、特定商取引法執行に係る知見やノウハウの共有を図るなど、関係機関における執行業務を支援した。</p>				○	
		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度		令和4年度
		実績値	34件	58件	89件	89件	41件		34件

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
2 不適切な広告の改善に向けた通信販売事業者等に対する特定商取引法の執行状況（通信販売事業者に対する行政指導件数及び行政処分件数）	<ul style="list-style-type: none"> 通信販売業者に対して特定商取引法に基づき適切な措置を講ずるとともに、インターネット・サービス・プロバイダなどに対して、関連情報を提供し、適切な対応を促す。 		<ul style="list-style-type: none"> 特定商取引法上の広告表示義務等に違反又は違反のおそれがあったサイトの有無について18,335件の調査を実施。 特定商取引法上の広告表示義務等に違反していた通信販売業者に対し、668件の行政指導を行ったことにより、消費者利益の保護等が図られた。 				○
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	実績値（総調査件数）	7,365件	7,387件	15,085件	15,286件	15,234件	18,335件
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	実績値（行政指導）	1,310件	1,459件	1,023件	1,105件	1,340件	668件
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
実績値（行政処分）	2件	4件	5件	8件	6件	0件	
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
3 模倣品の通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況（行政指導件数）	<ul style="list-style-type: none"> 特定商取引法に違反しているおそれのある模倣品の販売業者に対し、同法に基づき適切な措置を講ずる。 		<ul style="list-style-type: none"> 特定商取引法上の広告表示義務等に違反又は違反のおそれがあったサイトの有無について18,335件の調査を実施。 模倣品の通信販売サイトの監視を行い、特定商取引法上の広告表示義務等に違反していた通信販売業者に対し、2件の行政指導を行ったことにより、消費者利益の保護が図られた。 				○
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	実績値	79件	93件	99件	113件	150件	2件
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
4 危険ドラッグの通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況（行政指導件数）	<ul style="list-style-type: none"> 関係機関と連携しつつ、特定商取引法に違反しているおそれのある危険ドラッグの通信販売サイトに対し、同法に基づき適切な措置を講ずるとともに、関係機関に対する情報提供を行う。 		<ul style="list-style-type: none"> 特定商取引法上の広告表示義務等に違反又は違反のおそれがあったサイトの有無について18,335件の調査を実施。 危険ドラッグの通信販売サイトの監視を行ったことにより、消費者利益の保護が図られた。令和4年度は、行政指導を行うべき事業者がいなかった。 				○
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	実績値	1件	1件	4件	3件	3件	0件

評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	目標達成		
		(判断根拠)	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。		
	施策の分析	<p>(実績値が減少した測定指標)</p> <p>測定指標1について、令和3年度と比較すると処分件数は減少しているが、処分のタイミングが重複することから、来年度は増加が見込まれており、平準化すれば減少ではない。今年度は国内大手である連鎖販売業者の処分といった重大事案や、過年度に比べ多数発生した連携共同案件に積極的に取り組み、悪質事業者による消費者被害の拡大防止等が図られたため、目標達成とした。</p> <p>測定指標2、3、4について、令和3年度と比較すると指導件数は減少しているが、調査のソースは主に端緒情報や情報提供件数の多寡といった外的要因に左右される傾向があり、違反又は違反のおそれのある事案の件数の多寡は予見又は操作できない。当課としては執行に係る注意喚起を実施し端緒情報の整理等にも注力しつつ提供情報等も踏まえた調査結果に基づき該当する通信販売事業者に対して同法に基づき適切な措置を講じており、目標達成に向けた取組は着実に実施しているため、全体としては取引の公正と消費者利益の保護を図るという目標の達成に寄与していると考えられることから目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「インターネット通信販売等適正化事業」及び(2)「消費者取引の対策」を活用し、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的、効率的に対応すべく、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、法と証拠に基づいて厳正かつ適切に対処した。</p> <p>具体的には、令和4年度において、特定商取引法及び預託法に基づき、国として34件の行政処分を行った。</p> <p>また、行政処分のうち売上高10億円以上の事業者に対するものは7件であった。</p>			
次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> 取引の公正の確保及び消費者の利益の保護を図るため、引き続き特定商取引法及び預託法等の厳正な執行を図る。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> 測定指標1、2、3、4について、引き続き厳正な執行を行っていく。 				
学識経験を有する者の知見の活用					
政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	<p>【測定指標1】</p> <ul style="list-style-type: none"> 特定商取引法違反に基づく処分件数の推移(令和5年4月1日現在) <p>https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20230401ac01.pdf</p>				
担当部局名	取引対策課	作成責任者名	取引対策課長 伊藤 正雄	政策評価 実施時期	令和5年8月

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-⑦)

施策名	消費者表示対策の推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行うとともに、違反行為について公表・注意喚起することにより、一般消費者の利益を確保する。 ・景品表示法等について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援等を行い、違反行為の未然防止を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	180	176	154	201
		補正予算 (b)	16	56	111	
		繰越し等 (c)	-17	-40	-71	
		合計 (a+b+c)	180	209	194	
執行額 (百万円)		133	140	165		
施策に関する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<p>○消費者基本計画工程表（令和4年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（2）③ア、Ⅰ（2）④ア、Ⅱ（4）②、Ⅱ（4）③</p> <p>○「経済財政運営と改革の基本方針2022 新しい資本主義へ～課題解決を成長のエンジンに変え、持続可能な経済を実現～」（骨太方針2022）（令和4年6月7日閣議決定・抜粋） 第3章の3 国民生活の安心・安全 消費者の判断を歪めるようなデジタル広告（脚注130）に対応した制度整備、消費者団体訴訟制度の一層の活用促進（脚注131）、消費生活相談のデジタル化やフードバンク支援を含めた食品ロス削減を始めとする消費者政策（脚注132）を推進する。 脚注130ステルスマーケティング等を含む。（脚注131及び132省略）</p> <p>○新しい資本主義フォローアップ（令和4年6月7日閣議決定・抜粋） Ⅰ. の4. （2）DX への投資（デジタル市場の環境整備） ・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といったステルスマーケティングについて、実態調査を実施し、その結果を踏まえて検討を行った上で、2022年中を目途に結論を得る。</p>					

測定指標	目標	令和4年度		施策の進捗状況（実績）				達成
1 景品表示法の運用状況 <参考指標> ・措置命令件数 ・課徴金納付命令件数 ・行政指導件数 ・景品表示法課徴金額	・景品表示法に違反する表示等に厳正に対処してこれらを排除し、また、これらについて広く一般消費者に公表して注意喚起させることにより、一般消費者の利益を確保する。			・令和4年度においては、不当表示に対して景品表示法の規定に基づく措置命令・課徴金納付命令（合計58件）を行った上で公表した。また、積極的な行政指導の実施（112件）を行った。				○
	参考指標（実績値）	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	措置命令件数	50件	46件	40件	33件	41件	41件	
	課徴金納付命令件数	19件	20件	17件	15件	15件	17件	
	行政指導件数	179件	216件	202件	176件	172件	112件	
	景品表示法課徴金額	3.9億円	5.1億円	4.7億円	11.7億円	4.8億円	3.0億円	
	措置命令によって保護された消費者利益 (注：算出方法は「政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報」欄参照。)	429.5億円	147.4億円	204.8億円	1,417億円	120億円	-	

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
2 不当表示の未然防止のための景品表示法等に関する講演会等の参加事業者数、理解度及び事業者からの相談への対応件数、事業者の未然防止への活用度	<p>・近年、SNSを含めインターネット広告を掲載できる表示媒体の増加を通じて、インターネット広告市場の規模が拡大している。その結果、措置におけるインターネット広告の割合が年々増加する中、当庁に寄せられる法違反に係る申告件数も、毎年1割程度の増加が続いている。しかしながら、急増する申告件数に対して調査を行うリソースの増加が追いついておらず、対応できない事案が年々増加する傾向にある。インターネット広告市場の拡大が今後も予想される中で、引き続きそのような傾向が続くものと考えられる。そこで、このような状況に対応するため、不当表示への厳正な法執行に加え、不当表示の未然防止にも注力することにより、不当表示を減少させることが重要である。</p> <p>・具体的には、不当表示の未然防止策として、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣することなどとして、同法の普及啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応するなど法令遵守の取組を支援することにより、違反行為の未然防止を行う。さらに、今年度からは、講演を受けた事業者に対して「今後どのように活用するか」を聞き取ることにより、講演内容をどの程度未然防止に活用したかを把握して、活用割合を高めるような講演内容とするよう必要な見直しをするなど、更なる未然防止に向けた取組を行う。</p>	令和4年度	<p>・事業者等からの景品表示法等についての相談に対応し法令遵守の取組支援を行うとともに、事業者団体、消費者団体及び地方公共団体等が主催する景品表示法等に関する講演会等に講師派遣を行い、同法等の普及啓発活動を図った。講演についての事業者向けアンケートの項目には、講演内容の活用に関する項目を新設し、事業者の未然防止への活用状況を把握しつつ講演内容の更なる充実の検討やその実施を行うなど、景品表示法違反行為の更なる未然防止に向けて取組を進めた。</p> <p>・都道府県等における景品表示法の対応力の強化に向け、公正取引委員会事務総局地方事務所、支所等と協力し、各都道府県との連絡会議を開催して同法の研修を実施するほか、同法の運用に関して助言を行うなど、協力関係の強化に努めた。</p>				○
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	景品表示法等の説明会等への講師派遣状況（講師派遣件数）（実数値）	174件	154件	136件	76件	101件	172件
	景品表示法等の説明会等の参加事業者の理解度（アンケート）（実数値）	95%	95%	83.20%	82.80%	84%	96.5%
	景品表示法等の説明会等の参加事業者の未然防止への活用度（アンケート）（実数値）	-	-	-	-	-	85.8%
景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談への対応状況（相談件数）（実数値）	21,884件	21,756件	20,605件	22,026件	21,622件	21,074件	

目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	目標達成
	(判断根拠)	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	<p>(実績値が減少した測定指標)</p> <p>測定指標1について、参考指標である「措置命令件数」及び「課徴金納付命令件数」は前年度と同等の高い水準となった。一部の参考指標である「景品表示法課徴金額」及び「行政指導件数」については減少がみられるが、「景品表示法課徴金額」は、不当表示が行われていた事案の商品・サービスの単価等によっても影響するものであり、「行政指導件数」については、景品表示法等の違反被疑行為に関する事件調査は限られたリソースの下で行うこととなるが、アフィリエイト広告やSNSを通じた広告など広告主以外の第三者が表示を行う場合があるなどインターネット広告の高度化・複雑化により、各事件の調査に必要なリソースが増加しており、令和4年度は措置命令を行った事案に対して積極的にリソースの配分を行ったものである。</p> <p>以上のことから、全体として目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「不当表示等違反事件調査」によって、景品表示法を始めとする当課所管法令に違反する事案に対して厳正かつ迅速に執行が行われた。</p> <p>また、達成手段(2)「表示適正化のための普及・啓発等」によって景品表示法を始めとする当課所管法令に係る説明会への講師派遣が行われ、関係法令の普及啓発と違反の未然防止が図られるとともに、連絡会議や情報ネットワークの活用により関係行政機関との連携が強化された。</p> <p>したがって、本達成手段は、いずれも有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p> <p>以上の取組に鑑みれば、景品表示法等の適切な運用を通じ、一般消費者の利益を保護するため、適切に取り組んでいると考えられる。</p>	
	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き景品表示法等の厳正な運用や普及啓発、違反の未然防止の取組を切れ目なく続けることが重要であるため、これらの取組を更に継続して行うこととしたい。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> より適切な測定指標の在り方について検討を行うこととしたい。 	
次期目標等への反映の方向性		
学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> 測定指標1について、不当表示に対する措置命令等を公表したことが施策として掲げられているが、これが「一般消費者に公表」という目標に合致する形となっているかの検証が必要ではないかと思われる。ただ事実関係を伝えるのではなく、一般消費者が興味をもって読みたくなる内容であることに努めるべきという趣旨からである。 →SNSの活用など、引き続き、適切な公表に努めてまいりたい。 令和4年度は掲載を止めている「措置命令によって保護された消費者利益」は、興味を引くものであり、専門家による調査・検討を求めて算出方法を定め、内容に自信を持てる数字を発出していく方向で検討すべきである。 →御指摘も踏まえ、引き続き、より適切な指標の在り方について検討してまいりたい。 景品表示法違反への対処及び不当表示の未然防止について、消費者庁だけでなく、地方公共団体や公正取引委員会等との連携も重要であり、施策の進捗状況欄において、そのような連携状況についても記載する必要があるのではないか。 →御指摘を踏まえ、追記した。 一般消費者に対する注意喚起とともに、企業への注意喚起も必要であり、必要な情報が十分に伝えられるかがポイントである。特に、競争が激化して一般消費者向けの宣伝、広告が過剰になりやすい分野、商品等について、コンプライアンス上の注意点を要領良くまとめて伝える必要がある。その際、処分ではなく、アドボカシー活動も重要。 →不当表示の未然防止においては、御指摘も踏まえて取り組んでまいりたい。 	

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<p>【測定指標 1】 景品表示法関連報道発表資料 2022年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2022/ その他の景品表示法関連の公表資料 2022年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2022/ 令和4年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組 https://www.caa.go.jp/notice/entry/033477/</p> <p>【測定指標 2】 その他の景品表示法関連の公表資料 2022年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2022/ 令和4年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組 https://www.caa.go.jp/notice/entry/033477/</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>表示対策課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>表示対策課長 高居 良平</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和5年8月</p>
--------------	--------------	---------------	-------------------------	----------------------	---------------

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-⑧)

施策名	食品表示の企画・立案・推進					
施策の概要	・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。					
達成すべき目標	・食品表示は、食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしているため、食品表示に関する制度を適切に企画・立案・運用し、消費者の利益の増進を図る。					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の 状況 (百万円)	当初予算(a)	250	248	263	225
		補正予算(b)	122	122	134	
		繰越し等(c)	-122	-	-134	
		合計(a+b+c)	250	370	263	
執行額(百万円)		244	338	237		
施策に関する内閣の重要政策(施政方針演説等のうち主なもの)	<p>○消費者基本計画(令和3年6月15日閣議決定)</p> <p>○消費者基本計画工程表(令和4年6月15日消費者政策会議決定)施策番号I(2)⑤ア、I(2)⑤イ、I(2)⑤ウ</p> <p>○「経済財政運営と改革の基本方針2022 新しい資本主義へ～課題解決を成長のエンジンに変え、持続可能な経済を実現～」(骨太方針2022)(令和4年6月7日閣議決定・抜粋) 第3章の3 国民生活の安心・安全 消費者の判断を歪めるようなデジタル広告(脚注130)に対応した制度整備、消費者団体訴訟制度の一層の活用促進(脚注131)、消費生活相談のデジタル化やフードバンク支援を含めた食品ロス削減を始めとする消費者政策(脚注132)を推進する。 脚注132消費者志向経営や若年者への消費者教育、食品表示のデジタル活用等を含む。(脚注130及び131省略)</p> <p>○健康・医療戦略(令和2年3月27日閣議決定) 4.2.健康長寿社会の形成に資する新産業創出及び国際展開の促進等 4.2.1.新産業創出 (1)公的保険外のヘルスケア産業の促進等 (健康な食、地域資源の活用) 健康の維持・増進や健康リスクの低減に係る食品の機能性等を表示できる制度を適切に運用するとともに、機能性表示食品等について科学的知見の蓄積を進め、免疫機能の改善等を通じた保健用途における新たな表示を実現することを目指す。また、消費者の理解増進のための消費者教育を充実させる。</p>					

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況(実績)					達成	
<p>1 食品表示制度についての都道府県等の担当者に対する研修や意見交換等(新たな制度の改正も含む。)の実施(保健機能食品及び特別用途食品制度を除く。)</p> <p>※数値については、食品表示制度に係る自治体向け研修の実施回数を記載</p> <p><参考指標> ・食品表示基準等に関するサイトへのアクセス数</p>	<p>・食品表示制度の適切な運用及び普及啓発を実施するとともに、実態を踏まえた制度の見直しの検討を行い、必要に応じて改正を行う。</p>	<p>・食物アレルギー表示制度、遺伝子組換え食品表示制度及び原料原産地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へ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全国8か所で実施した。</p> <p>・令和5年4月に施行された遺伝子組換え食品表示制度については、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。</p> <p>・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。</p> <p>・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年度改正において、国は事業者等が行う情報提供等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、令和4年度に消費者及び事業者向けのパンフレットを作成した。</p> <p>・食物アレルギー表示については、令和4年12月に消費者委員会からの答申を得、「くるみ」を食品表示基準において義務表示の対象とされる「特定原材料」に移行させるため、令和5年3月に食品表示基準の改正を行った。なお、令和7年3月31日までの2年間の経過措置が設けられている。</p> <p>・ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いについては、地方公共団体と連携して、消費者・事業者を対象とした説明会・意見交換会を実施した。</p> <p>・令和5年4月に施行された遺伝子組換えでない旨の任意表示の要件厳格化について、地方公共団体や事業者団体等と連携して、事業者を対象とした説明会を7回実施した。</p> <p>・令和4年度に全面施行された加工食品の原料原産地表示制度について、消費者の認知度や理解度等の調査を実施した。</p> <p>・インターネット販売における食品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。</p>					○		
		測定指標 1	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	1	1	1	-	1	1	
参考指標	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度		
実績値	1093010	4620724	7110019	5790729	5935215	4576478			
2 消費者の食品表示制度への認知度(保健機能食品及び特別用途食品制度を除く。)	測定指標 2	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値	61.9%	66.7%	67.4%	66.3%	58.9%	56.3%		

<p>3 消費者の食品表示制度への理解度(保健機能食品及び特別用途食品制度を除く。)</p> <p>※実績値には各年度の「理解度/目標値(達成度)」を記載</p>	測定指標3-① (期限表示)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	55.0/57.3 (96.0%)	54.1/60.6 (89.3%)	56.7/60.8 (93.3%)	55.4/60.1 (92.2%)	51.5/52.9 (97.4%)	51.4/51.2 (100.4%)
	測定指標3-② (食品添加物)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	20.1/43.5 (46.2%)	21.3/46.5 (45.8%)	22.4/46.0 (48.7%)	22.3/46.0 (48.5%)	21.3/39.3 (54.2%)	21.3/38.7 (55.0%)
	測定指標3-③ (アレルギー)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	31.7/21.1 (150.2%)	32.1/22.8 (140.8%)	46.3/23.3 (198.7%)	48.5/24.6 (197.2%)	47.0/19.9 (236.2%)	47.4/19.7 (240.8%)
	測定指標3-④ (栄養成分)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	38.7/35.0 (111%)	38.1/38.7 (98.4%)	40.4/39.3 (103%)	37.9/39.9 (95.0%)	36.9/34.1 (108.2%)	36.7/34.1 (107.8%)
	測定指標3-⑤ (原料原産地表示(対象品目))	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	11.5/50.4 (22.6%)	12.0/53.2 (22.6%)	12.1/52.5 (23.0%)	12.6/52.2 (24.1%)	10.0/45.6 (21.9%)	11.5/35.9 (32.2%)
測定指標3-⑥ (原料原産地表示(対象原材料))	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値	15.1/50.4 (30.0%)	13.0/53.2 (24.4%)	13.7/52.5 (26.1%)	14.1/52.2 (27.0%)	11.3/45.6 (24.8%)	12.3/35.9 (34.2%)	
測定指標3-⑦ (原料原産地表示(製造地表示))	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値	16.4/50.4 (32.5%)	17.3/53.2 (32.5%)	18.2/52.5 (34.7%)	19.2/52.2 (36.8%)	17.5/45.6 (38.4%)	20.4/35.9 (56.9%)	
測定指標3-⑧ (原料原産地表示(又は表示))	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値	10.6/50.4 (21.0%)	12.6/53.2 (23.7%)	12.7/52.5 (24.2%)	14.2/52.2 (27.2%)	12.2/45.6 (26.8%)	11.9/35.9 (33.2%)	
測定指標3-⑨ (原料原産地表示(大括り表示))	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値	35.5/50.4 (70.4%)	24.5/53.2 (46.1%)	23.2/52.5 (44.2%)	27.5/52.2 (52.7%)	22.8/45.6 (50.0%)	31.9/35.9 (88.9%)	
4 消費者の食品表示制度への満足度の向上(保健機能食品及び特別用途食品制度を除く。)	測定指標4	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	実績値	現状、定量的なデータを保有していないが、令和5年度は新たに調査項目に満足度を測る問を設定する予定。						

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況(実績)					達成	
5 保健機能食品及び特別用途食品制度に関する講習会・説明会の参加人数	・保健機能食品及び特別用途食品制度の適切な運用及び普及啓発を実施するとともに、実態を踏まえた制度の見直しの検討を行い、必要に応じて改正を行う。		機能性表示食品及び特別用途食品（特定保健用食品を含む。）については、買上調査を実施し、関与成分等が表示量どおり含有しているのかの確認及び検証を行い、各表示の信頼性確保に努めた。機能性表示食品については1,429件の届け出を公表し、特別用途食品（特定保健用食品を除く。）については15件、特定保健用食品については14件を新たに許可した。特定保健用食品制度の疾病リスク低減表示については、昨年度の調査事業の結果をもとに基準の見直し等に関する通知改正を行うとともに、個別申請を支援し、消費者委員会に安全性及び効果について諮問を行った。栄養機能食品については、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、20種の栄養成分の機能に関する文言を、最新の科学的根拠を確認した上で、見直しを整理する方針を示した。機能性表示食品について、広告その他の表示の適正化の観点から、「機能性表示食品に対する食品表示等関係法令に基づく事後的規制（事後チェック）の透明性の確保等に関する指針」（以下「事後チェック指針」という。）に基づく表示の適正化について、機能性表示食品の新規届出者に対し個別に啓発等を行うとともに、健康食品の業界団体と連携した普及啓発を広く実施した。また、「事後チェック指針」及び「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」を主体として、地方公共団体及び事業者等が主催するリモート会議、研修会等に講師を派遣し、当該資料を用いて説明を行うことにより、機能性表示食品を含め、健康食品に関する景品表示法及び健康増進法の広告及び表示の基本的な考え方について、普及啓発を広く実施した。					○	
			測定指標 5	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度
			実績値	-	-	-	-	-	3,300
6 栄養成分表示及び保健機能食品に関する普及啓発動画のアクセス数	測定指標 6-① (栄養成分表示)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
		実績値	-	-	-	-	-	14,092	
	測定指標 6-② (保健機能食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
		実績値	令和5年4月に動画を公表したため、令和5年度以降に数値測定予定。						
7 機能性表示食品及び特別用途食品(特定保健用食品を含む。)の買上・関与成分等の含有量の調査件数	測定指標 7	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
		実績値	100	100	105	99	100	119	
8 消費者の保健機能食品及び特別用途食品制度への認知度	測定指標 8-① (保健機能食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
		実績値	17.6%	19.4%	18.7%	18.4%	14.5%	16.7%	
	測定指標 8-② (特別用途食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
		実績値	-	-	-	-	13.1%	-	

9 消費者の保健機能食品及び特別用途食品制度への理解度 ※実績値には各年度の「理解度/目標値（達成度）」を記載	測定指標9-① (特定保健用食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	32.2/41.9 (76.8%)	34.7/42.6 (81.5%)	33.6/42.9 (78.3%)	33.1/42.6 (77.7%)	27.6/35.9 (76.9%)	28.5/34.3 (82.9%)
	測定指標9-② (栄養機能食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	8.1/43.9 (18.5%)	10.4/44.8 (23.2%)	11.0/45.2 (24.3%)	10.9/45.3 (24.1%)	9.2/38.3 (24.0%)	10.2/36.6 (27.7%)
測定指標9-③ (機能性表示食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値	15.3/40.7 (37.6%)	16.9/42.0 (40.2%)	17.4/42.5 (40.9%)	17.2/42.7 (40.3%)	17.1/36.0 (47.5%)	15.2/34.6 (43.9%)	
測定指標9-④ (特別用途食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値	-	-	-	-	14.4/18.7 (77.0%)	-	
10 保健機能食品及び特別用途食品の製品数	測定指標10-① (特定保健用食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	1,119	1,067	1,072	1,071	1,069	1,064
	測定指標10-② (機能性表示食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	1,269	1,735	2,568	3,486	4,702	5,995
	測定指標10-③ (特別用途食品)	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	53	62	68	69	88	97
11 消費者の保健機能食品及び特別用途食品制度への満足度の向上	測定指標11	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
		実績値	4の測定指標をもってこれに充てる予定。					
測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況(実績)				達成	
12 「食品表示の全体像に関する報告書」を踏まえた調査や検討会等の実施件数	・消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするために必要な調査・検討を実施する。		・分かりやすく活用される食品表示の検討のために必要な調査を実施した。 ①デジタルツールを活用した食品表示検討事業 ②現行商品の「いわゆる一括表示」部分に関する調査事業 ③ウェブを用いた補助的な食品表示の優良事例調査				○	
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	実績値				2	2	3	

	<p>目標達成度合いの測定結果</p>	<p>(各行政機関共通区分)</p> <p>(判断根拠)</p>	<p>相当程度進展あり</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判断した。</p> <p>測定指標2及び8について、長期的にみると数値が向上しているとはいえず、今後食品表示への認知度を向上させるために引き続き取組を続けることが必要であると判断した。</p> <p>測定指標3及び9について、令和4年度に完全施行された原料原産地表示制度や特定保健用食品で理解度が前年度と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。</p> <p>測定指標5について、保健機能食品及び特別用途食品制度に関する講習会・説明会に対して、多くの消費者及び事業者が参加し、普及啓発につながったと判断した。</p> <p>測定指標6について、栄養成分表示の活用を通じた健康づくりの普及啓発動画をウェブサイトで公開しており、一定程度視聴されていることを確認した。</p> <p>測定指標7について、例年と同数程度またはより多くの製品を調査し、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。</p> <p>測定指標10について、特に機能性表示食品及び特別用途食品については、過去の件数と比較して大幅に伸びていることを確認した。</p> <p>測定指標12について、分かりやすく活用される食品表示の検討のために必要な調査を適切に実施した。</p> <p>したがって、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</p>			<p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標2について、令和元年度をピークに数値が上昇しているとはいえず、今後の消費者の食品表示制度への認知度向上のために継続的な取組が必要であると考えられる。</p> <p>測定指標9-③について、令和3年度は前年度に比べ理解度が向上したものの、令和4年度は逆に減少した。しかし長期的にみると数字は向上しつつあり、今後も引き続き機能性表示食品制度について普及啓発に努めていく必要があると考えられる。</p> <p>測定指標10-①について、事業者からの新規商品の許可件数であり、前年度とほぼ変わらないが、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たといえる。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「食品表示制度の検討・担保」を活用し、今後食品表示制度の対象となることが想定される食品についての表示の適正性を確保するため、監視等に必要検査法の開発及び食品表示制度における課題を検討する際に必要な消費者の意向等の調査を適切に実施した。</p> <p>達成手段(2)「食品表示制度(保健機能食品制度等を除く。)の適正化・充実」を活用し、アレルギー表示対象品目の追加等の検討を行うための調査及び新たな加工食品の原料原産地表示制度及び事業者の対応状況に関する実態調査など必要な調査等を実施した。</p> <p>達成手段(3)「食品表示制度の普及・啓発」を活用し、食品表示制度について、消費者基本計画及び食品表示法の一部を改正する法律の附帯決議を踏まえ、消費者の安全・安心、健康作りの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するため、食品表示が消費者に十分に活用されるように、消費者に対する戦略的な周知普及を行った。</p> <p>達成手段(4)「保健機能食品制度等の適正化・充実」を活用し、食品表示法及び健康増進法に基づく食品表示制度のうち、食品の機能性を表示する特定保健用食品、機能性表示食品及び栄養機能食品に係る制度、栄養成分表示制度、並びに、病者用食品等の特別用途食品に係る制度について、必要な検討や調査等を行うことにより、制度を適切に運用した。</p> <p>達成手段(5)「機能性表示食品等の買上調査等による検証」を活用し、機能性表示食品制度に加え、消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品制度を適切に運用する方法の一つとして、販売されている製品中の関与成分等の含有量の分析・検証等を実施した。</p> <p>達成手段(6)「特定保健用食品データベースの運用」を活用し、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所が保有する特定保健用食品データベースの安定的な運用を実施した。</p> <p>達成手段(7)「製造所固有記号・機能性表示食品届出データベースの整備・運用」を活用し、製造所固有記号制度及び機能性表示食品制度について、事業者がオンライン上で届出手続を行うことで、制度を安定的に運用した。</p> <p>達成手段(8)「食品表示対策の推進」を活用し、有識者による検討会等の実施、食品表示制度に係るセミナーへの講師を派遣する等、食品表示に関する制度を適切に運用した。</p>

評価結果	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者が食品を摂取する際の安全性及び消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に資するため、引き続き食品表示に関する制度を適切に企画・立案・運用する。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者基本計画工程表が令和5年6月に改訂されたことを受け、令和4年度政策評価から測定指標を大幅に見直したところ。いずれの測定指標についても、施策効果を測定するためには継続的に取り組むべきものであることから、令和5年度以降も適切な指標を設定する予定である。
------	---------------	--

学識経験を有する者の知見の活用	
-----------------	--

政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	<p>【測定指標2、3、8、9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度食品表示に関する消費者意向調査（令和5年8月10日公表） https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2022/assets/food_labeling_cms201_230810_01.pdf <p>【測定指標12】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタルツールを活用するための食品表示検討事業報告書（令和5年7月10日公表） https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2022/assets/food_labeling_cms201_230710_02.pdf ・現行商品の「いわゆる一括表示」部分に関する調査事業（非公開） ・ウェブを用いた補助的な食品表示の優良事例調査に関する報告書（令和5年7月10日公表） https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2022/assets/food_labeling_cms201_230710_01.pdf
---------------------------	---

担当部局名	食品表示企画課	作成責任者名	食品表示企画課長 清水 正雄	政策評価 実施時期	令和5年8月
-------	---------	--------	-------------------	--------------	--------

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-⑨)

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"> ・調査・研究 <ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 ・消費者白書 <ul style="list-style-type: none"> 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"> 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） 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） ③その他、調査・研究の結果 ・国際連携 <ul style="list-style-type: none"> 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。 					
達成すべき目標	<p>それぞれの施策について、次の目標のとおり実施し、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査・研究 <ul style="list-style-type: none"> 消費者の利益の擁護及び増進に係る有用な各種調査・分析を実施する。 ・消費者白書 <ul style="list-style-type: none"> 消費者問題や消費者政策の理解を深めるため、より多くの国民に読んでもらう。 ・国際連携 <ul style="list-style-type: none"> 国際会合での国際研究プロジェクトにおいて、消費者行政に有益な成果を目指すとともに、海外当局との連携の強化・拡充を行う。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	171	161	161	182
		補正予算 (b)	-	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	171	161	161	
執行額 (百万円)		107	142	137		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説のうち主なもの）	<p>○消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定）</p> <p>○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（1）②ア、Ⅲ（3）③、Ⅲ（3）④、Ⅲ（3）⑤、Ⅴ（1）③、Ⅴ（2）②、Ⅴ（2）③</p>					

測定指標	目標	令和4年度		施策の進捗状況（実績）			達成					
<p>1 消費者白書に係る情報発信・普及啓発の実施状況</p> <p><参考指標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者白書掲載ページアクセス数 ・消費者白書に係る説明会等の実施回数 	<p>○消費者白書について、消費者にとって有益な情報を記載するとともに、より多くの消費者に対して情報提供・周知啓発を行い、消費者施策の推進に貢献することを目的として、下記の取組を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者意識基本調査において、時宜に応じたテーマを設定し、消費者の意識や行動、消費者問題等を調査・把握するとともに、その結果を消費者白書に活用して消費者に分かりやすい形で伝える。 ・説明会の開催や様々なツールを用いた広報活動等、対象に応じた柔軟かつ積極的な情報発信を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・令和4年版消費者白書においては、令和4年4月に施行された成年年齢引下げにあわせて若者に焦点を当てた特集テーマとし、その意識や行動について分析するとともに、若者に特徴的な消費者トラブルやそれに対応した行政の取組を示した。 ・消費者庁ウェブサイトにおいて全文及び概要（英語版を含む。）をPDF形式及びHTML形式で公表するとともに、説明会等の開催や寄稿、SNSでの発信などの効果的な情報発信を実施した。 			○							
						参考指標（実績値）	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
						消費者白書掲載ページアクセス数	2,953,463件	4,879,673件	4,318,318件	3,534,738件	3,395,755件	3,323,366件
						消費者白書に係る説明会等の実施回数	13	14	16	13	11	20

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）					達成
2 調査における政策効果等の把握実施数	・消費者意識基本調査及び消費生活意識調査において、消費者政策の企画・立案に資するデータ（認知度や理解度など）を測定し、エビデンスに基づく政策立案（EBPM）の推進に活用する。							○
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	消費者基本計画工程表（令和5年6月13日改定）においてKPIとして設定されている成果を測定した回数							26
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）					達成
3 海外当局との連携の強化・拡充の実施状況 <参考指標> ・国際会合への出席回数 ・二国間・地域間における政策対話等の実施状況	・デジタル化の進展などに伴う新たな消費者被害の発生や、国境を越えた不正な取引に対応するため、OECDやICPENなどの国際会合へ積極的に参画するとともに、海外当局との連携の強化・拡充を行うため、海外当局と積極的に政策対話等を実施する。							○
	参考指標（実績値）	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	国際会合への出席回数	16	19	21	23	31	36	
	二国間・地域間における政策対話等の実施状況	2	1	9	0	3	1	
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）					達成
4 国際シンポジウム等における情報発信及び情報収集の状況	・国際共同研究等を通じ国際的な消費者行政に関する知見を積み上げるとともに、その成果を国際シンポジウム等を通じて国内外に情報発信しつつ、デジタル化を始めとする様々な課題等に関する知見の更なる蓄積を図る。							○
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	国際シンポジウム等の実施に当たって連携した国等の数							9

評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	目標達成		
		(判断根拠)	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。		
	施策の分析	<p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標2(消費者白書掲載ページアクセス数)については、前年度と比べればアクセス数が減少しているが、その減少幅はわずかであり、依然高水準であるため、目標達成とした。</p> <p>測定指標3(二国間・地域間における政策対話等の実施状況)については、政策対話の相手国の意向で開催が延期となったことなどもあり減少しているが、今まで実施していない新たな国と面談を実施したため、目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」に関しては、消費者基本法及び消費者安全法の規定に基づき消費者白書を作成し、令和4年6月に国会に報告した。</p> <p>また、関係行政機関、関係地方公共団体及び独立行政法人国民生活センターへ消費者白書を提供するとともに、消費者庁ウェブサイトを始めSNSや説明会等の場で広く国民に情報提供を行った。</p> <p>消費者白書に加え、消費者意識基本調査及び消費生活意識調査などを実施し、情報提供を行うことで、消費者問題に対する国民や関係機関の理解が深まるとともに、消費者問題の現状や求められるニーズを的確に捉えた適切かつ効果的な消費者政策の企画立案に寄与したものと考えられる。</p> <p>達成手段(2)「消費者行政に係る国際的な連携の強化」に関しては、限られた予算の中で有効に機能するよう効率性を意識しながら実施した。国際会議等において、海外の当局や専門家との人的関係を形成し、海外の知見などを得るとともに、それを国内での業務に活用することで、効果的な消費者行政の推進に寄与したものと考えられる。</p> <p>また、海外当局等との政策協議の立ち上げなどの協力体制の強化に向け、積極的な面談を実施した。</p>			
次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度については、設定した目標についていずれも達成することができた。 ・本施策は継続的に取り組むべきものであり、令和5年度以降も引き続き実施していく。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的に取り組むべきものであり、令和5年度以降も同様の指標を設定する予定である。 				
学識経験を有する者の知見の活用					
政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	<p>【測定指標1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁「消費者白書」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/ <p>【測定指標2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003/ 				
担当部局名	参事官(調査研究・国際担当)	作成責任者名	参事官(調査研究・国際担当) 爲藤 里英子 新未来創造戦略本部 大友 伸幸	政策評価実施時期	令和5年8月

令和4年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁4-⑩)

施策名	事業者との協働に関する企画・立案・推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・公益通報者保護制度の推進 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、改正法の施行（令和4年6月1日施行）に向けた準備を行うとともに、説明会の実施や広報資料の作成等により、改正法の内容を含めた公益通報者保護制度の周知・啓発を実施し、公益通報者保護制度の認知度や理解度等の向上及び事業者における公益通報対応体制の徹底・促進を図る。 ・消費者志向経営の推進 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列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。 ・物価対策の推進 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機動的かつ適切に監視することを目的に、価格動向調査を行う。加えて、「便乗値上げ情報 消費者受付ウェブ窓口」において、消費者から便乗値上げの疑いがある情報を受け付け、必要に応じて関係省庁へ情報提供を行う。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・公益通報者保護制度の推進 公益通報者保護制度の実効性を向上させることにより、社会全体の利益を図る。 ・消費者志向経営の推進 事業者における消費者志向経営の推進を図ることで、持続可能な社会に貢献する。 ・物価対策の推進 公共料金等の適正性の確保、緊急時の生活関連物資等の価格安定などを図り、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を目指す。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	135	146	138	/
		補正予算 (b)	-	-	63	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	135	146	201	
執行額 (百万円)		94	123	149		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定） ○消費者基本計画工程表（令和2年7月7日消費者政策会議決定（令和4年6月15日改定））施策番号Ⅰ（2）⑧イ、Ⅱ（3）②、Ⅱ（4）① 					

測定指標	目標	令和4年度		施策の進捗状況（実績）				達成
1 公益通報者保護制度に対する認知度や意識、理解度	<ul style="list-style-type: none"> ・説明会の実施、広報資料の作成等により、公益通報者保護制度の認知度・理解度等を向上させる。 			公益通報者保護制度について分かりやすく解説したハンドブックの作成・配布、逐条解説の公表、動画共有サイトへの動画広告の実施、消費者庁ウェブサイトにおける解説動画・Q&A・研修（説明会）資料・啓発資料の公開、全国各地での説明会の開催などの周知・啓発活動を実施し、制度への認知度・理解度の向上につながる取組を実施した。				×
		年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値		/	/	/	/	/	令和4年度に改正法が施行されたことも踏まえ、令和5年度に調査を実施予定。

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
2 民間事業者の体制整備状況	・ 民間事業者の内部公益通報対応体制の整備状況を向上させる。	測定指標1に係る取組により、民間事業者の公益通報者保護法の認知度・理解度の向上に取り組むとともに、事業者に対する体制整備状況に関する調査等を適確に実施した。				×	
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	実績値						令和4年度に改正法が施行されたことも踏まえ、令和5年度に調査を実施予定。
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
3 消費者志向自主宣言事業者数	・ 消費者志向経営の広範な普及を図るため、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進するとともに、消費者志向経営に対する意識喚起を目的としたシンポジウムや事業者の経営者層向けセミナーを開催する。また、優良事列表彰を実施し、事業者の消費者志向経営の優良な取組事例を広く発信すること ・ 消費者庁新未来創造戦略本部においても、地域の事業者団体・行政機関等と連携し、地方の企業への普及・啓発を行う。	・ 令和4年度も引き続き、事業者による消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進した。また、業界団体等での説明会を開催し、自主宣言事業者の裾野拡大を図った。 ・ 令和4年度消費者志向経営優良事列表彰を実施することにより、優良な取組を広く発信し、消費者志向経営の認知・理解促進につなげた。 ・ 消費者庁新未来創造戦略本部においても、主に四国の行政機関や事業者団体等と連携し、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加等を推進した。また、消費者志向経営が浸透していない事業者等に対して今後普及・啓発を図っていくため、消費者志向経営を推進している好事例について、動機や成果を把握する取組を実施した。				○	
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	実績値	78事業者	101事業者	153事業者	191事業者	303事業者	449事業者
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
4 生活関連物資の価格動向等の把握と情報提供	・ 物価安定のための機動的かつ適切な監視を行うべく、民間データ（POSデータ）を活用して、生活関連物資の価格動向を迅速に把握する。 ・ 「便乗値上げ情報 消費者受付ウェブ窓口」による情報収集を行い、便乗値上げが疑われる情報の早期把握及び関係省庁への情報提供を行う。	・ POSデータを活用して、生活関連物資等の価格動向を把握し、結果を毎月ウェブサイトにて公表した。これにより、消費者等は物価動向を把握することが可能となっている。 ・ ウェブ窓口寄せられた情報につき、関係省庁へ定期的に情報提供を行った。 ※令和4年4月28日から令和5年3月31日までに窓口寄せられた390件の情報を関係省庁に提供した（便乗値上げが明らかに疑われる情報は寄せられていない）。				○	
	年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	関係省庁への情報提供回数						19
	参考指標（実績値）	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	データを取得する回数						40

測定指標		目標	令和4年度		施策の進捗状況（実績）			
5 公共料金等の決定過程の透明性等を確保する措置の実施状況		・消費者委員会と連携して、公共料金等の決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金適正性の確保に向けた課題を検討し、適切に対応する。	・消費者利益を擁護する観点から、公共料金等の新設・改定に当たっては、関係省庁からの協議に対し、公共料金等の決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金適正性の観点から検討を行い、適切に対応した。 ※令和4年度は、4省から25件の協議があった。		○			
	参考指標（実績値）	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	公共料金等の改定件数				10	9	25	
評価結果	目標達成度合いの測定結果	（各行政機関共通区分）	相当程度進展あり					
		（判断根拠）	測定指標3～5については、目標を達成している。 測定指標1～2については、定量的なデータはないものの、目標達成に向けた取組を着実に実施しているため「相当程度進展あり」と判断した。 したがって、全体として「相当程度進展あり」と判断した。					
	施策の分析	<p>（実績値が大幅に増加している測定指標）</p> <p>測定指標3「消費者志向自主宣言事業者数」については、拡大基調が続いている。地方公共団体や事業者団体・事業者への働き掛けに加え、同業者間での紹介等が増加していることも増加要因と考えられる。</p> <p>（達成手段の有効性、効率性）</p> <p>達成手段（1）「公益通報者保護制度の推進」については、消費者庁主催の説明会の開催、各種団体への講師派遣、広報用動画の公開など周知・啓発に努め、円滑に改正法が施行された。 また、改正法施行後も引き続き周知・啓発活動を行うとともに、改正法により新たに導入された権限（事業者の内部公益通報対応体制整備義務違反に係る行政措置）を踏まえた適確な対応を実施した。</p> <p>達成手段（2）「消費者志向経営の推進」については、事業者・経済団体・業界団体・地方公共団体等への働きかけを通じ、消費者志向自主宣言事業者の裾野拡大を図るとともに、消費者志向経営優良事例表彰の実施等を通じて優良な取組を広く発信し、消費者志向経営の認知・理解促進を図った。 また、消費者庁未来創造戦略本部においても、地方の行政機関や事業者団体等と連携し、地方の事業者の消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加等を推進した。また、消費者志向経営が浸透していない事業者等に対して今後普及・啓発を図っていくため、消費者志向経営を推進している好事例について、動機や成果を把握する取組を実施した。</p> <p>達成手段（3）「生活関連物資等の価格動向等の把握等」については、生活関連物資等の価格動向等を機動的かつ適切に監視することを目的に、毎月「生活関連物資等の価格動向調査」を実施し、大量の購買データに基づく価格動向を把握するとともに、結果を消費者庁ウェブサイト公表し広く情報提供を行った。 また、公共料金等の新設・改定に当たっては、東京特別区・武三地区のタクシー運賃改定において物価問題に関する関係閣僚会議を開催した。ほか、電気料金規制料金改定について、電力・ガス取引監視等委員会 料金制度専門会合において、疑問点・意見を提示した。なお、電気料金託送料金について消費者の視点から疑問点を提示しその解消を求めた。 さらに、鉄道運賃等の公共料金改定等に関する協議に対し、公共料金等の決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性の確保の観点から検証し、前年度を大きく上回る件数(25件<前年度11件>)について適切に対応した。</p> <p>これらのことから、有効かつ効果的に施策を実施した。</p>						
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】 継続的に取り組むべきものであり、令和5年度以降も引き続き実施していく。</p> <p>【測定指標】 継続的に取り組むべきものであり、令和5年度以降も同様の指標を設定する予定である。</p>						

学識経験を有する者の知見の活用	
-----------------	--

政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	<p>【測定指標 1・2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 公益通報ハンドブック 改正法（令和4年6月施行）準拠版 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/overview/assets/overview_220705_0001.pdf ・ 逐条解説 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/overview/annotations/index.html ・ 解説動画 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/overview/movie/ ・ 公益通報者保護制度Q&A https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/faq/ ・ 研修（説明会）資料 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/pr/ ・ 啓発資料 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/overview/assets/overview_220601_0001.pdf https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/overview/assets/overview_230320_0001.pdf <p>【測定指標 3】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者庁「消費者志向経営の推進」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/
---------------------------	---

担当部局名	参事官（公益通報・協働担当）	作成責任者名	参事官（公益通報・協働担当） 浪越 祐介	政策評価実施時期	令和5年8月
-------	----------------	--------	-------------------------	----------	--------