

平成 25 年度消費者庁政策評価書について（要旨）

平成 26 年 10 月
消費者庁

1. 消費者庁における政策評価について

（1）政策評価基本計画

- ・政策評価の実施に関する方針、実施体制等について定める
- ・消費者庁では、計画期間を平成 25 年 4 月 1 日～平成 30 年 3 月 31 日とする消費者庁政策評価基本計画（平成 25 年 3 月 18 日消費者庁長官決定。平成 25 年 7 月 1 日一部改正。）を策定

（2）政策評価実施計画

- ・毎年度、当該年度における事後評価の対象としようとする政策、評価方式等を定める
- ・消費者庁では、平成 25 年度消費者庁政策評価実施計画（平成 25 年 3 月 27 日消費者庁長官決定。平成 25 年 7 月 1 日一部改正。）を策定

（3）事前分析表

- ・毎年度、各施策の目標や手段、要するコスト等を分かりやすく一覧性のある形であらかじめ整理（平成 24 年度から導入）
- ・消費者庁では、平成 25 年度政策評価事前分析表を作成

（4）政策評価書（実績評価方式）

- ・上記（1）～（3）に基づき、各年度の施策の実績を評価
- ・平成 25 年度消費者庁政策評価書の対象期間は、平成 25 年 4 月 1 日～平成 26 年 3 月 31 日

※平成 25 年度の施策に関する政策評価の流れ

平成 25 年度	政策の実施	・実施計画の策定 ・事前分析表の作成
平成 26 年度	政策評価の実施	・政策評価書の作成
	評価結果の政策への反映 （予算要求、機構・定員要求、その他具体的取組の実施）	
平成 27 年度		・評価結果の政策への反映状況取りまとめ ⇒総務省において国会報告

2. 消費者庁政策評価体系（平成 25 年度）

<政策名>

消費者政策の推進

<施策名>

	(担当課)
(1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整	消費者政策課
(2) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課
(3) 個人情報保護に関する施策の推進	消費者制度課
(4) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	消費生活情報課※
(5) 物価対策の推進	消費生活情報課※
(6) 地方消費者行政の推進	地方協力課※
(7) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課
(8) 消費者取引対策の推進	取引対策課
(9) 消費者表示対策の推進	表示対策課
(10) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課

※ 平成 26 年 7 月 1 日より、消費生活情報課及び地方協力課が廃止され、消費者教育・地方協力課及び消費者調査課が新設されたため、上記施策のうち、「(4) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進」及び「(6) 地方消費者行政の推進」については消費者教育・地方協力課が、「(5) 物価対策の推進」については消費者調査課が評価を実施した。

3. 政策評価の結果

○各施策とも、消費者基本計画に盛り込まれた施策に沿って基本目標を設定しており、平成 25 年度においても進捗があったものと評価できるが、消費者行政を取り巻く課題は依然山積している。

⇒各施策の評価結果の要旨については別紙参照

○引き続き、消費者基本計画の検証・評価・監視と連動しつつ、消費者基本計画に掲げられた各具体的施策について効果的・効率的な推進の観点から取り組んでいくこととする。また、新たな消費者基本計画の策定に当たっても、評価結果を適切に反映していくこととする。

(注) 各測定指標における平成 26 年度以降の目標設定は、平成 25 年度末時点の情報を基に行っているため、目標設定において 9 月までの進捗は反映されていない。

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
<p>(1)消費者政策の企画・立案・推進及び調整</p>	<p>「消費者基本計画」の検証・評価及び見直しを行うことにより、刻々と変わる消費者を取り巻く環境に柔軟に対応するように施策を毎年度反映させつつ、消費者庁が司令塔としての機能を十分に発揮し、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図ることにより、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。</p>	<p>○目標達成 平成25年度に目標を設定した全ての測定指標について、目標を達成することができた。 したがって、施策は「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】 国民の消費生活の安定及び向上を確保するため、現在の目標を維持し、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、平成25年度の目標は達成したものの、今後とも消費者被害の防止や消費者への情報提供をはじめとする課題に取り組む必要があり、引き続き測定指標①～⑩に掲げるような各分野の施策を進めていく。</p> <p>【測定指標】 測定指標①～⑩について、目標を達成することができた。 平成26年7月に行われた消費者庁の組織再編により、②の一部及び⑩が消費者政策課の所掌ではなくなったこと等を踏まえた見直しが必要であるが、その他は同様の目標を設定し、達成を目指していく。</p>
<p>(2)消費生活に関する制度の企画・立案・推進</p>	<p>1. 集団的消費者被害救済制度の検討 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について、円滑な施行に向けた必要な準備を行うとともに、制度の周知・広報に取り組む。また、財産の隠匿・散逸防止策及び行政による経済的不利益賦課制度について、「消費者の財産被害に係る行政手法研究会」で取りまとめられた報告書を踏まえ、検討を行う。</p> <p>2. 適格消費者団体の認定、監督、支援 適格消費者団体と意見交換を行い、その結果を踏まえ、具体的な支援策について検討するとともに適格消費者団体における認定NPO法人制度に関する理解を深め、同団体における認定申請を促す。また、PIO-NET端末の設置について、利用可能となるよう具体化を進めるとともに、消費者団体訴訟制度の周知・広報、適格消費者団体への情報面での支援、適格消費者団体の認定・監督を適正に行う。</p> <p>3. 消費者契約法の運用・見直し 平成23年度に行った消費者契約に関する裁判等の収集・分析結果を活用するとともに、民法改正議論と連携した消費者契約の不当勧誘・不当条項の在り方及び消費者団体訴訟制度における差止請求の拡大について検討する。</p> <p>4. 公益通報者保護法の推進 説明会等の実施や広報資料の配布等によって、公益通報者保護法の周知・啓発、公益通報窓口の整備等の促進に努める。公益通報者保護専門調査会による消費者委員会報告(平成23年2月)や消費者委員会による「公益通報者保護制度の見直しに関する意見」(平成23年3月)等を踏まえ、必要な措置を講じる。</p> <p>上記1.～4.のとおり、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な政策のうち、消費生活に関する制度等を企画・立案・推進することにより、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資する。</p>	<p>○相当程度進展あり ・法制度の検討に関する業務に関しては、「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案」を平成25年4月に国会に提出した(同年12月成立)ほか、景品表示法への課徴金制度の導入について消費者委員会へ諮問を行う(平成25年12月)とともに、消費者委員会(専門調査会)における出席・資料提供等を通じて制度の在り方について検討を行った。また、消費者契約法については、消費者委員会における「消費者契約法に関する調査作業チーム」の会合や法務省における「法制審議会民法(債権関係)部会」への出席を行うとともに、消費者庁において「消費者契約法の運用状況に関する検討会」を設置・開催し、消費者契約法の見直しに向けた本格的検討の準備作業として、消費者契約法の運用状況を踏まえた立法事実の把握や論点の整理等を行った。 ・消費者団体訴訟制度に関する業務については、シンポジウム(全国6か所)の開催や、差止請求事例集の作成・公表等を通じて制度の普及啓発を図るとともに、適格消費者団体の認定・監督に関する業務を適切に行った。 ・公益通報者保護法については、制度の普及・啓発のための民間事業者向け説明会について、平成25年度においては、対象を企業に絞ったシンポジウム形式に変更し、経産省等関係省庁、経団連等経済団体の後援を得た上で実施した。企業事例の発表やパネルディスカッション等より企業現場のニーズに応じた形で実施したことで、内部通報制度の必要性をアピールすることができた(参加者の95%から内部通報制度の整備の重要性を感じた旨の回答を得られた。)</p> <p>以上の取組を過去と同水準以上に実施することにより、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資することができたことから、目標達成と判断した。一方で消費生活に関する制度等の企画・立案・推進に向けた取組は、引き続き取り組むべき課題であることから、「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>引き続き、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けた取組を行う。 具体的には、平成25年12月に公布された「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」の施行に向けた準備(政令・内閣府令・ガイドラインの策定)及び新制度についての周知・広報や、景品表示法への課徴金制度導入に向けた法制化作業、消費者契約法(実体法部分)についての見直しに向けた取組、適格消費者団体の適切な監督の実施及び支援策の検討、公益通報者保護制度の推進(制度の普及・啓発及び制度の在り方についての検討)などに更に取り組んでいく。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(3) 個人情報保護に関する施策の推進	<p>「個人情報の保護に関する基本方針」(平成16年4月2日閣議決定、平成20年4月25日及び平成21年9月1日一部変更)に基づき、法制度の周知徹底、苦情の円滑な処理の推進等を図るとともに、内閣府消費者委員会における個人情報保護法の問題点についての審議に協力し、その結果を踏まえ検討を行うなど、個人情報保護に関する施策を推進することにより、個人の権利利益を保護し、国民が安心してICT(情報通信技術)の利便を享受できる社会の実現に資する。</p>	<p>○相当程度進展あり 法制度の周知徹底のため、全国12か所で個人情報保護法の説明会を実施するなど法律及び制度の内容等に関する情報提供及び啓発を行った。平成25年度の説明会では、都道府県との日程・会場等の調整の結果、前年度より開催回数、参加者数が減少したが、参加者に対して行ったアンケートでは、5段階評価のうち上位2段階となる「有益であった」「まあ有益であった」との回答割合が約9割に達しており、施策全体としては法制度の普及・啓発に寄与していると考えられる。 また、平成25年10月に「平成24年度個人情報の保護に関する法律施行状況の概要」について、消費者委員会へ報告したほか、IT総合戦略本部の下に設置された「パーソナルデータに関する検討会」に対し、資料提出等の協力を行った。 以上のとおり、目標に向けて一定の成果を挙げているものの、法制度の周知徹底や制度の検討については引き続き取り組むべき課題であることから、「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>個人情報保護法については、事業者からの漏えい事案が引き続き注目を集める等、個人情報の取扱いに対する国民の不安感には根強いものがあり、個人情報の取扱いに対する苦情・問合せは依然として多くある。また、「パーソナルデータの利活用に関する制度見直し方針」に基づき、平成27年通常国会に関連法案を提出することとされており、今後も法案提出に向けた検討が進められることとなる。さらに、個人情報の取扱いに係る国際的なルールの検討も、急速に進展している。 これらの動きを踏まえながら、消費者庁において引き続き、法の趣旨の正しい解釈の周知・徹底、制度見直し及び国際的な理解を深めるための取組を行っていく。</p>
(4) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	<p>○教育 消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況に鑑み、学校、家庭、地域、職場その他の様々な「場」において消費生活に関する教育が充実されるよう必要な施策を講じることにより、消費者の自立を支援する。</p> <p>○普及啓発 消費者団体等との適切な連携の下、消費者問題に関する普及啓発活動を総合的に推進し、消費者の自立を支援する。 高齢者及び障害者の消費者トラブルの防止や子どもの不慮の事故防止等を図るための施策を推進し、高齢・障害消費者の消費者トラブルの防止及び子どもの不慮の事故の減少への寄与を図る。</p>	<p>○相当程度進展あり 本施策の成果は、騙されない賢い消費者、社会の発展と改善に積極的に参加する自立した消費者を育てることである。しかしながら、消費者教育の推進や普及啓発を行うことと、例えば、消費者の被害が減少したこととの直接的な因果関係を分析することは難しいことから、短期的な目標や定量的な目標を設定することには限界があるのが実情。こうした中、本施策の成果を断片的にでも極力定量的に把握しようという観点から、前記計測指標を設定していることもあって、どの指標が主要なものかといった色分けが難しく、本施策の成果については、前記指標やその他定性的な判断を総合して判断していくことが肝要。 前記計測指標で目標未達であった3項目のうち、①と⑧については、形式的に目標未達であっても、取組の趣旨を鑑みれば、前向きに評価すべき内容。また、目標を達成した項目については、施策の中間的な目標をクリアしているという見方が妥当というものが多いが、目標に向かって着実に前進していると、評価すべき。 したがって、施策は「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>【施策】 本施策は、「消費者基本計画」等に基づくものであるため、現在の目標を維持し、引き続き政策評価を推進していく。</p> <p>【測定指標】 前述の通り、本施策の成果に対し、定量的な目標を設定することは困難な状況の中、定性的な指標としては、消費者教育の推進に向けた基盤整備の観点から欠かせない、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」で掲げた今後の課題への対応状況を、定性的な指標としてフォローしていくことも、成果に対する総合的な評価の上で重要と考えられる。</p>
(5) 物価対策の推進	<p>物価の安定に資する施策の推進により、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を目指す。</p>	<p>○目標達成 測定指標1. 及び2. については、いずれも平成25年度に設定した目標を達成することができた。 したがって、本施策は「目標達成」と判断した。</p>	<p>平成25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が、本施策は継続的に取り組むべきものであり、平成26年度以降も、公共料金を適切なものにするため、同様の目標を設定した上で、引き続き取り組んでいく必要がある。 また、平成25年度に引き続き、消費税率引上げに伴う便乗値上げを監視することを目的に物価モニター調査を行う。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(6) 地方消費者行政の推進	<p>地方公共団体と連携しながら、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。</p>	<p>○目標達成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「集中育成・強化期間」後の地方消費者行政について、詳細な事例集とこれを基にした地方自治体への期待、消費者庁の取組をまとめた「地方消費者行政の充実・強化のための指針」を取りまとめ（平成24年7月）、これに基づく施策を推進した。 ・各都道府県に造成されている「地方消費者行政活性化基金」について、さらに、平成25年度予算において「国と地方とのコラボレーションによる先駆的プログラム」の実施のため5億円の上積みを行うとともに、被災4県に対しては平成24年度に引き続き、平成25年度予算において約7.29億円の上積みを行った。 ・平成25年度補正予算において「基金」の上積み・延長を措置し、中長期的な検討を実施するため、「地方消費者行政強化作戦」を定め、計画的・安定的な取組の中で、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組むとともに、人員・予算の確保に向けた地方の自主的な取組を支援した。 ・消費者庁幹部や経済産業局などの国の機関と都道府県・政令指定都市の担当部長との意見交換や情報交換の場として、「消費者行政ブロック会議」を全国6ブロックで開催し、法執行の強化の支援や連携などに努めるとともに、地域で消費者問題に携わる者の「交流の場」として、平成25年度も全国8ブロックで「地方消費者グループ・フォーラム」を開催した。また、地方公共団体と意見交換を行うのみならず、消費者団体等が実施するシンポジウム等にも出席し、消費者団体等とも積極的に交流を図った。 ・東日本大震災への対応として、平成23年度に引き続き、地元のニーズを踏まえつつ被災地における各相談窓口に各分野の専門家を派遣し、被災者の方々の生活再建を図る上で必要となる総合的な相談体制の構築に対する支援を行うほか、消費者の安全・安心をより一層確保するため、国民生活センターと共同で地方自治体に検査機器を貸与し、消費サイドで食品の放射性物質を検査する体制を整備する等、被害を受けた地方公共団体のバックアップに取り組んだ。 ・PIO-NET刷新については、平成26年1月に国民生活センターにおいて「全国消費生活情報ネットワーク・システムの業務・システム最適化計画」を策定し、同最適化計画及び地方公共団体からの意見や要望を踏まえ平成27年度のPIO-NET刷新に向けた作業を進めた。 <p>以上のとおり、年度当初に掲げた目標は概ね達成した。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地方消費者行政に関する財政措置の在り方については、中長期的な検討を実施するため、「地方消費者行政強化作戦」を定め、計画的・安定的な取組の中で、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組むとともに、人員・予算の確保に向けた地方の自主的な取組を支援していく。 ・総務省の「消費者取引に関する政策評価」における地方消費者行政活性化交付事業の効果についての勧告を踏まえ、毎年度行っている「地方消費者行政の現況調査」の充実を通じて、「地方消費者行政強化作戦」の達成度も含め、交付事業の効果を検証し、適切な交付の仕組みの構築を検討する。 ・「消費者行政ブロック会議」、「地方消費者グループ・フォーラム」の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながら、より効率的な運営を実施する。 ・「消費者ホットライン」の運営に当たっては、利用件数なども踏まえながら、より効率的な執行管理を行う。
(7) 消費者の安全確保のための施策の推進	<p>生命・身体被害に係る消費者事故等に関する情報を迅速、的確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。</p> <p>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、消費者が正確に理解をし、自ら判断して消費活動を行うことができるような取組を推進する。</p> <p>消費者安全調査委員会は、生命身体被害が発生した場合において、被害の発生・拡大の防止を図るために原因を究明することが必要であると認めるときには、事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行う。</p>	<p>○相当程度進展あり</p> <p>各測定指標については、消費者の安全確保のための施策の推進における達成度合いを測定する主なものであると考えている。</p> <p>平成25年度に目標を設定した測定指標については、本事業の施策のみで事故件数の増減やリスクに関する消費者への理解浸透を分析できるものではないが、概ね目標達成に資する成果をあげることができたことから、「相当程度進展あり」と判断した。</p> <p>なお、測定指標③、⑦、⑩、⑪については、前年度より実績が下がっているが、各指標におけるその推移は社会のあらゆる要素等により左右されるものであり、一概に取組成果が不十分というものではない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の施策目標を維持し、測定指標について、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。

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(8)消費者取引対策の推進	<p>消費者トラブルの実態を踏まえ、経済産業局との密な連携の下、悪質事業者に対する行政処分(業務停止命令・指示)などを厳正に行う。</p> <p>また、通信販売等について、特定商取引法の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促すとともに、インターネット・サービス・プロバイダ(以下「ISP」という。)や金融庁などに対し違法な電子メール広告などの情報を提供することによりウェブサイトの削除や口座の停止などを促す。また、警察との連携強化など、環境整備に必要な取組を行う。</p> <p>預託法関連法令について見直しを行い、必要な改正作業を進める。</p> <p>このほか、特定電子メール法に基づく表示等に関する規制・制度を運用する。</p>	<p>○目標達成</p> <p>特定商取引法違反事案が巧妙化・複雑化している中で、経済産業局との密な連携の下で限られた人的リソースなどを効率的に活用し、平成25年度は、21件の行政処分を行い、悪質事業者による被害拡大の防止などが図られた。また、ISP等への通報も着実にしている。</p> <p>預託法関係法令の見直しについて、平成25年度は預託法政省令を改正し、施行した。</p> <p>特定電子メール法に基づき、総務省との連携の下、平成25年度は、7件の行政処分を行い、消費者保護の確保が図られた。</p>	
(9)消費者表示対策の推進	<p>①景品表示法違反行為を行う事業者に対し行政処分を行うなど法を適切に運用することや、同法を遵守するよう普及・啓発を行うこと、また、公正競争規約の活用が行われるよう運用団体を支援することなどにより、消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害する行為を排除し、消費者の利益を保護する。</p> <p>②住宅性能表示制度を普及・啓発することで、消費者における同制度の認知度を高めるとともに同制度の利用を促し、住宅の購入や立て替えを行う際の消費者の利益を保護する。</p>	<p>○相当程度進展あり</p> <p>①④⑤. 景品表示法の運用について、平成25年度は、前年度に比して行政処分(措置命令)件数が増加しているところであり、厳正な景品表示法の運用が行われた。また、前年度に引き続き、景品表示法説明会に積極的に講師派遣を行い、同法の普及・啓発を実施するとともに、公正取引協議会への活動への講師派遣も行き、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用を促進する取組が実施された。</p> <p>なお、各測定指標の実績値は、年度ごとの個々の事情によって変動するものであり、定量的な指標を示すことは困難であるため、①については景品表示法の厳正な執行を続けていることをもって、④及び⑤については先方からの求めに応じて積極的に講師派遣を行っていることをもって、目標達成と判断したい。</p> <p>②住宅性能表示制度について、同制度の普及・啓発に向けた取組を行っている。</p> <p>③家庭用品品質表示法について、平成25年度は20件の指示を行うなど適切な運用がなされたほか、平成25年6月11日には、雑貨工業品品質表示規程における「洋傘」と、「いす、腰掛け及び座いす」のうち「乳幼児用のいす」について、取扱上の注意等の表示による安全への配慮を促す必要があることから、表示の標準として製品の取扱上の注意表示を新たに追加する等の告示改正を行った。</p>	<p>引き続き景品表示法等の厳正な運用や普及啓発等の取組を続けることが重要であるため、これら取組を継続して行ってまいりたい。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
<p>(10) 食品表示の企画・立案・推進</p>	<p>食品表示に関し、食品の安全に関する情報や消費者が自主的かつ合理的な選択の機会の確保に資する情報の提供を推進するとともに、表示違反に対して関係省庁や地方公共団体と連携しつつ厳正に対処することにより、消費者利益の擁護と増進を図る。</p>	<p>○相当程度進展あり 測定指標①②:平成25年6月に食品表示法が成立・公布され、さらに食品表示基準策定について同年12月より検討を開始した。また、個別課題とされた外食等のアレルギー表示の検討準備にも着手したことから目標は達成されたものとする。 測定指標③⑦:引き続きパンフレットを配布し、普及啓発を図った。(③については、制度が開始された平成23年度に、重点的にパンフレットの配布を行った。) 測定指標④⑤⑧⑨:特定保健用食品の表示許可申請に係る審査基準の通知の改正については、消費者庁案を作成し、審議しているところ。平成25年12月に、「いわゆる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」を公表した。関係法令の効果的な執行を図るため、平成25年7月に食品表示対策室を設置し、適切な執行を行った。(食品表示違反の疑義情報の処理件数55件、健康食品のインターネット広告改善要請342件)※取締りに関しては、個々の事象に対応するものであり、定年的に件数設定を行うものではない。 測定指標⑥:平成25年12月より検討会を立ち上げた。平成26年夏頃に検討会の報告書を取りまとめることとしている。 測定指標⑩:事業者、消費者への食品表示法に係る理解を促進させるため、全国説明等を行った。 以上より、今年度の施策目標は概ね達成されたと考えられる。一部、実施できていないものもあるが、既に検討済みであり、審議過程により時間を要しているものと判断するため、相当程度進展ありとした。</p>	<p>【施策】 食品の表示に関する規定を統合した食品表示法に基づく食品表示基準を整備するとともに、現行の食品衛生法、健康増進法を的確に企画・運用し、引き続き、消費者利益の擁護と増進を図り、表示の適正化を推進していく。</p> <p>【測定指標】 測定指標①②:食品表示法の施行に向け、食品表示基準の策定等を引き続き進めていく。また、表示基準の策定に目途が付き、準備の整ったものから、個別課題については順次検討を開始したい。 測定指標③⑦:引き続き、制度の定着のための取り組みを行いたい。 測定指標④:特定保健用食品の表示許可申請に係る審査基準の通知の改正について、審議会です承された後、速やかに公表する。 測定指標⑥:検討会における報告書を作成し、当該報告書の結果を踏まえた、食品の新たな機能性表示制度について、平成26年度中の結論・措置を目指すこととしたい。 測定指標⑩:食品表示法についての事業者、消費者だけでなく行政側への普及活動も実施し、制度の理解を促進させることで、事業者等への対応を斉一化する。 ※測定指標⑤⑧⑨:食品表示に関する執行業務は、食品表示対策室に移管された。</p>