

## 平成 25 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	6
(3) 個人情報保護に関する施策の推進	消費者制度課	11
(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※	13
(5) 物価対策の推進	消費生活情報課※	17
(6) 地方消費者行政の推進	地方協力課※	19
(7) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	26
(8) 消費者取引対策の推進	取引対策課	30
(9) 消費者表示対策の推進	表示対策課	33
(10) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	35

※ 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。

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-①)

施策名	消費者政策の企画・立案・推進及び調整					
施策の概要	<p>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ため、消費者政策の計画的な推進を図るための5か年計画である「消費者基本計画」の検証・評価及び見直しを行うなど、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企画・立案・推進等を行う。</p> <p>消費者政策の推進等について密接な連絡、情報交換、協議等を行うため、関係省庁による連絡会議を機動的に開催するなど、消費者の利益の擁護及び増進の観点から、関係行政機関の調整を行う。消費者の立場に立った政策を推進する。</p>					
達成すべき目標	<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>					
施策の予算額・執行額等	区分	23年度	24年度	25年度	26年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	311	219	230	252
		補正予算(b)	0	-2	-1	
		繰越し等(c)	0	0	0	
		合計(a+b+c)	311	217	P	
執行額(百万円)	198	196	190			
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(平成22年3月30日閣議決定)総論第3、施策番号 5・6, 21, 21-2, 37-2, 43, 46, 60, 60-2, 60-3, 106-3, 108, 136, 137, 153-2・171, 168, 169, 170, 175, 176</p> <p>○消費者基本法(昭和43年法律第87号)</p>					

	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		25年度	
①計画に盛り込まれた施策の実施状況についての検証・評価と、それによって必要となる「消費者基本計画」の見直しについての閣議決定	平成25年6月28日に、平成24年度の具体的施策の実施状況に関する検証・評価・監視の結果を踏まえ、「消費者基本計画」の見直しについて閣議決定。	毎年度、計画に盛り込まれた施策の実施状況について、検証・評価・監視を行い、この結果必要となる「消費者基本計画」の見直しについて閣議決定を行う。	○
②適切な分析及び情報提供の実施並びに注意喚起や商品テスト情報のタイムリーな提供	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活相談情報ネットワーク(PIO-NET)情報や消費者安全法第12条に基づく通知情報等を的確に分析し、関係機関等に対し情報提供。</li> <li>・消費者安全法第38条第1項の規定に基づき、消費者等に対し、7件の注意喚起を実施。</li> <li>・平成25年6月に消費者安全法第13条の規定に基づき、消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果を公表し、国会に報告。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・適切な分析及び情報提供について、継続的に実施する。</li> <li>・引き続き、消費者被害の発生の動向を常時的確に把握し、注意喚起や商品テスト情報の提供をタイムリーに行う。</li> </ul>	○
③「食品と放射能」に関するリスクコミュニケーション等の強化と安全啓発事業の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品・水道水の検査結果や、出荷・摂取制限の範囲など、正確な情報を消費者庁ウェブサイトで発信。</li> <li>・「食品と放射能Q&amp;A」を消費者庁ウェブサイトで発信するとともに、配付。なお、平成25年度は1回の改訂を行った。</li> </ul>	「食品と放射能」に関するリスクコミュニケーション等を強化するとともに、引き続き、安全啓発事業を展開する。	○

測定指標

		施策の進捗状況(実績)	目標	達成	
			25年度		
測定指標		④食品と放射能に関する消費者理解の増進に必要な取組	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成25年4月に「食品と放射能に関する消費者理解増進のための施策の方針」を取りまとめた。</li> <li>・平成25年6月にリスクコミュニケーションの充実などを踏まえた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を作成し、閣議決定した。</li> <li>・正確な情報提供ができる専門家(コミュニケーター)の養成研修を全国66か所で開催した。</li> <li>・コミュニケーターへの情報提供を目的としたウェブサイトの開設を始め、食品中の放射性物質の現状をまとめた視聴覚教材(DVD)やリーフレットを作成し提供した。</li> <li>・平成25年9月、女優の秋吉久美子さんを「東北未来がんばっぺ大使」に任命し、被災地の生産者の訪問等の活動を行った。</li> <li>・独立法人国民生活センターとの共同で、地方公共団体に放射性物質検査機器を貸与し、平成25年10月時点で全国272の地方公共団体に、386台の配備を決定した。</li> <li>・検査機器を貸与した地方公共団体を対象とした検査方法等の研修会を開催した。</li> <li>・東日本大震災復興特別会計による「地方消費者行政活性化基金」の上積みを行った。</li> <li>・地方消費者行政活性化基金の仕組みを活用し、国が先駆的な政策テーマの1つとして「東京電力福島第一原子力発電所の事故による食品の風評被害の防止」を示し、地方公共団体において事業を実施した。</li> <li>・平成25年8月及び平成26年2月に、インターネットを通じた消費者意識の実態調査を行った。</li> </ul>	消費者理解の増進に必要な措置を講じ、風評被害の払しょくを図る。	○
		⑤合法ハーブ等と称して販売される薬物の取締体制の強化等の推進及び消費者への情報提供・啓発活動の実施	合法ハーブ等と称して販売される薬物に関する啓発ポスターやチラシを消費生活センター等の協力を得て配布。	取締体制の強化等を推進するとともに、消費者への情報提供・啓発活動を実施する。	○
		⑥特定商取引法の適用除外とされた法律などの消費者保護関連法についての、厳正な法執行及び執行状況の公表	厳正な法執行を引き続き実施。	引き続き、関係省庁において、厳正な法執行を行うとともに、執行状況について随時取りまとめ、公表する。	○
		⑦「多重債務問題改善プログラム」及び「借り手の目線に立った10の方策」に基づく方策の実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「地方消費者行政活性化基金」を通じ、弁護士や金融機関等の専門家を講師とした多重債務問題研修の実施等、地方自治体等が行う多重債務者対策の取組を支援した。</li> <li>・平成25年6月に、いわゆる偽装質屋を利用しないよう消費者に向けた注意喚起を実施。</li> </ul>	引き続き、「多重債務問題改善プログラム」及び「借り手の目線に立った10の方策」に基づき、借り手等の実情を踏まえた方策を重層的に実施する。	○

		施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<p>⑧詐欺的商法による新たな消費者被害の事案への制度の運用・整備の在り方についての検討</p>	<p>・未公開株等の取引を利用した事案について、消費者安全法に基づき、社名公表を伴う注意喚起を5回、勧告を2回実施した。 ・政府広報を通じて被害の未然防止に向けた啓発と相談窓口の周知を実施した。 ・既存の法令で対応困難な財産被害事案について、事業者に対する措置等を設けることにより、被害の発生・拡大を防止することを目的とする消費者安全法の一部を改正する法律が第180回通常国会において成立し、平成25年4月1日から施行された。 ・高齢消費者を悪質な電話勧誘から守るためのモデル事業を実施したほか、地方公共団体等が主体的に行う施策の成果も含め、合計20事例を分析・検証し、地方公共団体向けの手引を作成した。 ・消費者の財産被害に係る事態が発生した場合に地方自治体の長等が行うこととすることができる事務の範囲等を定める告示を改正(平成25年4月1日官報公示・同日施行及び平成26年2月17日官報公示・平成26年4月1日施行)。</p>	引き続き、未公開株等の取引等を利用した高齢者などを狙った詐欺的商法による新たな消費者被害の事案について、取締りの強化、注意喚起・普及啓発の強化及び被害の防止・回復の迅速化等に向けた制度の運用・整備の在り方についての検討を適宜行う。
		施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<p>⑨CO2排出権取引への投資に係る状況等の把握、厳正な法執行、普及啓発の強化、効果的な制度及びその運用の在り方についての検討</p>	<p>・様々な方法で消費者への意識啓発を継続するとともに、CO2排出権取引に関係する制度や消費者被害の実態等を踏まえ、効果的な対策を検討した。</p>	CO2排出権取引への投資に係る消費者からの相談、取扱事業者の実態、国内外の取引の状況等の把握に努める。関係省庁と相談の実態や類似の取引に対する規制の状況等について情報共有の場を設けて、厳正な法執行、普及啓発の強化並びに効果的な制度及びその運用の在り方についての検討を実施する。
		施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<p>⑩改正消費者安全法の厳正な執行</p>	<p>平成25年度は、7件の注意喚起及び2件の勧告を行った。</p>	改正消費者安全法を厳正に執行する。
		施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<p>⑪成年後見制度の周知</p>	<p>・平成26年2月に発行した「ハンドブック消費者2014」において、成年後見制度に関する解説をより充実させるなどの工夫を施した。 ・平成25年9月発刊の国民生活センター発行の「くらしの豆知識」2014年版において、「セカンドライフ、どう生きる」と題する章を設け、成年後見制度などを取り上げて分かりやすく解説した。</p>	成年後見制度の周知を図る。
		施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<p>⑫「消費者団体基本調査」の関係省庁等への配付及び生活者・消費者を代表する審議会委員の選任</p>	<p>「消費者団体名簿」を消費者庁ウェブサイトで公表しており、今後も関係府省庁等に情報共有を行っていく。</p>	引き続き、関係府省庁において、審議会委員の選任に当たって、生活者・消費者を代表する委員の選任に努められるよう、消費者庁の消費者団体との情報・意見交換システムの活用等の協力を行う。

⑬消費生活に関するトラブルについて消費生活相談窓口を案内できるような取組の推進	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		25年度	○
⑭消費者政策担当課長会議等の機動的開催	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		25年度	○
⑮インターネット取引に関する消費者問題に係る消費者の安全・安心の確保に向けた施策の実施	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		25年度	○
⑯OECD 会合及び関連作業グループ会合等への積極的参画	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		25年度	○
⑰日中韓等の地域間及び二国間での政策対話の実施等を通じた国際的な連携	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		25年度	○
⑱消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN)等を通じた法執行機関の国際的な連携強化	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		25年度	○

	⑱消費者が主体的に行動することが重要であるような課題に対する積極的な取組を支援する具体的施策の推進	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方消費者行政活性化交付金等を活用し、16 地方公共団体において、消費者に対する食品ロスに関する実態調査や、食品ロスの削減に向けた普及啓発を実施した。</li> <li>・「食品ロス削減に向けた意見交換会」を設置し、意見交換の内容の取りまとめを平成26年3月に消費者庁ウェブサイトで公表した。</li> <li>・消費者庁ウェブサイト上の専用ページ「食べもののムダをなくそうプロジェクト」を通じた情報発信、啓発用パンフレットの作成と消費者団体や地方公共団体などへの配布などを実施した。</li> </ul>	消費者教育・啓発への取組を有効に活用しつつ、積極的な取組を支援する具体的施策を推進する。	○
	⑳「消費者白書」の国会への報告及び国民や関係団体への情報提供	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成25年6月21日に「消費者白書」として国会に報告した。</li> <li>・冊子を作成したほか、消費者庁ウェブサイトにおいて全文及び概要(英語版含む)をPDF形式、HTML形式で公表した。また、電子書籍版も併せて公表した。</li> </ul>	前年度に講じた消費者政策の実施の状況を「消費者白書」として国会に報告するとともに、広く国民や関係団体に情報提供する。	○

評価結果	目標達成度合いの測定結果	<p>目標達成</p> <p>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>
	施策の分析	<p>達成手段(1)「インターネット取引調査等経費」については、効率的に実施され、また、事業で得られた情報を速やかに国民に提供するなど、消費者被害拡大の抑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(2)「消費者政策企画・立案経費」については、おおむね適切に執行されており、また、事業で得られた結果を広く国民に還元する等、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。ただし、平成26年7月に予定されている消費者庁の組織再編により、消費者白書等が消費者政策課の所掌ではなくなることを踏まえた見直しが必要。</p> <p>達成手段(3)「消費者の財産被害に関する情報の集約・分析・対応経費」については、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されており、事業によって得られた情報を速やかに国民に提供するなど、消費者被害抑止に有効的に活用されており、国費投入の必要性は担保されているものと評価できる。</p> <p>達成手段(4)「高齢消費者の二次被害防止モデル事業」については、本モデル事業により、当初予定どおり、地方公共団体向けの事業実施の手引を作成し、提供することができた。</p>
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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。</p> <p>なお、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始めとする課題に取り組む必要があり、引き続き測定指標①～⑳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】</p> <p>測定指標①～⑳について、目標を達成することができた。</p> <p>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⑳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>

学識経験を有する者の知見の活用	<p>・「消費者基本計画の改定素案(平成25年4月)等に対する意見」(平成25年5月28日消費者委員会)</p> <p>・「『消費者白書』及び『消費者安全法に基づく国会報告』への意見」(平成25年6月25日消費者委員会)</p> <p>・「消費者基本計画の実施状況に関する検証・評価及び計画の見直しに向けての意見」(平成26年2月25日消費者委員会)</p> <p>→「消費者基本計画」の検証・評価及び見直し等に、消費者委員会の意見を適切に反映</p> <p>・「目標達成度合いの測定結果」欄において、平成25年度の政策は「目標達成」と位置付けているが、今後に向けた課題はがあれば盛り込むべき。予定されていた取組は実施することができたが、引き続き取り組んでいかなければならない状況であるとの判断であれば、「次期目標等への反映の方向性」欄にその旨の記載が必要である。(平成26年7月23日 消費者庁政策評価有識者委員会)</p> <p>→指摘を踏まえ修正</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>【測定指標①～⑱】</p> <p>施策別整理表(具体的施策の実施状況及び「消費者基本計画」の見直し)(平成26年度「消費者基本計画」の見直しに対するパブリックコメント実施時点版)</p> <p><a href="http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&amp;id=235020005&amp;Mode=1">http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&amp;id=235020005&amp;Mode=1</a></p>
---------------------------	---

担当部局名	消費者政策課	作成責任者名	総括担当 堀江 悠太	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	--------	--------	---------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-②)

施策名	消費生活に関する制度の企画・立案・推進				
<p>施策の概要</p>	<p>1. 集団的消費者被害救済制度の検討 事業者の財産の隠匿又は散逸の防止に関する制度を含め多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益をなくし、被害者を救済するための制度について、適格消費者団体による損害賠償等団体訴訟制度、課徴金制度の活用を含めた幅広い検討を加え、必要な措置を講じる。</p> <p>2. 適格消費者団体の認定、監督、支援 ①適格消費者団体による差止請求関係業務の遂行に必要な資金の確保、情報面における支援措置その他の適格消費者団体に対する支援の在り方について見直しを行い、必要な措置を講じる。 ②地域において適格消費者団体が設立され適切に運営されるように、また、消費者被害の未然防止・拡大防止の観点から、適格消費者団体が業務を円滑に実施できるよう、情報面での支援等を実施する。 ③消費者団体訴訟制度が濫用・悪用されないよう適格消費者団体の認定及び監督を適正に行う。</p> <p>3. 消費者契約法の運用・見直し ①消費者契約法に関し、消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方について、民法(債権関係)改正の議論と連携して検討する。 ②消費者団体訴訟制度における差止訴訟の対象について、適格消費者団体による活用状況を踏まえつつ、そ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 公益通報者保護法について、法の周知・啓発を引き続き図り、事業者や行政機関における公益通報窓口の整備等を促進する。</p>				
<p>達成すべき目標</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>施策の予算額・執行額等</p>	<p>区分</p>	<p>23年度</p>	<p>24年度</p>	<p>25年度</p>	<p>26年度</p>
<p>予算の状況(百万円)</p>	<p>当初予算(a)</p>	<p>76</p>	<p>89</p>	<p>78</p>	<p>79</p>
<p>補正予算(b)</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>-1</p>	<p>0</p>	<p>0</p>
<p>繰越し等(c)</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>
<p>合計(a+b+c)</p>	<p>76</p>	<p>76</p>	<p>87</p>	<p>78</p>	<p>78</p>
<p>執行額(百万円)</p>	<p>40</p>	<p>40</p>	<p>67</p>	<p>52</p>	<p>52</p>
<p>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)</p>	<p>○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 42, 109, 110, 127, 128, 130 ○消費者行政推進基本計画(平成20年6月27日閣議決定)「被害者救済のための法的措置の検討を進める。</p>				

		施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度		
測定指標	①消費者契約法の規定の在り方についての検討状況	—	・法務省「法制審議会民法(債権関係)部会」への出席・発言 ・有識者等へのヒアリングの実施	・法務省「法制審議会民法(債権関係)部会」への出席・発言 ・消費者契約に関する裁判例の収集・分析結果の公表 ・有識者等へのヒアリングの実施	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」の会合への出席、法務省における「法制審議会民法(債権関係)部会」へ関係官としての出席及び平成25年2月26日に取りまとめられた民法(債権関係)改正に関する中間試案とそれに係る意見募集において寄せられた意見等を踏まえて、消費者契約法の規定の在り方について検討を行う。	○	
		24年度	25年度				
		・法務省「法制審議会民法(債権関係)部会」への出席・発言 ・消費者委員会「消費者契約法に関する調査作業チーム」の会合への出席 ・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うため、「消費者契約法の運用状況に関する検討会」を設置・開催(平成26年度も引き続き実施。)					
測定指標	②消費者がアクセスしやすい公益通報者保護制度相談ダイヤルの運営(1か月当たりの受付件数)	実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度		
		約63.5件/月	約93.8件/月	約83.0件/月	消費者からの情報・相談を受け付ける体制の整備を継続的に実施。		○
		24年度	25年度				
約68.6件/月	約69.8件/月						
測定指標	③消費者がアクセスしやすい個人情報保護法質問ダイヤルの運営(1か月当たりの受付件数)	実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度		
		約274件/月	約305件/月	約253件/月	消費者からの情報・相談を受け付ける体制の整備を継続的に実施。		○
		24年度	25年度				
約234件/月	約222件/月						
測定指標	④集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の検討、周知・広報状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度		
		集団的消費者被害制度研究会の開催	・集団的消費者被害制度研究会の開催・取りまとめ ・消費者委員会集団的消費者被害救済制度専門調査会への出席・資料提供	・消費者委員会集団的消費者被害救済制度専門調査会への出席・資料提供 ・集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子の公表・意見募集の実施	「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」を早期に国会に提出する。法案成立後においては、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。		○
		24年度	25年度				
「集団的消費者被害回復に係る訴訟制度案」の公表・意見募集の実施	・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の国会提出(4月) ・法案成立後(12月)において、施行に向けた準備(政令・内閣府令・ガイドラインの策定に向けた検討)及び新制度の周知・広報を実施						



		施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					25年度		
⑤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の検討状況		<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者の財産被害に係る行政手法研究会の開催・取りまとめ</li> <li>・景品表示法への課徴金制度導入について消費者委員会に諮問</li> <li>・消費者委員会(専門調査会)への出席・資料提供</li> </ul>			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。	○	
⑥適格消費者団体との意見交換回数		実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度	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。	○
		—	9回	3回			
		24年度	25年度				
12回	14回						
⑦認定NPO法人の認定を受けた適格消費者団体数		実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度	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。	—
		—	1団体	1団体			
		24年度	25年度				
1団体(仮認定)	0団体						
⑧(消費者団体訴訟制度に係る)判決等の公表件数		実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度	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。	○
		6件	6件	11件			
		24年度	25年度				
14件	15件						
⑨(消費者団体訴訟制度に係る)普及啓発事業の実施状況		実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度	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。	○
		—	3回	2回			
		24年度	25年度				
5回	6回						
⑩適格消費者団体に対する調査・事情聴取の実施状況		実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度	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。	○
		8件	9件	4件			
		24年度	25年度				
10件	11件						
⑪(消費者団体の認定・認定の有効期間更新に係る)申請を受けてから認定までに要した期間の平均		実績値			目標	達成	
		21年度	22年度	23年度	25年度	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。	○
		90日(認定1件)	約70日(認定1件、更新5件)	約59日(認定1件、更新2件)			
		24年度	25年度				
約65日(認定1件、更新2件)	49日(更新5件)						

⑫PIO-NET端末の設置 についての検討状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	・関係者との調整を含め、 利用可能となるように具体 策を検討中			25年度	—
⑬公益通報者保護法説明 会の回数・参加者数・満足 度	実績値			目標	達成
	21年度	22年度	23年度	25年度	○
	開催回 数: 5回 参加者 数: 635名 「有益で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 83.8%	開催回 数: 5回 参加者 数: 566名 「有益で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 91.3%	開催回 数: 5回 参加者 数: 429名 「有益で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 86.0%	説明会の実施や広報資料の 配布によって、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。	
	24年度	25年度			
開催回 数: 3回 参加者 数: 383名 「有益で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 86.3%	開催回数:3回 参加者数:257名 内部通報制度の 整備の必要性を 感じた」と回答した 出席者の割合: 95.0%				
⑭行政機関向け公益通報 研修会の回数・参加者数・ 満足度	実績値			目標	達成
	21年度	22年度	23年度	25年度	○
	開催回 数: 1回 参加者 数: 115名 「有意義で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 88.0%	開催回 数: 5回 参加者 数: 426名 「有意義で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 90.0%	開催回 数: 5回 参加者 数: 321名 「有意義で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 89.0%	説明会の実施や広報資料の 配布によって、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。	
	24年度	25年度			
開催回 数: 1回 参加者 数: 150名 「有意義で あった」等 と回答した 出席者の 割合: 90.9%	開催回数:4回 参加者数:98名 「有意義であった」 等と回答した出席 者の割合:92.2%				
⑮行政機関における通 報・相談窓口の設置率	実績値			目標	達成
	21年度	22年度	23年度	25年度	○
	府省庁: 100% 都道府 県: 100% 市区町 村: 40.1%	府省庁: 100% 都道府 県: 100% 市区町 村: 44.7%	府省庁: 100% 都道府 県: 100% 市区町 村: 47.3%	説明会の実施や広報資料の 配布によって、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。	
	24年度	25年度			
府省庁: 100% 都道府 県: 100% 市区町 村: 49.2%	府省庁:100% 都道府県:100% 市区町村:50.1%				

		実績値			目標	達成
		21年度	22年度	23年度	25年度	
⑩消費者委員会(専門調査会)の検討を踏まえた取組(公益通報者保護制度)	—		国の行政機関の通報処理ガイドラインを一部改正	「民間事業者における内部通報制度に係る規程集」の取りまとめ	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。	○
		24年度	25年度			
		「公益通報者保護制度に関する実態調査」の実施。	・実態調査結果を消費者委員会に報告 ・制度の周知啓発を図るためのシンポジウム(『お客様と社員の声が企業を救うシンポジウム』)を開催			

評価結果	目標達成度合いの測定結果	<p>相当程度進展あり</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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>
	施策の分析	<p>多数の消費者に被害を生じさせた者の不当な収益をなく奪し、被害を救済するための制度の検討は、消費者被害は同種被害が多発する傾向があり、個々の消費者が個別に訴えを提起することが困難であること、消費者被害の発生・拡大の防止が重要であること等に鑑みると、消費者利益の擁護の実効性を高めるために必要である。</p> <p>また、適格消費者団体は消費者契約法等に違反する事業者の不当行為に対する差止請求を行う役割を担っており、当該団体の認定、監督、支援する業務は、消費者被害の未然防止・拡大防止のために必要である。</p> <p>さらに、公益通報者保護制度の周知・啓発、内部通報制度の導入を促進を目的とした説明会等の実施は、企業不祥事による国民への被害拡大を防止するために必要である。</p>
	次期目標等への反映の方向性	<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。</p> <p>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>

学識経験を有する者の知見の活用	<p>・政策の効果を実績値で定量的に計っていることは評価できるが、目標値や基準値が設定されていないため、実績値と達成度合いの因果関係を明らかにすべき。(平成26年7月23日 消費者庁政策評価有識者委員会)</p> <p>→指摘を踏まえ修正</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	
---------------------------	--

担当部局名	消費者制度課	作成責任者名	総括担当 高橋 理人	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	--------	--------	---------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-③)

施策名	個人情報保護に関する施策の推進					
施策の概要	誰もが安心して高度情報通信社会の便益を享受するための制度的基盤である「個人情報の保護に関する法律」(平成15年法律第57号)の円滑な施行のため、関係行政機関、地方公共団体と密接に連携しつつ法制度の普及・定着を図るとともに、個人情報保護法制の国際的な協調を図り、我が国の制度について国際的な理解を深めるための取組を実施。					
達成すべき目標	「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。					
施策の予算額・執行額等	区分	23年度	24年度	25年度	26年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	43	30	26	24
		補正予算(b)	—	-0.08	—	
		繰越し等(c)	—	—	—	
		合計(a+b+c)	43	30	26	
執行額(百万円)	36	19	17			
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)	○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 165, 166, 177					

測定指標	内容	実績値			目標	達成
		21年度	22年度	23年度	25年度	
測定指標	①個人情報保護法に関する説明会(開催場所)	13か所	13か所	13か所	法制度の周知徹底、苦情の円滑な処理の推進等を図る。	○
		24年度	25年度			
		13か所	12か所			
	②個人情報保護法に関する説明会(参加者数)	3,307人	3,123人	3,057人	法制度の周知徹底、苦情の円滑な処理の推進等を図る。	×
24年度		25年度				
3,077人		2,492人				
③個人情報保護法に関する説明会(肯定的評価(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)の割合)	87%	90%	80%	法制度の周知徹底、苦情の円滑な処理の推進等を図る。	○	
	24年度	25年度				
	87%	89%				
④消費者委員会又はその専門調査会において個人情報保護法に関連する議題が取り上げられた回数	1回	5回	6回	消費者委員会における法改正も視野に入れた問題点についての審議に協力し、その審議の結果を踏まえ検討する。	○	
	24年度	25年度				
	1回	3回				
⑤IT総合戦略本部の下に設置される新たな検討組織による検討への協力回数	5回			IT総合戦略本部の下に設置される新たな検討組織による検討に協力する。	○	

評価結果	目標達成度合いの測定結果	<p>相当程度進展あり</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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>
	施策の分析	<p>個人情報保護法に関する説明会では、開催回数及び参加者数は減ったものの、引き続き多くの方の参加があったことに加え、地方公共団体の職員、事業者、自治会関係者、学校関係者等、様々な分野から参加されており、法制度の普及・啓発に寄与していると考えられる。</p> <p>個人情報保護法の見直しに当たっては、内閣官房への日常的な情報提供等も含め検討に協力し、平成25年12月のIT総合戦略本部における「パーソナルデータの利活用に関する制度見直し方針」の決定及びその後の検討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	<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。</p> <p>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>

学識経験を有する者の知見の活用	<p>・政策の効果を実績値で定量的に計っていることは評価できるが、目標値や基準値が設定されていないため、実績値と達成度合いの因果関係を明らかにすべき。特に、測定指標①②については、平成24年度に比べて実績値が縮減しているにも関わらず、平成25年度は「目標達成」と位置付けられているため、その根拠を記載することが必要である。(平成26年7月23日 消費者庁政策評価有識者委員会)</p> <p>→指摘を踏まえ修正</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	
---------------------------	--

担当部局名	消費者制度課	作成責任者名	個人情報保護担当 原田 卓	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-④)

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	<p>○教育 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」第9条の規定に基づき、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を策定するとともに、第19条の規定に基づき設置した「消費者教育推進会議」を開催し、委員相互の情報の交換及び調整を行い、消費者教育を総合的、体系的、効果的に推進する。 消費者教育の基盤整備として、消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約して提供している消費者教育ポータルサイトをより充実させるため、随時、掲載情報件数等の拡充を行う。 消費者教育体系イメージマップにおける、幼児期から高齢期までのライフステージ、「消費者市民社会の構築」などの4つの領域ごとに対応した消費者教育用副教材を作成する。</p> <p>○普及啓発 各地の消費者支援活動を推進するため、消費者支援活動に極めて顕著な功績のあった個人又は団体に対して、功績をたたえ顕彰する。 消費者トラブルの減少を図るとともに消費者が主役となる社会づくりに向けた機運を高めるため、5月の消費者月間に、消費者庁、地方自治体、事業者及び民間団体等が消費者問題に関する事業を集中的に実施し、消費生活に関する知識等の普及啓発を推進する。 高齢者及び障害者の消費者トラブルの防止等を図るため、高齢者、障害者及び周りの方々に対し消費者トラブルに関する情報提供等を行う仕組みを構築する。 子どもの不慮の事故の減少への寄与を図るため、子どもの事故防止に関する注意喚起情報等を発信するとともに、「子どもを事故から守る！プロジェクト」を推進する。</p>					
達成すべき目標	<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>					
施策の予算額・執行額等	区分		23年度	24年度	25年度	26年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	75	75	59	55
		補正予算(b)	-	-0.2	-0.9	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	75	75	58	
執行額(百万円)		37	23	37		
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)	<p>○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 9, 87, 87-2, 88, 90, 94, 96, 97, 105, 129, 135</p> <p>○消費者行政推進基本計画(平成20年6月27日閣議決定)(抄)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育や啓発に係る地方支援、(中略)などに取り組む。</li> <li>・国がこれまで行ってきた直轄事業(PIO-NETの整備、研修、消費者教育や啓発への支援等)についても充実する。</li> </ul>					

測定指標	①メール配信サービス「子ども安全メールfrom消費者庁」の登録者数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		目標未達となったが、目標値は中長期的な目標でやや高めの指標。目標値を毎年度ロールオーバーしている。ただし、平成25年度実績は26,321件(平成26年3月27日まで)と、前年度対比で +2,728件の増加と、引き続き増加傾向をたどっている。			25年度	
		21年度	22年度	23年度	登録者数30,000件	
		-	6,222	20,200		
		24年度	25年度			
23,593	26,321					

測定指標

②消費者教育推進会議等の開催	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
	消費者教育推進会議は5回、消費者市民育成、情報利用促進、地域連携推進の3小委員会は各3回実施。総計14回と、3小委員会の立上げを受け、前年度(4回)対比で大幅増。平成25年3月の第6回推進会議では、各小委員会の進捗状況を報告したが、各小委員会とも具体策を提案できる段階にまでは至っておらず、議論を継続中。	25年度	消費者教育の推進に関する基本的な方針等を踏まえ、消費者教育推進会議及び小委員会等を開催し、消費者教育推進のための具体策を提案する。	△	
	21年度	22年度			23年度
	-	3			11
	24年度	25年度			
4	14				
③消費者教育ポータルサイト上の提供情報	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
	平成24年度末の消費者教育ポータルサイトのリニューアルに伴い、既存情報の更新などを行ったという特殊要因もあって、平成25年度の新規・更新件数は約950件と前年度(100件)を大幅に上回った。この特殊要因を除いても、前向きな新規・更新案件も相応に実績が上がっており、情報提供の拡充及び充実を図っている。また、ポータルサイトの双方向化についても、検討をはじめている。	25年度	消費者教育に関する情報と知見の共有化を目指して、消費者教育ポータルサイトの適切な運用を行うとともに、教材や取組等の情報提供の拡充及び充実を図る。また、消費者教育ポータルサイトの双方向化についての検討などを行う。	○	
	21年度	22年度			23年度
	-	150			640
	24年度	25年度			
100	950				
④消費者教育推進体制整備の促進に関する文部科学省との連携	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
	平成25年度は、全国3ブロック(北海道、関東、中部)において、文部科学省の「消費者教育フェスタ」と、消費者庁の「地方消費者グループ・フォーラム」を連携開催するなどして、消費者教育の推進体制の整備を促進している。	25年度	消費者庁及び文部科学省が密接に連携し、消費者教育を推進するために、地方公共団体において教育委員会と消費者行政担当部局との連携を図るなど消費者教育の推進体制の整備を促進することとする。	○	
⑤副教材の作成、副教材作成委員会の開催等	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
	作成委員会は開催しなかったものの、副教材については、外部専門家の協力を得て、高齢者・障害者の消費者被害防止のための見守りの担い手向け視聴覚教材など2件を作成。なお、同副教材については、担い手関係者からの反響が大きく、当庁からの貸出分については予約待ちの状況。	25年度	消費者教育の体系イメージマップの幼児期から高齢期までのライフステージ、対象領域ごとの目標に対応した副教材を作成し、消費者教育ポータルサイトにて提供することにより消費者教育の推進を行う。	○	

測定指標	⑥食育等に関する啓発資料等の配布(件数)	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
		第8回食育推進全国大会において、①食品と放射能(1,260部)、②食品表示(700部)、③フードロス(600部)に関するパンフレットを配布。①と②に関する配布資料の種類を拡充した結果、配布部数は2,560部と前年度(1,400部)を大きく上回っているなど、正確な情報提供等を推進した。	25年度	○		
		21年度	22年度		23年度	
		-	300		1,400	
24年度	25年度					
		1,400	2,650			
測定指標	⑦消費者団体との意見交換会の開催(回数)	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
		平成25年度より、地方開催を拡充し、地方の声を拾いやすくするなど質的向上を重視したため、消費者団体との意見交換会の実施回数は7回と、前年度(9回)よりやや減少。ただし、積極的な地方展開の結果、目標値(6回)を上回った。	25年度	○		
		21年度	22年度		23年度	
		1	2		1	
24年度	25年度					
		9	7			
測定指標	⑧消費者団体を実施するシンポジウム等への出席(回数)	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
		消費者団体が実施するシンポジウム等への出席状況は18件と、形式的には目標未達。これは、地方での意見交換会の展開などに伴い、シンポジウム以外での意見交換の場を拡充していることが影響。	25年度	△		
		21年度	22年度		23年度	
		-	33		49	
24年度	25年度					
		23	18			
測定指標	⑨国家公務員に対し、消費生活センター等における窓口業務を体験させる研修の実施(回数・参加者数)	施策の進捗状況(実績)	目標	達成		
		研修回数は3回と前年度並み。参加者は82名と前年度(64名)を上回った。	25年度	○		
		(回数)	21年度		22年度	23年度
		5	5		2	
24年度	25年度					
		3	3			
		(参加者数)	21年度	22年度	23年度	
		97	66	49		
		24年度	25年度			
		64	82			



評価結果	目標達成度合いの測定結果	<p>相当程度進展あり</p> <p>本施策の成果は、だま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。</p> <p>したがって、施策は「相当程度進展あり」と判断した。</p>
	施策の分析	<p>(想定外の事項、未達成となった要因)</p> <p>測定指標①については、施策の性格上、目標値は中長期的な目標でやや高めの指標(目標値を毎年度ロールオーバー)としているため、目標未達となった。ただし、実績は増加傾向をたどっており、施策の趣旨を鑑みれば、前向きに評価すべきもの。</p> <p>測定指標②については、消費者教育推進会議の下に、消費者市民育成、情報利用促進、地域連携推進の3小委員会を設置し、消費者教育推進のための具体策等に関する議論を進めているが、各小委員会で取り組んでいる課題は、消費者教育に係る枠組みづくりなど、そもそも新たな試みで時間を要する案件等が多く、1年間で方向性をまとめる段階にまで到達することは困難であった。この結果、平成25年3月の第6回推進会議では、各小委員会の進捗状況の報告にとどまり、議論を継続中。</p> <p>測定指標⑧については、消費者団体が実施するシンポジウム等への出席状況についてであるが、団体からの出席依頼がやや落ち込んだことから、形式的には計画未達となった。ただし、地方での意見交換会の展開などが、こうした動きを補完しており、施策の趣旨を鑑みれば、前向きに評価すべきもの。</p>
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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】</p> <p>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>

学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・測定指標①の子ども安全メールの登録者数については、増勢テンポが緩やかになってきていることから、登録者数を増加させるための方策を再度考える必要がある。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会)</li> <li>・測定指標③消費者教育ポータルサイトの情報更新件数について、平成25年度は表面上大幅増となっているが、これはサイトのリニューアルに伴う既存情報の形式的な更新もカウントされているといった特殊要因によるもの。こうした特殊要因については、「施策の進捗状況」欄に補足的に説明が必要である。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> <li>・測定指標⑥については、配布資料の種類を拡充した結果、配布部数も増加したとのことだが、指標として統一性についても配慮しておく余地がある。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会)</li> <li>・測定指標⑨は、どのクラスの人材を対象に何を狙いとした施策なのかが分かり難いため、研修の対象者と狙いについても補足しておくべきである。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> </ul>
-----------------	--

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	
---------------------------	--

担当部局名	消費者教育・地方協力課	作成責任者名	消費者教育担当 角倉 伊織	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	-------------	--------	------------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-⑤)

施策名	物価対策の推進					
施策の概要	各種公共料金の改定等の内容について、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べく所要の調整を行う。また、内外価格差など公共料金に関する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、物価担当官会議を開催し、関係府省連携の下で生活関連物資等の価格動向の調査・監視や需給・価格動向について、国民への情報提供を行う。					
達成すべき目標	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。					
施策の予算額・執行額等	区分	23年度	24年度	25年度	26年度	
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	12	16	45	54
		補正予算(b)	-	-1	-1	/
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	12	16	44	
執行額(百万円)	7	10	34			
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)	○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 67-2					

測定指標	<p>1. 消費者基本計画 施策番号67-2</p> <p>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を保つ観点から、以下の施策について検討し、取り組めます。</p> <p>①所管省庁における公共料金等に係る情報公開の実施状況についてフォローアップ ②公共料金等の決定過程で開催される公聴会や審議会における消費者参画の実質的な確保 ③据置きが続いている公共料金等を含め料金の妥当性を継続的に検証する具体的方法の検討と実施</p>	<p style="text-align: center;">施策の進捗状況(実績)</p> <p>②及び③について、平成24年11月に設置された消費者委員会の公共料金等専門調査会において、本施策の進捗状況や専門調査会での議論を踏まえて、平成25年7月に今後取り組むべき課題と検討すべき論点を示した「公共料金等専門調査会報告」を取りまとめた。</p>	<p style="text-align: center;">目標 25年度</p> <p>消費者委員会を活用して、②「消費者参画の実質的な確保」の実施に向けた所管省庁の取組状況に関するフォローアップに向けた作業、③「料金妥当性の検証」の検討に資する材料を整理する。</p> <p>(「①公共料金等に係る情報公開の実施状況フォローアップ」は、平成24年度に消費者委員会で設置された公共料金等専門調査会による各省庁ヒアリング等を行ったことにより実施済み。)</p>	達成 ○
		<p>2. 内外価格差など公共料金に関する調査及び消費者への情報提供</p>	<p style="text-align: center;">施策の進捗状況(実績)</p> <p>公共料金に関する内外価格差等調査を行い、ウェブサイトを通じて消費者への情報提供を行った。</p>	<p style="text-align: center;">目標 25年度</p> <p>内外価格差など公共料金に関する調査を行い、ウェブサイトを通じた消費者への情報提供を行う。</p>

評価結果	目標達成度合いの測定結果	<p>目標達成</p> <p>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>
	施策の分析	<p>測定指標1. については、公共料金等専門調査会における議論のほか、電気料金の値上げ申請に対処する中で得られた論点を踏まえることにより、今後取り組むべき課題と検討すべき論点を整理することができた。</p> <p>測定指標2. については、公共料金に関する内外価格差等調査を予定通り実施することができた。</p>
	次期目標等への反映の方向性	<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。</p> <p>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>

学識経験を有する者の知見の活用	<p>・平成24年度から平成25年度に向けて予算額・執行額ともに大幅にアップしている理由が、評価書の記載からは読み取れない。消費増税の関係で便乗値上げへの対応が今後数年続くのであれば、「次期目標等への反映の方向性」に記載すべき。また、平成26年度事前分析表作成の際にも、そのような事情を反映した事前分析を行うことが必要である。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会)</p> <p>→指摘を踏まえ修正</p> <p>・「目標達成度合いの測定結果」欄において、平成25年度の政策は「目標達成」とされているが、今後に向けた課題は全くないとの判断か。予定されていた取組は実施することができたという意味で「目標達成」と位置付けたとしても、引き続き取り組んでいかなければならない状況であるとの判断であれば、「次期目標等への反映の方向性」欄にその旨の記載が必要である。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会)</p> <p>→指摘を踏まえ修正</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	-
---------------------------	---

担当部局名	消費者調査課	作成責任者名	物価担当 阿部 龍一郎	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	--------	--------	----------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-⑥)

<p>施策名</p>	<p>地方消費者行政の推進</p>																																					
<p>施策の概要</p>	<p>地方消費者行政の課題、消費者庁としての取組及び地方公共団体への期待をまとめた「地方消費者行政の充実・強化のための指針」に基づく施策を、着実に推進していく。                  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などの望ましい姿や、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や内閣府消費者委員会における審議を踏まえ、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」の実施を通じ、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実施し、消費生活センターや相談窓口の周知徹底に努める。</p>																																					
<p>達成すべき目標</p>	<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>施策の予算額・執行額等</p>	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:10%;"></th> <th style="width:15%;">区分</th> <th style="width:15%;">23年度</th> <th style="width:15%;">24年度</th> <th style="width:15%;">25年度</th> <th style="width:15%;">26年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4" style="text-align: center; vertical-align: middle;">予算の 状況 (百万 円)</td> <td>当初予算(a)</td> <td style="text-align: right;">241</td> <td style="text-align: right;">1,068</td> <td style="text-align: right;">1,373</td> <td style="text-align: right;">3,853</td> </tr> <tr> <td>補正予算(b)</td> <td style="text-align: right;">109</td> <td style="text-align: right;">6019 ※1</td> <td style="text-align: right;">1499 ※2</td> <td></td> </tr> <tr> <td>繰越し等(c)</td> <td style="text-align: right;">0</td> <td style="text-align: right;">109</td> <td style="text-align: right;">0</td> <td></td> </tr> <tr> <td>合計(a+b+c)</td> <td style="text-align: right;">350</td> <td style="text-align: right;">7,196</td> <td style="text-align: right;">2,872</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">執行額(百万円)</td> <td style="text-align: right;">137</td> <td style="text-align: right;">7,104</td> <td style="text-align: right;">2,862</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>						区分	23年度	24年度	25年度	26年度	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	241	1,068	1,373	3,853	補正予算(b)	109	6019 ※1	1499 ※2		繰越し等(c)	0	109	0		合計(a+b+c)	350	7,196	2,872		執行額(百万円)		137	7,104	2,862	
		区分	23年度	24年度	25年度	26年度																																
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	241	1,068	1,373	3,853																																
		補正予算(b)	109	6019 ※1	1499 ※2																																	
		繰越し等(c)	0	109	0																																	
合計(a+b+c)		350	7,196	2,872																																		
執行額(百万円)		137	7,104	2,862																																		
<p>※1 24年度補正内訳                  ・地方消費者強制活性化交付金 6,020百万円計上                  ・諸謝金、非常勤手当 0.6百万円修正減少                  ※2 25年度補正内訳                  ・地方消費者行政活性化交付金 1,500百万円計上                  ・非常勤手当 0.5百万円修正減少</p>																																						
<p>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>	<p>○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 2, 3, 4, 5・6, 7, 12, 13-2-3, 13-4, 20, 21, 38, 168                  ○消費者行政推進基本計画(平成20年6月27日閣議決定)                  ・地方の消費生活センター及び国民生活センターを高齢者を含め全ての消費者が何でも相談でき、誰もがアクセスしやすい一元的な消費者相談窓口と位置付け、全国ネットワークを構築する。                  ○日本再生戦略(平成24年7月31日閣議決定)                  ・地方消費者行政の充実・強化に向けた新たな支援策の検討・結論、支援の推進&lt;2012年度に実施すべき事項&gt;                  ・地方消費者行政の更なる充実・強化に向けた支援の推進(消費生活相談や法執行体制の整備・充実、消費者団体等の多様な主体との連携強化、消費者教育の充実等への支援)                  ・市町村における消費者生活相談体制の人口カバー率:100%&lt;2015年度までに実施すべき事項&gt;                  ・消費者被害に遭ってもどこにも相談しなかった人の割合を減少させる&lt;2020年までに実現すべき成果目標&gt;                  ○第183国会内閣総理大臣施政方針演説                  ・地方の相談窓口の充実や監視強化などによって、消費者の安全・安心を確保                  ○経済財政運営と改革の基本方針(平成25年6月14日閣議決定)第2章5                  ・消費者が安心して相談できる環境の整備等を推進することにより、消費者の安全・安心を確保</p>																																					

測定指標	消費者基本計画 施策番号1番 ①国民生活センターと連携して、全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)の刷新を円滑に実施します。 ②PIO-NETに関し、相談員の入力負担の軽減や情報分析機能の向上に資するため、国民生活センターと連携して、複雑なキーワードを付与する方式の見直しによる検索の効率化や、新たな技術の導入による入力負担の軽減など抜本的な刷新に取り組みます。 ③国におけるPIO-NET端末の設置基準に関する検討を踏まえ、国民生活センターと連携して、関係機関にこれを追加配備します。	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成	
	1 検討会での検討状況	平成26年1月に「PIO-NET刷新に関する検討会」の意見を踏まえ、PIO-NETシステム業務・システム最適化計画を策定した。	「PIO-NET刷新に関する検討会」中間報告を踏まえ、現場での相談にもっと役立つものにするなどをして、引き続き、PIO-NET刷新に向けた作業を進めていく。	○	
	消費者基本計画 施策番号109番 消費者からの情報・相談を受け付ける体制を整備します。	2 消費者ホットラインの運営(利用件数)	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
			消費者からの情報・相談を受け付ける体制の整備を継続的に実施。 引き続き、効率化を図りながら、一元的な電話番号で消費者からの情報・相談を受け付ける体制の整備を、消費者の利便に資する形で実施する。	21年度 22年度 23年度 63,513件 (22年1月から開始) 232,475件 236,082件 24年度 25年度 242,015件 308,519件	○
	消費者基本計画 施策番号111番 多重債務者対策について、相談窓口の高度化など地方公共団体による地方消費者行政としての取組に対する支援を行います	3 「地方消費者行政活性化基金」を通じた専門家の活用	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
	4 消費生活相談員等を対象とした国民生活センターでの研修の実施(回数)		地方公共団体主催の会議出席など、機会を捉えて各地域での取組について周知を行った。 「地方消費者行政活性化基金」などの活用例の紹介等を通じ、地方公共団体における取組が効果的に図られるよう引き続き支援していく。	○	
			施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
			消費生活相談員等を対象とする研修などを通じた支援を行った。 なお、研修についてはニーズに応じて研修回数を検討しているところ、平成24年度までは消費生活相談員養成講座において多重債務に係る研修も実施していたため、平成25年度と比較して回数が多くなっている。	相談員等のニーズを踏まえ、適切に研修を実施する。	○
			21年度 22年度 23年度 9回 17回 8回 24年度 25年度 3回 1回		

消費者基本計画 施策番号121・122番	5 消費者庁職員による「現場」との意見交換(回数)	施策の進捗状況(実績)	目標	達成	
		全国10ブロックの各担当(1名)が月1回程度は「現場」に出向き、意見交換を行った。	25年度	○	
		21年度 22年度 23年度	全国10ブロックの各担当(1名)が月1回程度は「現場」に出向き、意見交換を行う。		
		84回 163回 189回			
		24年度 25年度			
214回 175回					
6 「地方消費者行政活性化基金」終了後の財源の確保	6 「地方消費者行政活性化基金」終了後の財源の確保	施策の進捗状況(実績)	目標	達成	
		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、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。	25年度	○	
		・平成26年度以降においても地方消費者行政における地方公共団体の積極的な取組を下支えする支援の在り方を検討するとともに、財源の確保に向けて検討を行う。 ・基金等により整備した消費者行政体制の自主財源による安定的な維持・充実を働きかける。			
		施策の進捗状況(実績)	目標		達成
		特定商取引法及び景品表示法を中心に、執行実務に必要な基礎知識の習得を目的とした「執行初任者研修」及び執行に必要な実務スキルの向上を目指した「執行専門研修」を実施し、執行力の強化を図った。	25年度		○
引き続き、執行研修の開催により担当職員の一層の専門性の向上を図る。					
施策の進捗状況(実績)	目標	達成			
・地元自治体からの要請等、地元ニーズを踏まえつつ、被災地における相談窓口に各分野の専門家(弁護士、司法書士、行政書士、税理士等)を派遣し、被災者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った。 ・地元自治体からの要請等、地元ニーズを踏まえつつ、(独)国民生活センターと連携して、消費者の安全・安心の確保に向け、地方自治体における食品等の放射性物質検査機器の貸与を引き続き実施した。 ・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、震災・原発事故を受けた緊急対応(復旧・復興に向けた消費者行政機能の回復・強化や食品の放射性物質検査等)により、被災4県では基金の取崩し額に不足が見込まれるため、平成25年度予算において積み増し要求を行った。	25年度	○			
・地元自治体からの要請等、地元ニーズを踏まえつつ、(独)国民生活センターと連携して、消費者の安全・安心の確保に向け、地方自治体における食品等の放射性物質検査体制整備を支援する。 ・被災4県に対する震災・原発事故を受けた緊急対応のための財政支援を引き続き実施する。					

消費者基本計画施策番号 122-2番 9 検討会での検討状況	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
	消費生活相談員資格の法的 位置付けの明確化等の 具体化に向けて必要な事項 について検討を行い、平成 26年3月消費生活相談員資 格を明確に法律に位置付け ることを盛り込んだ「不当景 品類及び不当表示防止法 等の一部を改正する等の法 律案」を国会に提出した。	消費生活相談員資格の法的 位置付けの明確化等の具体 化に向けて必要な事項につ いて検討を行い、平成26年 度中に消費生活相談員資格 を明確に法律に位置付ける ことを盛り込んだ「不当景 品類及び不当表示防止法等 の一部を改正する等の法律案」 を国会に提出する。	○
消費者基本計画施策番号 123番 10 消費者ホットラインの 運営(利用件数)	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
	消費生活センターや相談窓 口の周知徹底を行った。	引き続き、効率化を図りなが ら、一元的な電話番号で消 費者からの情報・相談を受け 付ける体制の整備を、消費 者の利便に資する形で実施 する。	○
	21年度   22年度   23年度		
	63,513件   232,475件   236,082件		
	24年度   25年度		
242,015件   308,519件			
11 消費者ホットライン接 続自治体の拡大(自治体 数)	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
	直接接続できる消費生活セ ンターや相談窓口を増加さ せた。(以下の数値は、案 内している消費生活セン ター等の累計数)	直接接続できる消費生活セ ンターや相談窓口をさらに増 やす。	○
	21年度   22年度   23年度		
	1,166   1,194   1,245		
	24年度   25年度		
1,351   1,363			
消費者基本計画施策番号 124番 12 消費者行政ブロック会 議の開催(回数)	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
	消費者行政ブロック会議を 全国6ブロックにおいて、各 1回開催した。	引き続き開催する。開催に当 たっては、必要に応じて改善 等を行いながら、より良い形 で開催する。	○
	21年度   22年度   23年度		
	6回   6回   6回		
	24年度   25年度		
6回   6回			
13 執行専門研修の開催	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
	特定商取引法及び景品表 示法を中心に、執行実務に 必要となる基礎知識の習得 を目的とした「執行初任者 研修」及び執行に必要な実 務スキルの向上を目指した 「執行専門研修」を実施し、 執行力の強化を図った。	引き続き、執行研修の開催 により担当職員の一層の専 門性の向上を図る。	○

消費者基本計画施策番号 126番 14 消費者庁職員による 「現場」との意見交換(回数)	施策の進捗状況(実績)	目標	達成				
		25年度		○			
		全国10ブロックの各担当(1名)が月1回程度は「現場」に出向き、意見交換を行った。			全国10ブロックの各担当(1名)が月1回程度は「現場」に出向き、意見交換を行う。		
		21年度				22年度	23年度
		84回				163回	189回
24年度	25年度						
214回	175回						
15 「東日本大震災」における自治体へのバックアップの情報共有の状況	施策の進捗状況(実績)	目標	達成				
		25年度		○			
		・「地方消費者行政活性化基金」の上積みについて全国説明会を実施したほか、被災県において、専門家派遣事業の実施主体の円滑な移行のための説明会を実施した。 ・放射性物質検査機器の貸与開始にあたり、機器の操作に関する研修会を13回開催した。			消費者行政ブロック会議や各種説明会を通じて、震災への対応状況等について説明し、情報共有を図る。		
		21年度				22年度	23年度
		-				33回	49回
24年度	25年度						
40回	49回						
消費者基本計画施策番号 129番 16 消費者団体が実施するシンポジウム等への出席	施策の進捗状況(実績)	目標	達成				
		25年度		○			
		消費者団体との継続的な意見交換の実施、消費者団体が実施するシンポジウム等への出席を通じて消費者団体の要望・意見聴取した。			引き続き積極的に出席し、意見交換等を行う。		
		21年度				22年度	23年度
		-				33回	49回
24年度	25年度						
40回	49回						
17 地方消費者グループフォーラムの開催(回数)	施策の進捗状況(実績)	目標	達成				
		25年度		○			
		地方消費者行政グループフォーラムを全国8ブロックにおいて開催した。うち3ブロックにおいて文部科学省主催「消費者教育フェスタ」と連携して開催した。			引き続き開催する。開催に当たっては、必要に応じて改善等を行いながら、より良い形で開催する。		
		21年度				22年度	23年度
		-				8回	8回
24年度	25年度						
8回	8回						
18 「東日本大震災」における自治体へのバックアップの情報共有の状況	施策の進捗状況(実績)	目標	達成				
		25年度		○			
		地方消費者グループフォーラムの場で、震災への対応状況について情報提供を実施。			地方消費者グループフォーラム等を通じて、震災への対応状況等について説明し、情報共有を図る。		
		21年度				22年度	23年度
		-				8回	8回
24年度	25年度						
8回	8回						



消費者基本計画施策番号		施策の進捗状況(実績)	目標	達成
136番 19 他の行政機関との連携		「地方消費者行政の充実・強化のための指針」事例集において、関係部局・機関と連携して相談対応を行っている地方公共団体の取組事例を紹介し、他の地方公共団体にも普及するよう取り組んだ。	25年度 引き続き、消費生活に関するトラブルについて、消費生活相談窓口を案内できるような取組を進める。	○
評価結果	目標達成度の測定結果	<p>目標達成</p> <p>・「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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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局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。</p> <p>・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関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。</p> <p>・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> <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>		
	施策の分析	<p>消費者の安全・安心を確保するためには、消費生活の現場である地方公共団体における消費者行政の充実・強化が不可欠である。</p> <p>基金を活用して行われる消費者行政活性化事業については、基金条例制定時(平成21年)における機能を基点として、そこから強化を図る部分を指しており、以下の点から当該施策が得ようとしている政策評価を得ることができているといえる。</p> <p>・消費生活センターは平成21年4月時点では501か所あったが、平成25年4月時点では745か所に増加した。</p> <p>・相談窓口(センター含む)の未設置率は平成21年4月時点では22.4%であったが、平成25年4月では5.5%と低下した。</p> <p>・消費生活相談員数について、平成21年4月時点では、2,800人であったが、平成25年4月時点では3,371人に増加した。</p> <p>・相談員の処遇改善としては、4年間で延べ457の地方公共団体で報酬上げが見られた。</p>		
	次期目標等への反映の方向性	<p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・「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。</p> <p>・「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。</p>		

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成25年7月PIO－NET刷新に関する検討会 →平成26年1月に「PIO－NET刷新に関する検討会」の意見を踏まえ、PIO-NETシステム業務・システム最適化計画を策定</li> <li>・平成24年度・平成25年度の補正予算は非常に額が大きいため、専ら地方消費者行政活性化基金の積み増しであるということが分かるよう、「施策の予算額・執行額等」の欄に注釈で記載したほうがよい。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> <li>・測定指標11については、数値が単年度の増加数か累計かが分かるように記載すべきである。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> <li>・相談窓口の未設置率が平成25年4月には5.5%まで低下したとのことだが、実績を踏まえて目標も変化させていくことが必要であり、今後の検討課題としてほしい。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会)</li> <li>・「目標達成度合いの測定結果」欄において、平成25年度の政策は「目標達成」とされているが、現在の最大の課題は地方公共団体への基金が効果をあげているかどうかを計ることができていないことである。平成25年度の取組に関して目標達成度合いを修正する必要まではないが、「次期目標等への反映の方向性」欄において、課題として認識していることを記載すべきである。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> </ul>
------------------------	---

<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 style="text-align: center;">-</p>
----------------------------------	--------------------------------------

<p>担当部局名</p>	<p>消費者教育・地方協力課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>総括担当 佐々木 佑樹 佐久間 史織</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>平成26年8月</p>
--------------	--------------------	---------------	-----------------------------------	-----------------	----------------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-⑦)

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	<p>消費者安全法の「重大事故等」、消費生活用製品安全法の「重大製品事故」については、毎週定期的に件数、事故概要等を公表している。</p> <p>事故情報データベースは、生命・身体に係る消費生活上の事故情報を関係機関等から一元的に集約して提供するシステムであり、事故の再発・拡大の防止に資する環境整備の一環として整備し、平成22年4月から国民の方にはインターネットから同データベースの事故情報を自由に閲覧・検索することができるようにしている。</p> <p>食品と放射性物質に関しては、消費者の目線に立ち、関係省庁、地方自治体、消費者団体等と連携しつつ、消費者へのわかりやすい情報提供、消費者とのリスクコミュニケーションの強化に努めている。また、リスクコミュニケーションについては、これまで消費者の日常生活における身近な問題をテーマとして行ってきており、引き続き推進していくこととしている。</p> <p>「医療機関ネットワーク」は、消費者の生命または身体に生ずる被害に関する事故等の概要等の詳細情報を医療機関から収集し、同種事故等の再発防止に活かしていくことを目的としており、平成22年12月に事業を開始している。</p> <p>平成24年8月に消費者安全法の一部を改正する法律が成立し、同年10月に消費者安全調査委員会が設置された。消費者安全調査委員会は、生命・身体被害に関する消費者事故等の中から、事故等の発生・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、調査を行っている。</p>					
達成すべき目標	<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>					
施策の予算額・執行額等	区分		23年度	24年度	25年度	26年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	313	281	289	270
		補正予算(b)				
		繰越し等(c)				
		合計(a+b+c)				
執行額(百万円)		147	109	186		
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)	○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 2, 3, 4, 5・6, 7, 12, 13-2-3, 13-4, 20, 21, 38, 168					

①事故情報データベースのアクセス件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成 ○
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	-	72,941	109,205	掲載する情報や機能の充実を継続的に図る。	
	24年度	25年度			
	143,588	144,162件			
②緊急時に適切に対処	施策の進捗状況(実績)			目標	達成 ○
	<p>・緊急事態等を想定した対応訓練を関係省庁において平成25年12月に実施し、初動対応等を確認。</p> <p>・冷凍食品への農薬混入事案における対応に当たっては、消費者安全情報総括官会議を開催し、関係省庁との情報共有を緊密に図り、連携して事態の収束に努めるとともに、「冷凍食品への農薬混入事案を受けた今後の対応パッケージ」(平成26年3月17日関係府省庁局長申合せ)を取りまとめた。</p>			25年度	
			<p>・消費者安全の確保に関する関係府省庁緊急時対応基本要綱等に基づき適切に対処する。</p> <p>・関係府省と相互に十分な連絡及び連携を図りながら緊急時対応訓練を実施する。</p>		

測定指標

③事故情報の報告・公表制度の拡充への取組  i) 消費者安全法に基づく消費者事故等の通知件数(生命身体事故等) ii) 消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の報告件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成  ○
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	i) 1,330件 ii) 651件	i) 2,191件 ii) 1,141件	i) 2,889件 ii) 1,169件	・消費者安全法等に基づく事故情報、その他消費者庁へ寄せられる事故情報の適切な収集及び消費者庁としての対応を適切に行うと共に、常に検証を行い必要に応じて見直しを行う。 ・生命・身体分野の消費者事故等の情報に基づく消費者庁の対応について、被害の重篤度、拡大可能性等を踏まえて優先度をつけた対応を行う。	
	24年度	25年度			
i) 2,813件 ii) 1,077件	i) 3,511件 ii) 941件 ・「生命身体事故等に係る消費者事故情報等の公表に関する基本要領」の改訂(平成25年10月31日)				
④適切な分析及び情報提供の実施並びに注意喚起や商品テスト情報のタイムリーな提供  i) 注意喚起件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成  ○
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	8件	7件	12件	消費者庁に寄せられる事故情報について適切な分析を継続的に実施する。それらの事故情報から被害の発生の動向を的確に把握し、消費者への注意喚起や商品テスト等の情報提供をタイムリーに行う。	
	24年度	25年度			
29件	32件				
⑤リコール情報の周知に関する調査・分析  i) リコール情報メールサービスの登録件数 ii) リコール情報サイトの閲覧件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成  ○
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	-	-	-	消費者の特性を考慮して、リコール情報の周知度を把握するとともに、分かりやすい情報発信につなげる。	
	24年度	25年度			
i) 5,852件 ii) 1208万件	i) 6,747件 ii) 2,190万件				
⑥医療機関ネットワーク事業における事故情報収集、注意喚起等の実施  i) 参画医療機関数 ii) 参画医療機関からの事故情報収集件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成  ○
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	-	i) 13機関 ii) 1,191件	i) 13機関 ii) 5,480件	・重大事故等の情報については、関係行政機関、関係機関と連携を図りながら、迅速・的確に集約及び分析・共有を進める。 ・引き続き、医療機関ネットワークからの事故情報の収集に努め、重大事故等については速やかな注意喚起を行う。	
	24年度	25年度			
i) 13機関 ii) 5,003件	i) 24機関 ii) 6,906件				

⑦消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	-	-	-	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。	
	24年度	25年度			
・5件の事案の調査を開始 ・73件の申出を受付	・2件の事案の調査を開始 ・3件の評価書(6/21、8/9、1/24)及び2件の経過報告書(10/18)を公表 ・意見書(1/24) ・57件の申出を受付			○	
⑧食品の物性・形状面での安全性確保に向け、今後、適切に対応	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	高齢者の餅による窒息事故の防止に向けて、消費者に注意喚起を実施するとともに、業界団体に対して注意表示の記載の取組を要請。			25年度	○
⑨現行規定決定以後の取組の反映、消費者庁設置以降の食品安全推進体制の見直し、緊急時対応の体制整備等を内容とする基本的事項の改訂を着実に実施	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	消費者庁の調整の下、食品安全行政を行う関係府省庁については、相互の密接な連携を図る取組として、関係府省連絡会議等を定期的で開催し、食品の安全性の確保に関する施策を推進(平成25年12月18日)。			25年度	○
⑩「食品と放射能」の問題について、消費者への分かりやすい情報提供を実施  i)関係府省庁、地方自治体等と連携した意見交換会 ii)コミュニケーター養成研修(養成人数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	-	-	i)45回	わかりやすい情報提供と消費者との対話を目指し、これまでのシンポジウム形式等の開催に加え、地域で活動する専門家(コミュニケーター)の養成を通じ、子育て世代を対象としたミニ集会等の開催促進、リスクコミュニケーションの重点的展開を図る。	
	24年度	25年度			
i)175回	i)99回 ii)66回(約3,400名)		○		

	⑪判例、製造物責任法に基づき提訴された訴訟等の情報の収集・公表件数及び裁判外紛争解決事例の収集・公表件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		21年度	22年度	23年度	25年度	○
		-	4件/3件	10件/8件	消費者庁と国民生活センター、各PLセンターが連携し、判例及び裁判外紛争解決事例を収集し、公表を行う。	
		24年度	25年度			
	9件/9件	9件/2件				
	⑫OECD会合及び関連作業グループ会合等への積極的参画	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		21年度	22年度	23年度	25年度	○
		-	-	-	引き続き、OECD会合及び関連作業グループ会合等における幅広い消費者問題に関する検討に積極的に参画する。特に、OECD消費者政策委員会の製品安全作業部会に出席し、情報収集等を行う。	
24年度		25年度				
4回	4回					

評価結果	目標達成度合いの測定結果	<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>
	施策の分析	<ul style="list-style-type: none"> <li>関係行政機関等から収集した生命・身体被害に係る消費者事故等の情報を基に、消費者への注意喚起等を実施し、消費者被害の発生・拡大防止に努めた。</li> <li>緊急事態等を想定した対応訓練を関係省庁において実施し、初動対応等を確認等を行った。冷凍食品への農薬混入事案における対応に当たっては、関係省庁との情報共有を緊密に図り、連携して事態の収束に努めるとともに、「冷凍食品への農薬混入事案を受けた今後の対応パッケージ」(平成26年3月17日関係府省庁局長申合せ)を取りまとめた。</li> <li>消費者安全調査委員会については、引き続き、生命身体事故等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事故等原因調査等(調査・評価)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。</li> <li>食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーション事業は、消費者が正確な情報に接し、理解を深め、消費行動に活かすことができるように啓発を行う重要なものであり、事業の目的に沿った活動となっていることから、適切な活動・成果であると認められる。</li> </ul>
	次期目標等への反映の方向性	<p>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。</p>

学識経験を有する者の知見の活用	<p>測定指標①③④⑤⑥⑦⑩⑪⑫は、実績値の推移(経年変化)を記載したほうがよい。また、仮に、平成24年度に比べて実績値が縮減しているにも関わらず、平成25年度は「目標達成」と位置付けられている施策があれば、その根拠を記載することが必要である。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会)</p> <p>→指摘を踏まえ修正</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	
---------------------------	--

担当部局名	消費者安全課	作成責任者名	総括担当 鈴木 秀男	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	--------	--------	---------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-⑧)

施策名	消費者取引対策の推進					
施策の概要	<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>					
達成すべき目標	<p>訪問販売等のトラブルの多い特定の取引について、悪質事業者に対する行政処分を厳正に行うこと等により、消費者保護を十分に確保する。</p> <p>また、特定電子メール法を厳正に運用すること等により、一般消費者の利益を確保する。</p>					
施策の予算額・執行額等	区分	23年度	24年度	25年度	26年度	
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	353	278	239	234
		補正予算(b)	0	-6	0	
		繰越し等(c)	0	0	0	
		合計(a+b+c)	353	272	239	
執行額(百万円)	235	233	190			
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)	○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 41, 41-2, 41-3, 154					

①特定商取引法の厳正な執行(処分件数)		施策の進捗状況(実績)			目標	達成  ○
		特定商取引法に基づき、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。			25年度	
		21年度	22年度	23年度	引き続き、訪問販売等のトラブルの多い特定の取引について、悪質事業者に対する行政処分を厳正に行い、消費者保護を十分に確保する。	
		48	53	43		
		24年度	25年度			
40	21					

測定指標

	施策の進捗状況(実績)	目標		達成	
		25年度			
②通信販売事業者に対して不適切な広告の改善等	通信販売業者に対する不適切な広告の改善を行うため、ISP等への通報を行い、消費者保護が図られた。			引き続き、通信販売業者に対して不適切な広告の改善を促すとともに、ISPや金融庁などに対し、違法な電子メール広告等の情報を提供することにより、ウェブサイトの削除や金融機関における口座の停止等を促すことにより、消費者保護を十分に確保する。 引き続き、訪問販売等のトラブルの多い特定の取引について、悪質事業者に対する行政処分を厳正に行い、消費者保護を十分に確保する。	
	(迷惑メール調査件数)	21年度	22年度		23年度
		193,565	240,217		259,596
		24年度	25年度		
		406,774	1,232,199		
	(インターネット通信販売調査件数)	21年度	22年度		23年度
		13,565	10,402		10,369
		24年度	25年度		
		10,298	7,682		
	(ISP通報件数)	21年度	22年度		23年度
		20,848	37,686		61,548
		24年度	25年度		
		102,723	12		
	(金融庁への情報提供件数)	21年度	22年度		23年度
		35	21		22
		24年度	25年度		
		4	0		
	また、特定商取引法に基づき、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。				
(特定商取引法の処分件数)	21年度	22年度	23年度		
	48	53	43		
	24年度	25年度			
	40	21			
③預託法関係法令の見直し	平成24年度に行った改正作業を引き続き進め、預託法施行令(平成25年7月公布、9月施行)及び施行規則(平成25年6月公布、7月施行)を改正した。	平成24年度に行った改正作業を引き続き進める。		○	



④特定電子メール法の厳正な執行(処分件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	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。			25年度	
	21年度	22年度	23年度	引き続き、特定電子メール法を厳正に運用すること等により、一般消費者の利益を確保する。	
	6	7	10		
	24年度	25年度			
8	7				

評価結果	目標達成度合いの測定結果	<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進んでいる。</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>
	施策の分析	<p>測定指標①、②については、消費者保護を十分に確保する、との目標に対し、平成25年度は21件の行政処分を行った。なお、処分件数は昨年度より減少しているが、特定商取引法違反事案が巧妙化・複雑化している中で、限られた人的リソースなどを効率的に活用し厳正な処分を行ったため、目標は達成したといえる。</p> <p>また、②については、平成25年度よりオプトイン規制違反によるISPへの通報が総務省に一元化されたため、消費者庁のISP通報件数が減少しているが、迷惑メール調査件数は増加しており、目標は達成したといえる。</p> <p>測定指標③については、改正作業を引き続き進める、との目標に対し、平成25年度は預託法施行令及び施行規則を改正した。</p> <p>測定指標④については、一般消費者の利益を確保する、との目標に対し、平成25年度は7件の行政処分を行った。</p>
	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	特になし
-----------------	------

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	
---------------------------	--

担当部局名	取引対策課	作成責任者名	総括担当 島津 千明	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	-------	--------	---------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-⑨)

施策名	消費者表示対策の推進					
施策の概要	<p>一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するために、</p> <p>①不当表示や過大な景品類の提供を禁止・制限する不当景品類及び不当表示防止法(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。 また、事業者による同法の遵守を促すための施策等を実施する。</p> <p>②住宅性能の品質表示に関する共通ルールである、住宅品質確保法に基づく住宅性能表示基準の普及・啓発を図る。</p> <p>③家庭用品の品質表示の適正化を図ることを目的とする家庭用品品質表示法を運用し、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図る。 また、同法における対象品目及び表示の標準について、適宜、規程等の改正を行う。</p>					
達成すべき目標	<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>③家庭用品の品質表示について、事業者に対し表示の改善を指示するなど法を適切に運用することや、規程等を社会のニーズに応じて改正することにより、消費者の身近にある家庭用品の品質表示を適正化し、家庭用品を購入・利用する消費者の利益を保護する。</p>					
施策の予算額・執行額等	区分	23年度	24年度	25年度	26年度	
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	127	106	96	103
		補正予算(b)	0	-2	50	/
		繰越し等(c)	0	0	0	
		合計(a+b+c)	127	104	146	
執行額(百万円)	73	50	60			
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)	○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 80, 81, 82, 103, 131					

測定指標	①消費者基本計画施策番号80番 景品表示法を厳正に運用するとともに、必要に応じ同法の執行体制の拡充を図ります。	実績値			目標	達成
		21年度	22年度	23年度	25年度	○
		12件	20件	28件	引き続き、景品表示法を厳正に運用する。	
		24年度	25年度			
	37件	45件				
	②消費者基本計画施策番号81番 住宅性能表示制度の普及を推進するとともに、消費者のニーズに対応するため、今後の評価技術の進歩及び普及状況を見定めつつ、評価方法の充実を図ります。	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		事業者等から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・啓発を行った。			25年度	○
	③消費者基本計画施策番号82番 家庭用品品質表示法における対象品目及び表示の標準について、適宜、規程等の改正を行います。	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		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。(平成25年6月11日)			25年度	○
引き続き、家庭用品品質表示法に基づく規程等の見直しを適宜行う。						

④消費者基本計画施策番号103番 景品表示法の説明会への講師派遣をするとともに、同法のパンフレットを広く配布することなどを通じ、同法の普及・啓発を図るとともに、事業者、事業者団体における法令遵守の取組を支援します。	実績値			目標	達成  ○
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	93回	92回	99回	引き続き、景品表示法の説明会への講師を派遣するなど、同法の普及・啓発を図るとともに、事業者、事業者団体における法令遵守の取組を支援する。	
	24年度		25年度		
73件	114件				
⑤消費者基本計画施策番号131番 不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するため、公正競争規約(景品表示法第11条に基づく協定又は規約)の積極的な活用、円滑な運用が行われるよう引き続き関連団体等を支援します。	実績値			目標	達成  ○
	21年度	22年度	23年度	25年度	
	—	29回	18回	引き続き、公正取引協議会等の活動への講師派遣などを通じ、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用が行われるよう支援する。	
	24年度		25年度		
13回	6回				

評価結果	目標達成度合いの測定結果	相当程度進展あり  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い、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。 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。 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。 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。
	施策の分析	本施策に係る目標は、景品表示法等の厳正な運用や普及啓発の取組を通じて、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するような表示等を排除し、一般消費者の利益を確保することにある。 各施策に係る定量的な成果としては、行政処分等の件数が挙げられるが、各施策の成果は、事案の規模(対象商品・サービスに係る関係人の売上高や市場規模)、事案の将来性(対象商品・サービスが今度どの程度成長するか)といった、個々の事案ごとにその程度が異なる事情に基づいて計測されるべきものであり、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ていくことが重要である。
	次期目標等への反映の方向性	引き続き景品表示法等の厳正な運用や普及啓発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。

学識経験を有する者の知見の活用	・政策の効果を実績値で定量的に計っていることは評価できるが、目標値や基準値が設定されていないため、実績値と達成度合いの因果関係を明らかにすべき。特に、測定指標⑤については、平成24年度に比べて実績値が縮減しているにも関わらず、平成25年度は「目標達成」と位置付けられているため、その根拠を記載することが必要である。(平成26年7月23日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正
-----------------	---

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	—
---------------------------	---

担当部局名	表示対策課	作成責任者名	総括担当 吉野 智博	政策評価実施時期	平成26年8月
-------	-------	--------	---------------	----------	---------

# 平成25年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁25-10)

施策名	食品表示の企画・立案・推進					
施策の概要	食品表示の適正化を図るため、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律(以下「JAS法」という。)、食品衛生法、健康増進法等に基づく食品の表示基準を的確に企画及び運用するとともに、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。					
達成すべき目標	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。					
施策の予算額・執行額等	区分		23年度	24年度	25年度	26年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	269	195	153	/
		補正予算(b)	-6	-2	-1	
		繰越し等(c)				
		合計(a+b+c)	263	194	152	
執行額(百万円)		228	152	143		
平成23年度は大規模な調査事業を実施することが予定されていたため、予算額が増額。平成24年度以降は、前年度予算執行額に応じ予算額を見直し。						
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)	○消費者基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 施策番号 69・73, 70・75, 71, 76, 76-2, 77, 79, 79-2 ○食料・農業・農村基本計画(平成22年3月30日閣議決定) 米穀等以外の飲料品についてのトレーサビリティ制度の検討等に加え、消費者にとって分かりやすい食品表示の在り方について検討を進めるとともに、加工食品における原料原産地表示の義務づけを着実に拡大する。					

	消費者基本計画 施策番号69・73 ①新食品表示基準の検討状況	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・食品表示法が平成25年6月に成立・公布された。</li> <li>・公布後、2年以内の施行に向け、同法に基づく食品表示基準について、消費者委員会食品表示部会の下に三つの調査会(加工食品の表示に関する調査会、栄養表示に関する調査会、生鮮食品・業務用食品に関する調査会)を設置し、平成25年12月より検討を開始した。</li> <li>・栄養表示の義務化に向け、消費者の栄養表示に関する理解と活用状況、活用意向の調査等を実施した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・第183回国会への食品表示法案の提出を目指す。</li> <li>・食品表示法成立後、2年以内の施行に向け、同法に基づく食品表示基準の策定等施行のために必要な取組を進める。</li> <li>・栄養表示の義務化に向け、より多くの事業者が取り組みやすい表示方法の導入、実態調査等を行う。</li> </ul>	○
	消費者基本計画 施策番号70・75 ②個別課題の表示基準の見直しに係る検討状況	施策の進捗状況(実績)	目標 25年度	達成
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・個別課題のうち、中食・外食等へのアレルギー表示について、「外食等におけるアレルギー情報の提供の在り方検討会」を平成26年4月に開催すべく準備を行った。</li> <li>・各国の遺伝子組換え表示制度について情報収集等を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな食品表示基準の策定について目途がついた段階から、個別課題(遺伝子組換え表示など)の表示基準の見直しの検討を実施できるよう、必要な調査を実施する。</li> </ul>	○

測定指標

消費者基本計画 施策番号71 ③米穀事業者、一般消費者に対する周知状況	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
	・米トレサ制度等に関する食品表示パンフレットの配布(約25,000部)。	25年度	○
	21年度   22年度   23年度	・引き続き、普及・啓発に取り組み、制度の定着を図る。	
	—   —   90,000		
24年度   25年度			
13,000   25,000			
消費者基本計画 施策番号76 ④「健康食品の表示に関する検討会」論点整理等への対応状況 ⑤厳正な執行	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
	・平成24年度に実施した「特定保健用食品の審査基準の検討事業」の結果を受け、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を予定。 ・平成25年7月に食品表示に係る執行事務を一元的に担う体制として、食品表示対策室を表示対策課に設置。 ・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。 ・インターネットにおける健康食品の広告監視を行い、平成25年度において342の商品に改善要請を行った(インターネット上の文言を検索するシステムを用いてキーワードによる無作為検索により監視)。	25年度	△
	21年度   22年度   23年度	・「特定保健用食品の審査基準の検討事業」の結果を踏まえ、特定保健用食品の申請上の留意事項に関する通知の改正を行う。 ・いわゆる健康食品の表示に関する景品表示法と健康増進法の観点からの「留意事項(法解釈の指針)」の取りまとめ。 ・引き続き、インターネットにおける健康食品等の監視等を適切に実施する。	
	547   430   424		
24年度   25年度			
559   342			
消費者基本計画 施策番号76-2 ⑥加工食品等の新たな機能性表示の検討状況	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
	・「食品の新たな機能性表示制度に関する検討会」を平成25年12月より開催し、検討を行っている。	25年度	○
消費者基本計画 施策番号77 ⑦消費者への保健機能食品制度等の周知等の実施状況	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
	・消費者向けパンフレット「おしえてラベルくん」を配布し、さらに英語版を消費者庁ウェブサイトに掲載し、保健機能食品制度の普及・啓発を実施。 ・事業者へいわゆる健康食品の表示についての再周知を行い、消費者に対して摂取量等の情報が正しく適切に提供されるよう取組んだ。	25年度	○

	消費者基本計画 施策番号79 ⑧厳正な執行 ⑨疑義情報の処理	<table border="1"> <tr> <th colspan="3">施策の進捗状況(実績)</th> <th>目標</th> <th>達成</th> </tr> <tr> <td colspan="3"> <ul style="list-style-type: none"> <li>平成24年度下半期及び平成25年度上半期JAS法に基づく行政指導実績を公表。(平成25年5月、11月)</li> <li>平成25年度に疑義情報を55件処理。</li> </ul> </td> <td>25年度</td> <td rowspan="5">○</td> </tr> <tr> <td>21年度</td> <td>22年度</td> <td>23年度</td> <td rowspan="4"> <ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、JAS法等に基づく効果的な執行を着実に実施する。</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td>88</td> <td>156</td> <td>98</td> </tr> <tr> <td>24年度</td> <td colspan="2">25年度</td> </tr> <tr> <td>74</td> <td colspan="2">55</td> </tr> </table>	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成24年度下半期及び平成25年度上半期JAS法に基づく行政指導実績を公表。(平成25年5月、11月)</li> <li>平成25年度に疑義情報を55件処理。</li> </ul>			25年度	○	21年度	22年度	23年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、JAS法等に基づく効果的な執行を着実に実施する。</li> </ul>	88	156	98	24年度	25年度		74	55			
	施策の進捗状況(実績)			目標	達成																						
<ul style="list-style-type: none"> <li>平成24年度下半期及び平成25年度上半期JAS法に基づく行政指導実績を公表。(平成25年5月、11月)</li> <li>平成25年度に疑義情報を55件処理。</li> </ul>			25年度	○																							
21年度	22年度	23年度	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、JAS法等に基づく効果的な執行を着実に実施する。</li> </ul>																								
88	156	98																									
24年度	25年度																										
74	55																										
	消費者基本計画 施策番号79-2 ⑩消費者庁における食品表示に係る問合せ体制の整備状況	<table border="1"> <tr> <th colspan="3">施策の進捗状況(実績)</th> <th>目標</th> <th>達成</th> </tr> <tr> <td colspan="3"> <ul style="list-style-type: none"> <li>食品表示法における全国説明会を開催。</li> <li>各種行政機関等への説明会にも積極的に参加。</li> </ul> </td> <td>25年度</td> <td rowspan="2">○</td> </tr> <tr> <td colspan="3"> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業者・消費者からの相談について、受付体制の整備について検討を進める。</li> </ul> </td> <td></td> </tr> </table>	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>食品表示法における全国説明会を開催。</li> <li>各種行政機関等への説明会にも積極的に参加。</li> </ul>			25年度	○	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者・消費者からの相談について、受付体制の整備について検討を進める。</li> </ul>														
施策の進捗状況(実績)			目標	達成																							
<ul style="list-style-type: none"> <li>食品表示法における全国説明会を開催。</li> <li>各種行政機関等への説明会にも積極的に参加。</li> </ul>			25年度	○																							
<ul style="list-style-type: none"> <li>事業者・消費者からの相談について、受付体制の整備について検討を進める。</li> </ul>																											
評価結果	目標達成度合いの測定結果	<p>相当程度進展あり</p> <p>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考えられる。</p> <p>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。)</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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>																									
	施策の分析	<p>(未達成となった要因)</p> <p>測定指標④における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、特定保健用食品の表示許可申請に係るヒト試験のデザインをより明確に提示するため、特定保健用食品の審査基準の通知の改正案を作成し、現在、措置に向け、関係する審議会の意見を聴取しているところ。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段である、「(1)「食品表示の対策に必要な経費」において実施されている、「食品表示に関する調査・研究事業」の成果物を効果的に利用することにより、適切な食品表示の企画・立案・運用を推進している。</p>																									
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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】</p> <p>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。</p> <p>測定指標③⑦:引き続き、制度の定着のための取組を行いたい。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>測定指標⑩:食品表示法についての事業者、消費者だけでは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齊一化する。</p> <p>※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>																									

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者基本計画の改訂要素(平成25年4月)等に対する意見(平成25年5月28日消費者委員会) 健康食品の機能性の表示を検討する場合には、適切な科学的手法による機能性の評価、正しい情報提供及び十分な消費者理解を十分確保するものとするべき。</li> <li>・消費者基本計画の実施状況に関する検証・評価及び計画の見直しに向けての意見(平成26年2月25日消費者委員会) いわゆる健康食品等の機能性の表示の検討に当たっては、適切な科学的手法による機能性の評価、正しい情報提供及び十分な消費者理解を十分確保するものとするべき。</li> <li>・予算額・執行額ともに落ちてきているようだが、食品表示に係る政策自体が右肩下がりに見えているように見えるため、そうではないことが分かるような記載を追加すべき。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> <li>・測定指標①の「施策の進捗状況(実績)」欄において、「消費者の読み取り調査等を実施した」とあるが、「読み取り調査」という表現が一般の方に理解できないようであれば、内容が理解できる表現に変えるべき。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> <li>・測定指標④⑤の「施策の進捗状況(実績)」欄において、「インターネットにおける健康食品の広告監視を行い、平成25年度において342の商品に改善要請を行った」とあるが、監視の規模(全体の調査数)の記載をすべき。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> <li>・測定指標⑧⑨は、施策名や目標欄を、政策の内容が一見して把握できるような具体的な記載をすべき。(平成26年7月31日 消費者庁政策評価有識者委員会) →指摘を踏まえ修正</li> </ul>
------------------------	---

<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>担当部局名</p>	<p>食品表示企画課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>総括担当 阿南 拓</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>平成26年8月</p>
--------------	----------------	---------------	----------------------	-----------------	----------------