

平成 27 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	8
(3) 個人情報保護に関する施策の推進	消費者制度課	15
(4) 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・地方協力課	18
(5) 地方消費者行政の推進	消費者教育・地方協力課	25
(6) 物価対策の推進	消費者調査課	33
(7) 消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者調査課	35
(8) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	38
(9) 消費者取引対策の推進	取引対策課	45
(10) 消費者表示対策の推進	表示対策課	49
(11) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	53

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-①)

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。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。					
達成すべき目標	「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毎年度「消費者基本計画」に反映させつつ、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。					
施策の予算額・執行額等	区分		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	230	170	136	134
		補正予算(b)	-2	-1	-1	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	229	169	135	
執行額(百万円)		186	155	98		
※平成25年度の予算額・執行額は、「27-⑦消費者政策の推進に関する調査・分析」の施策の予算額・執行額を含んでいる。						
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定)施策番号 1(4)⑥、3(1)③、⑤、⑥、3(2)⑭、3(3)④、4(1)④、4(2)⑭、5(1)⑨、5(3)③、⑤、⑥、6(1)②、⑤、⑦、6(2)⑥ ○消費者基本法(昭和43年法律第78号)					

測定指標	1 リスクコミュニケーションの取組におけるアンケートの結果からみる理解度	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		関係府省庁と連携して開催した意見交換会計14回のアンケート結果からみる参加者の理解度は平均約86.7%であった。			平成27年度	○
平成22年度	平成23年度	平成24年度	関係府省庁等、地方公共団体、消費者団体等と連携し、食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進のため、正確な情報提供等を継続して実施し、風評被害の払拭を図る。			
77.3%	85.4%					
平成25年度	平成26年度	平成27年度				
95.1%	88.1%	86.7%				
測定指標	2 特定商取引法の適用除外とされている消費者保護関連法の執行状況の調査回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		関係省庁の協力を得て特定商取引法の適用除外とされている法律等の消費者保護関連法の執行状況を取りまとめ、消費者基本計画改定工程表の一部として公表した。			平成27年度	○
		平成22年度	平成23年度	平成24年度	消費者庁において特定商取引法の適用除外とされている法律などの消費者保護関連法の執行状況を把握し、改定工程表の一部として公表する。	
		0回	1回	0回		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		0回	0回	1回		
		(参考)調査対象法律本数				
		平成22年度	平成23年度	平成24年度		
66本						
平成25年度	平成26年度	平成27年度				
		68本				

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
3 消費者安全法の規定に基づく事故情報の収集(通知件数)	消費者事故等の情報収集の強化のため関係省庁との連携強化に関する取組を行った。また、収集した情報を消費者安全法のみならず特定商取引法、景品表示法等の法執行に活用できるように詳細な分析を行い関係行政機関が注目すべき情報84件を抽出し、関係課等に提供した。			消費者事故等の情報収集の強化のため関係省庁との連携を強化し、消費者安全法の規定に基づく通知が確実に実施されるようにするとともに、その内容を踏まえて必要な事案について、同法の規定に基づく注意喚起、勧告等の措置を厳正に実施する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	15,693件	12,228件	9,916件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	9,116件	9,172件	9,385件		
4 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)	施策の進捗状況(実績)				達成
	消費者被害の発生・拡大の防止を図るため、老人ホームの会員権やサーバー型プリペイド等に関する消費者被害事案9件について消費者安全法第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。				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1件	7件	5件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
7件	10件	9件			
5 成年後見制度の周知についての地方公共団体への要請回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	高齢者や障害者の消費者被害を防止するため、平成27年6月に成年後見制度の活用について周知するよう都道府県等の消費者行政部門に要請した。			平成27年度	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	地方公共団体が実施する成年後見制度について、国民生活センターや消費生活センター等の様々な経路も活用して周知を行う。	
			1回		○
6 リスクの高い取引に関する注意喚起(回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	平成27年5月に消費者庁と国民生活センターから商品等の先物取引に関する注意喚起を実施した。			平成27年度	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	リスクの高い取引に関する注意喚起を国民生活センターと連携して実施する。	
			1回		○

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
	7 インターネット上の消費者トラブルの注意喚起・情報提供の回数	平成27年度から、インターネット技術・サービスの進展等に係る調査研究及びその結果を活用した注意喚起等を実施した。平成27年度は3テーマの調査研究に対して注意喚起・情報提供を1回(海外事業者とのインターネット通販トラブルに関する注意喚起)実施した。			平成27年度	○
平成25年度		平成26年度	平成27年度			
			1回			
8 「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数	施策の進捗状況(実績)			インターネット技術・サービスの進展や諸外国の動向等について調査研究を実施し、調査結果を活用した注意喚起等を実施する。 「インターネット消費者取引連絡会」を開催する。	達成	
	四半期に1回の頻度で開催した。オブザーバーも含め、出席者とは活発な意見交換等を行い、その配布資料及び議事要旨については、消費者庁ウェブサイトにおいて公開した。平成27年度においては、テーマとして「なりすまし」「越境電子商取引」「シェアリングサービス」「オンラインゲーム」を取り上げた。そのうち、「越境電子商取引」については、調査研究の結果を基に、消費者に向けた注意喚起・情報提供を実施した。				○	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度			
		4回	4回			
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
	4回	4回	4回			
9 審議会等への消費者の意見を代表する委員の選任実績の検証回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
	消費者の意見を代表する委員の考え方を整理し、それを踏まえ、関係府省の協力を得て、消費者問題に関連する審議会等への選任状況について取りまとめ、消費者基本計画改定工程表の一部として公表した。			平成27年度	○	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	消費者の意見を代表する委員の考え方を整理し、消費者問題に関連する国の審議会等における、これまでの選任実績について検証する。		
	1回	0回	0回			
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
	0回	0回	1回			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
10 「食品ロス」の認知度	消費者意識基本調査における「食品ロス」の認知度は77.8%であった。			消費者意識基本調査における「食品ロス」の認知度を向上する。(平成31年度80.0%(平成25年度64.5%))	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
			68.7%		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	64.5%	68.6%	77.8%		
11 多重債務に関する消費生活相談の件数	相談窓口の整備・強化等の多重債務問題改善プログラムを実施するとともに、多重債務に関する相談内容等を平成27年5月及び12月に開催された多重債務問題及び消費者向け金融等に関する懇談会に報告した。また、多重債務に関する消費生活相談の件数は28,677件であり、減少している。			多重債務問題及び消費者向け金融等に関する懇談会を開催する。相談窓口の整備・強化等の多重債務問題改善プログラムを実施する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	72,420件	45,572件	38,637件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	32,192件	30,923件	28,677件		
12 「アジア消費者政策フォーラム」又は「日中韓消費者政策協議会」への参加	平成27年7月に、「アジア消費者政策フォーラム」に参加し、各国と意見交換を行った。			二国間・地域間・多国間における消費者問題に関する政策対話等を実施する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1回	1回	1回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1回	1回	1回		
13 経済協力開発機構(OECD)消費者政策委員会等の国際会議への出席回数	平成27年4月及び10月に、OECD消費者政策委員会(CCP)本会合に出席した。			経済協力開発機構(OECD)消費者政策委員会等の国際会議に積極的に参画する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	2回	2回	2回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	2回	2回	2回		
14 消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN会合)への出席回数	平成27年4月及び10月に消費者保護及び執行のために国際ネットワーク(ICPEN)会合に出席した。			消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN会合)への参画や加盟している消費者保護関係機関による「インターネット・スウィープ」への参加により、消費者保護関係機関との国際的な連携を強化する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1回	2回	1回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	2回	2回	2回		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
15 「インターネット・スウィープ」への参加	平成27年11月に、「インターネット・スウィープ」に参加した。			消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN会合)への参画や加盟している消費者保護関係機関による「インターネット・スウィープ」への参加により、消費者保護関係機関との国際的な連携を強化する。(再掲)	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1回	1回	1回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1回	1回	1回		
16 消費者庁における国際担当の体制の整備	国際業務対応強化のため、平成28年度機構・定員要求(国際室長及び増員)を行い、国際室長の設置及び増員が認められた。			平成27年度	○
				消費者庁における国際業務対応強化のための体制整備を行う。	
17 消費者政策担当課長会議の開催回数	平成27年9月に消費者政策担当課長会議を開催した。			機動的に消費者政策担当課長会議を開催する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1回	1回	2回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1回	2回	1回		
18 消費者からの情報・相談の受付体制の充実の検討状況についての調査回数	消費者庁及び関係府省庁等では、消費者からの情報・相談を受け付ける体制をそれぞれ整備しており、その状況について調査し、その結果を基に消費者からの受付手段の拡充を検討し、消費者基本計画改定工程表の一部として、各窓口の消費者からの情報・相談の受付体制の関係省庁の状況を公表した。			消費者からの受付手段の拡充を検討する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1回	1回	1回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1回	0回	1回		
19 都道府県等に対する消費者相談窓口の周知回数	平成28年3月に都道府県等に対し、消費者相談窓口を周知するとともに、消費生活以外の相談窓口と消費生活相談窓口との連携するよう要請した。			消費生活以外の相談窓口へ、誘導先となる消費者相談窓口を周知する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1回	1回	1回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1回	0回	1回		

	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分) (判断根拠)	目標達成 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	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11について、参加者の理解度は微減しているが、意見交換会参加者の理解度は、引き続き高水準を維持していることから、目標達成とした。</p> <p>測定指標3について、通知件数及び措置件数は消費者相談件数を始めとした様々な要因によって変動するため、一概に増加するものではないものの、関係省庁との連携強化の取組の実施が、通知件数が前年度と比べ増加したことに寄与したと考えられる。</p> <p>測定指標4について、注意喚起の実施は、前年度と比べて1件の減少に止まっており著しく減少したものであること、また、措置件数は消費者被害の発生状況や消費者相談件数等、様々な要因によって変動するため、一概に増加するものではないことから目標達成とした。</p> <p>測定指標11について、多重債務問題及び消費者向け金融等に関する懇談会を開催するとともに、各種の取組を含む多重債務問題改善プログラムを実施することにより、多重債務に関する相談件数の減少などの効果をもたらしていることから、目標達成とした。</p> <p>測定指標17について、消費者政策担当課長会議は、これまでに時期に適った議題を設定し年に1、2回開催しており、平成27年度においては1回の開催にとどまったが、例年と比べ、著しく開催回数が少ないわけではないため、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)「インターネット取引調査等経費」については、調達に当たり一般競争入札(総合評価方式)を採用し効率的に執行され、また、事業を通じて海外の消費者相談機関等を訪問したことによって、当該機関との正規提携に向けた関係構築が実現されつつあるなど、「越境取引に伴う消費者トラブルの効果的な解決を図る」という事業目的の達成に資する成果を挙げたものと評価できる。</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提供する等、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。</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、また、事業によって得られた情報を速やかに国民に提供する等、消費者被害抑止に有効的に活用されており、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。</p> <p>達成手段(4)「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」については、調達に当たり一般競争入札(総合評価方式)を採用し効率的に執行され、また、事業で得られた調査結果等を速やかに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>
	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。なお、平成27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1～19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10の「食品ロス」の認知度については、消費者意識基本調査の「食品ロス問題の認知度」をデータソースとしているが、平成27年度調査結果によると認知度が77.8%となり、ほぼ目標(80%)を達成した。今後より一層食品ロス削減推進の取組を進めるため、平成28年度から「食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合」を80%にすることに目標を変更する。</p>	
	学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> 平成25年度の予算額・執行額等が「27-⑦消費者政策の推進に関する調査・分析」の施策の予算を含んでいるのであれば、その旨を注意書きとして記載すべき。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。 全体として、IT社会や高齢化社会に対応した施策であるということが分かりにくい。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。 測定指標3で集めた情報が、測定指標4だけではなく、特定商取引法や景品表示法の執行に役立っているのであれば、その旨も記載すべきではないか。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →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>	<p>【測定指標2、5、9、17、18、19】 第2期消費者基本計画施策別整理表(検証及び評価の結果) http://www.caa.go.jp/adjustments/index_21.html 消費者基本計画工程表改定素案 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/index.html#basic_plan_for_consumers</p> <p>【測定指標4】 平成27年度における消費者安全法(財産事案)の運用状況について http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/pdf/160415adjustments_1.pdf</p>
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>消費者政策課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者政策課長 河内 達哉</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>平成28年8月</p>
--------------	---------------	---------------	--------------------------	-----------------	----------------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-②)

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. 消費者団体訴訟制度の推進 ①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。以下「消費者裁判手続特例法」という。)の施行に向けた準備を行う。 ②適格消費者団体の認定・監督、支援を実施する。</p> <p>2. 消費者契約法の見直し 消費者契約法(平成12年法律第61号)に関し、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討する。</p> <p>3. 公益通報者保護制度の推進 公益通報者保護法(平成16年法律第122号)について、法の周知・啓発に引き続き取り組み、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. 消費者団体訴訟制度の推進 ①消費者裁判手続特例法について、平成28年中の円滑な施行に向けて必要な準備を行うとともに、消費者団体訴訟制度の周知・広報に取り組む。 ②適格消費者団体について認定・監督を適切に行うとともに、適格消費者団体が業務を円滑に実施できるように必要な支援を実施する。</p> <p>2. 消費者契約法の見直し 消費者委員会消費者契約法専門調査会の議論等を踏まえつつ、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討する。</p> <p>3. 公益通報者保護制度の推進 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)、「公益通報者保護制度に関する消費者委員会意見～消費者庁の実態調査を踏まえた今後の取組について～」(平成25年7月)等を踏まえ、必要な措置を講じる。</p> <p>上記1.～3.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>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">区分</th> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">予算の状況 (百万円)</td> <td>当初予算(a)</td> <td>78</td> <td>79</td> <td>71</td> <td rowspan="4">68</td> </tr> <tr> <td>補正予算(b)</td> <td>-</td> <td>-1</td> <td>-1</td> </tr> <tr> <td>繰越し等(c)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>合計(a+b+c)</td> <td>78</td> <td>78</td> <td>70</td> </tr> <tr> <td colspan="2">執行額(百万円)</td> <td>52</td> <td>76</td> <td>57</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					区分		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	78	79	71	68	補正予算(b)	-	-1	-1	繰越し等(c)	-	-	-	合計(a+b+c)	78	78	70	執行額(百万円)		52	76	57	
区分		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度																														
予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	78	79	71	68																														
	補正予算(b)	-	-1	-1																															
	繰越し等(c)	-	-	-																															
	合計(a+b+c)	78	78	70																															
執行額(百万円)		52	76	57																															
<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>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定)施策番号 3(1)④、4(3)③、5(1)① ○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
		平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成27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(消費者委員会消費者契約法専門調査会への出席状況)	内閣府消費者委員会の答申を踏まえ、平成28年3月に「消費者契約法の一部を改正する法律案」を閣議決定し、国会提出した。			消費者委員会消費者契約法専門調査会の議論等を踏まえつつ、消費者契約法の規定の在り方について検討を行う。	○
		<p>平成22年度</p> <p>・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</p>	<p>平成23年度</p> <p>・法務省「法制審議会民法(債権関係)部会」への出席・発言 ・消費者契約法に関する裁判例の収集・分析結果の公表(以後、随時裁判例の収集・分析の結果をフォローアップするとともに、平成25年度に「消費者契約法の運用状況に関する検討会」を開催。) ・有識者等へのヒアリングを実施</p>	<p>平成24年度</p> <p>・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」の会合へ出席</p>		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		<p>平成25年度</p> <p>・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。)</p>	<p>平成26年度</p> <p>・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」を開催し平成26年10月に「消費者契約法の運用状況に関する検討会報告書」を公表 ・内閣総理大臣から消費者委員会に対して消費者契約法の見直しについて諮問を行い(平成26年8月)、消費者委員会「消費者契約法専門調査会」の会合へ出席(7回)</p>	<p>平成27年度</p> <p>・消費者委員会「消費者契約法専門調査会」の会合へ出席(17回) ・平成27年12月に同専門調査会の報告書を取りまとめ、平成28年1月に消費者委員会から内閣総理大臣に対して答申 ・消費者委員会の答申を踏まえ、平成28年3月に「消費者契約法の一部を改正する法律案」を閣議決定し、国会に提出</p>		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
2 公益通報者保護法説明会の開催回数・参加者数・満足度	公益通報者保護法説明会の開催回数は減少したが、引き続き、出席者の満足度を高水準で得ることができた。			説明会等の実施や広報資料の配付等によって、公益通報者保護制度の認知度、通報窓口の設置、ガイドラインの主要項目への準拠状況の促進に努める。	×
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	・開催回数:5回 ・参加者数:566名 ・「有意義であった」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 ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合:86.0%	・開催回数:3回 ・参加者数:383名 ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合:86.3%		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	・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等と回答した出席者の割合:95.0%	・開催回数:6回(シンポジウム5回、セミナー1回) ・参加者数:257名 ・「内部通報制度の整備の必要性を感じた等と回答した出席者の割合:99.1%	・開催回数:2回 ・参加者数:174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:97.7%		
3 行政機関向け公益通報研修会の開催回数・参加者数・満足度	前年度同規模以上に行政機関向け公益通報研修会を実施するとともに、引き続き出席者の満足度も高水準で得ることができた。				○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	・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%	・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%		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	・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%	・開催回数:5回 ・参加者数:214名 ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合:94.0%	・開催回数:10回 ・参加者数:582名 ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合:93.6%		

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
4 行政機関における通報・相談窓口の設置率	<p>市区町村における通報・相談窓口設置率を平成29年度までに57%とする(消費者基本計画 平成27年3月閣議決定)べく、研修会の実施等に努めた。 ※各年度の数値は、当該年度に実施した前年度末時点の施行状況調査結果より算出している。</p>			<p>説明会等の実施や広報資料の配付等によって、公益通報者保護制度の認知度、通報窓口の設置、ガイドラインの主要項目への準拠状況の促進に努める。(再掲)</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	<p>・府省庁: 100%</p> <p>・都道府県: 100%</p> <p>・市区町村: 44.7%</p>	<p>・府省庁: 100%</p> <p>・都道府県: 100%</p> <p>・市区町村: 47.3%</p>	<p>・府省庁: 100%</p> <p>・都道府県: 100%</p> <p>・市区町村: 49.2%</p>		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
5 公益通報者保護制度の在り方についての検討状況(検討会の開催回数)	<p>平成28年3月に「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会」第1次報告書」を取りまとめた。今後は、同報告書に基づき各種施策を実施するとともに、制度的な手当が必要な事項については、引き続き精緻な検討を行う。</p>			<p>有識者検討会を開催し、公益通報者保護制度の実効性向上のための方向性について検討する。</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	<p>・国の行政機関の通報処理ガイドラインを一部改正</p>	<p>・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</p>	<p>・「公益通報者保護制度に関する実態調査」の実施</p>		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	<p>・実態調査結果を消費者委員会に報告</p> <p>・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</p>	<p>・消費者志向経営・コンプライアンス経営シンポジウム、セミナーを開催</p> <p>・「公益通報者保護制度に関する意見聴取(ヒアリング)」を設置・開催、その結果を平成27年4月に「公益通報者保護制度に関する意見聴取(ヒアリング)の主な意見」として公表</p>	<p>・平成26年度に開催した「公益通報者保護制度に関する意見聴取(ヒアリング)」の結果等を踏まえ、「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会」を設置し、10回開催。その結果を平成28年3月に「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会」第1次報告書」として公表</p>		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
6 消費者裁判手続特例法の施行に向けた政令、内閣府令、ガイドライン等の策定・公表	平成27年11月に施行令、内閣府令、ガイドライン等を策定し、公表した。			平成28年中の消費者裁判手続特例法の施行に向けて、平成27年中に政令、内閣府令、ガイドライン等を策定・公表する。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		・消費者裁判手続特例法の円滑な施行に向けて、特定適格消費者団体の業務の適性を確保するため、「特定適格消費者団体の認定・監督に関する指針等検討会」を開催	・「特定適格消費者団体の認定・監督に関する指針等報告書」を平成27年4月に公表 ・同報告書を踏まえ、施行令、施行規則、「特定適格消費者団体の認定・監督等に関するガイドライン」を平成27年11月に策定・公表		
測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
7 消費者団体訴訟制度に係る普及啓発事業の実施状況(パンフレットの配布部数、ポスター・動画の活用状況)	平成26年度に作成した広報用ポスター、パンフレット、動画を活用し、消費者団体訴訟制度の周知啓発に努めた。			説明会の実施や広報資料の配布等によって、被害回復を含めた消費者団体訴訟制度の周知・啓発に取り組む。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	シンポジウムの開催回数: 3回	シンポジウムの開催回数: 2回	シンポジウムの開催回数: 5回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	シンポジウムの開催回数: 6回	広報用ポスター、パンフレット、動画を作成し、4,062か所へ配布するとともに、消費者庁ウェブサイトへ掲載	・平成28年3月にテレビのスポットCM、電車内動画広告等の掲載を実施 ・パンフレットを5,000部配布		
8 適格消費者団体の支援の在り方についての検討状況(検討会の開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	「消費者団体訴訟制度の実効的な運用に資する支援の在り方に関する検討会」を平成28年夏頃を目途に報告書を取りまとめ、その結果を踏まえた施策を順次実施する予定。			平成27年度	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費者裁判手続特例法附則第4条等を踏まえ、検討会を開催し、適格消費者団体の業務の遂行に必要な資金の確保その他の支援の在り方について検討を行う。	○
			・消費者団体訴訟制度のより実効的な運用を実現するため、平成27年10月から「消費者団体訴訟制度の実効的な運用に資する支援の在り方に関する検討会」を設置し、平成27年度中に5回開催(平成28年度も引き続き実施)		

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) (判断根拠)	相当程度進展あり 測定指標2を除き、その他の測定指標について目標を達成することができたため、施策としては相当程度進展ありと判断した。測定指標2についても「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会」第1次報告書を踏まえ、公益通報者保護制度の意義等について更なる周知・啓発を進めることとしている。
	施策の分析	(実績値に減少等があった測定指標) 測定指標2の公益通報者保護法説明会の開催回数については、従前の実績と比較して減少しているが、その理由は平成26年度に「国の行政機関の通報処理ガイドライン」を改正しており、平成27年度は行政機関向けに同ガイドラインの改正内容の周知を積極的に行ったためである(測定指標3参照)。 測定指標4の行政機関における通報・相談窓口の設置率については、前年度比0.3%の微増ではあるが、平成27年度に消費者庁で実施した「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会」において地方公共団体における通報窓口の整備促進について提言が示されたところであり、同提言を平成28年度以降に実施することで平成29年度までに57%とすることができるものと考えられることから目標達成とした。 (達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費生活に関する制度の企画・立案・推進経費」により実施した消費者裁判手続特例法の普及啓発事業は、消費者団体訴訟制度のうち特に被害回復制度が平成28年10月から新たに施行される制度であることから、本事業により消費者団体訴訟制度の認知度を高めることは消費者利益の擁護の実効性を高めることに寄与したと考えられる。また、適格消費者団体の認定・監督・支援に関する業務は、適格消費者団体が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いることから、消費者被害の未然防止・拡大防止に寄与していると考えられる。さらに、高齢化等の社会経済状況の変化を踏まえ、消費者の利益の擁護を図るため、平成28年3月に「消費者契約法の一部を改正する法律案」を閣議決定し、国会に提出した。 達成手段(2)「公益通報者保護の推進に必要な経費」により実施した公益通報者保護制度の研修会については、研修会開催地の選定に際して通報・相談窓口設置率の低い都道府県を優先的に選択し、説明会の効率的な実施に努めた。	
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 消費者の利益の擁護及び増進を図るため、引き続き、消費生活に関する制度等を企画・立案・推進する。 【測定指標】 平成28年10月に施行を予定している消費者裁判手続特例法については、施行令、施行規則、ガイドライン等含めた制度の周知・啓発を行う。 平成28年5月に改正法が成立した消費者契約法の周知・啓発に取り組んでいく。 また、適格消費者団体及び特定適格消費者団体に対しては適切な認定及び監督を行うとともに、「消費者団体訴訟制度の実効的な運用に資する支援の在り方に関する検討会」における議論を踏まえた支援策を実施する。 公益通報者保護制度については、「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会」における議論を踏まえ、更なる制度の普及・啓発に取り組むとともに制度的手当が必要な事項については、引き続き精緻な検討を行う。	

学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・記載されている測定指標が達成すべき目標に対し、代理変数的な指標となっていると思う。達成すべき目標に対して、直接効果を捉えることができる取組を測定指標とすべきではないか。例えば、消費者団体訴訟制度の推進という目標に対しては、適格消費者団体の認定件数といった指標が考えられるのではないか。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) ・制度の「推進」という観点からの測定指標が広報活動に偏りがちにみえるところ、効果のモニタリング等のフォローアップの状況も示すべきではないか。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、次期事前分析表の測定指標をより適切なものとするよう今後検討する。 ・地方公共団体や中小企業、業界団体の公益通報・相談窓口設置支援のために、優良事例を広く周知する等の取組みは有益である。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、公益通報・相談窓口設置支援の取組みを効果的に行ってまいりたい。
-----------------	--

<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】 消費者委員会「消費者契約法専門調査会」 (http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/other/meeting5/index.html) 消費者庁「消費者契約法の一部を改正する法律案」の閣議決定について」 (http://www.caa.go.jp/soshiki/houan/index.html#main)</p> <p>【測定指標2】 消費者庁「平成27年度「消費者志向経営実践シンポジウム」」 (http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/widely_education.html)</p> <p>【測定指標3】 消費者庁「平成27年度行政機関職員向け公益通報者保護制度に関する研修会」 (http://www.caa.go.jp/planning/koueki/gyosei/27kenshukai.html)</p> <p>【測定指標4】 消費者庁「平成26年度行政機関における公益通報者保護法の施行状況調査の結果」 (http://www.caa.go.jp/planning/koueki/chosa-kenkyu/files/h26kouekisekou_1.pdf)</p> <p>【測定指標5】 消費者庁「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会」 (http://www.caa.go.jp/planning/koueki/chosa-kenkyu/koujou.html)</p> <p>【測定指標6】 消費者庁「特定適格消費者団体の認定・監督に関する指針等検討会」 (http://www.caa.go.jp/planning/syohishadantai_kentoukai.html#m01)</p> <p>【測定指標8】 消費者庁「消費者団体訴訟制度の実効的な運用に資する支援の在り方に関する検討会」 (http://www.caa.go.jp/planning/index16.html)</p>
----------------------------------	---

担当部局名	消費者制度課	作成責任者名	消費者制度課長 加納 克利	政策評価実施時期	平成28年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	---------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-③)

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、第189回通常国会に提出された個人情報保護法改正案の審議の状況を踏まえつつ、法制度の周知徹底により、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		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	26	24	18	0
		補正予算(b)	-	-	-	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	26	24	-	
執行額(百万円)		17	11	8		
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定)施策番号 5(2)②					

測定指標	1 個人情報保護法に関する説明会(開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		個人情報保護法に関する事務が平成28年1月1日から消費者庁から個人情報保護委員会に移管されたが、平成27年12月までの間に、都道府県と開催日程や開催場所等について調整を行った上で説明会を開催した。			平成27年度	○
		平成22年度	平成23年度	平成24年度	第189回通常国会に提出された個人情報保護法改正法案の審議の状況を踏まえつつ、法制度の周知徹底を図る。	
		13か所	13か所	13か所		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		12か所	13か所	10か所		
	2 個人情報保護法に関する説明会(参加者数)	施策の進捗状況(実績)			達成	達成
		個人情報保護法に関する事務が平成28年1月1日から消費者庁から個人情報保護委員会に移管されたが、平成27年12月までの間に、都道府県と開催日程や開催場所等について調整を行った上で説明会を開催した。			○	
		平成22年度	平成23年度	平成24年度		
		3,123人	3,057人	3,077人		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		2,492人	3,229人	2,002人		

	測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成27年度	
	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」又は「まあ有益であった」との回答)の割合)	90%	80%	87%	第189回通常国会に提出された個人情報保護法改正法案の審議の状況を踏まえつつ、法制度の周知徹底を図る。(再掲)	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		89%	91%	85%		
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)	<p>測定指標2については、説明会開催回数の減少に伴い、説明会参加者数が前年度に比べて減少しているが、1会場あたりの人数は引き続き200人以上と高水準であることから肯定的に評価できる。</p> <p>測定指標3については、説明会に対する肯定的評価が前年度に比べて若干減少しているが、引き続き85%以上と高水準であることから肯定的に評価できる。</p> <p>したがって、施策は「目標達成」と判断した。</p>			
	施策の分析	<p>(実績値が減少等があった測定指標)</p> <p>測定指標1については、前年度に比べて減少しているが、個人情報保護法に関する事務が平成28年1月1日から個人情報保護委員会に移管されており、消費者庁として説明会を開催できる期間が例年に比べて3か月短くなったためであり、開催の頻度自体は従前と同程度となっていることから、目標達成と判断した。</p> <p>測定指標2及び3については、前年度に比べて若干減少しているものの、いずれの実績も高水準であることや参加者の属性についても地方公共団体の職員、事業者、自治会関係者、学校関係者等、様々な分野からの参加が得られたことから、目標達成と判断した。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「個人情報の保護に必要な経費」により実施した個人情報保護法に関する説明会については、消費者庁において開催可能な時期が短くなったにもかかわらず引き続き高い水準の開催回数及び参加者数を維持できたとともに、地方公共団体の職員、事業者、自治会関係者、学校関係者等、様々な分野からの参加が得られ、法制度の普及・啓発に資するものとなった。なお、説明会の会場選定に当たっては、県庁舎を会場とするなど会場費を抑えるよう地方公共団体に協力を求め効率的な実施に努めた。</p> <p>また、「個人情報の保護に関する法律及び行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律の一部を改正する法律」の施行に伴い、平成28年1月1日から個人情報保護法に関する事務が消費者庁から個人情報保護委員会に移管されたが、事務の移管に際して必要な協力を行った。</p> <p>これらに鑑みれば、本達成手段は有効かつ効率的に個人情報保護制度の普及・啓発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>【施策】</p> <p>「個人情報の保護に関する法律及び行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律の一部を改正する法律」の施行に伴い、平成28年1月1日から個人情報保護法に関する事務が消費者庁から個人情報保護委員会に移管されたため、消費者庁における評価結果を個人情報保護委員会に対して適切に共有することとしたい。</p>				

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・今般の個人情報保護法の改正では個人情報の保護とICTの利活用との両立という点が重視されていると思う。政策評価においても、「保護と利活用のバランス」を意識した評価があってもよいのではないか。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘の点について個人情報保護委員会との間で共有し、適切な対応をしてみたい。</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>【測定指標1～3】 個人情報保護委員会「平成27年度個人情報保護法説明会」 (http://www.ppc.go.jp/personal/pr/seminar27_caa/)</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>消費者制度課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者制度課長 加納 克利</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>平成28年8月</p>
--------------	---------------	---------------	--------------------------	-----------------	----------------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-④)

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(平成24年法律第61号)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、同法第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、掲載情報の拡充を行う。 消費者教育の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つの領域ごとの目標に対応した消費者教育用副教材を作成する。 「倫理的消費」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を深め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行う。</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、地方公共団体、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行うため、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。 子供の不慮の事故の減少への寄与を図るため、子供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供の不慮の事故防止等を行う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供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	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">区分</th> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">予算の状況 (百万円)</td> <td>当初予算(a)</td> <td>47</td> <td>47</td> <td>46</td> <td rowspan="4">36</td> </tr> <tr> <td>補正予算(b)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>繰越し等(c)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>合計(a+b+c)</td> <td>47</td> <td>47</td> <td>46</td> </tr> <tr> <td colspan="2">執行額(百万円)</td> <td>37</td> <td>16</td> <td>45</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	区分		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	47	47	46	36	補正予算(b)	-	-	-	繰越し等(c)	-	-	-	合計(a+b+c)	47	47	46	執行額(百万円)		37	16	45		
区分		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度																											
予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	47	47	46	36																											
	補正予算(b)	-	-	-																												
	繰越し等(c)	-	-	-																												
	合計(a+b+c)	47	47	46																												
執行額(百万円)		37	16	45																												
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>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定)施策番号 1(1)⑤、4(2)①~⑩、⑮、4(3)①、6(1)⑥</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) ・消費者教育や啓発に係る地方支援、(中略)などに取り組む。 ・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(以下、略)</p>																															

測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	平成27年度実績は、前年度から915件増加しており、引き続き、増加傾向をたどっている。			平成27年度	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	「子どもを事故から守る！プロジェクト」を展開し、子供の不慮の事故を防止するための普及活動を推進する。	
	6,222	20,200	23,593		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
26,321	27,143	28,058			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
2 消費者教育推進会議の開催(開催回数)	消費者教育推進会議を4回開催。「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点整理を当面の検討課題とし、関係省庁及び地方公共団体から、消費者教育の実施状況についてそれぞれヒアリングを実施した。この他、当会議の下に設置された「消費者市民社会普及ワーキングチーム」及び「若年者の消費者教育に関するワーキングチーム」を1回ずつ開催。			「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等を開催し、消費者教育推進のため、先進事例の把握、周知及び普及に努める。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	計3回	計11回	計4回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	計14回	計16回	計6回		
3 消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置状況(消費者教育推進計画の策定数、消費者教育推進地域協議会の設置数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	消費者教育推進会議において、モデル事例となる取組を行っている地方公共団体(3団体)からヒアリングを実施し、その情報をウェブサイトにて提供した。また、消費者行政ブロック会議(全6ブロック)において、消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置について説明を行うとともに、各都道府県における策定・設置状況を報告した。			平成27年度	
	消費者教育推進計画の策定数			消費者教育推進会議において、地方公共団体におけるモデル事例となる取組のヒアリングを行い、他の都道府県へ情報提供をする等、消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置に向けた取組を支援する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	/	/	/		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	11	29	33		
	消費者教育推進地域協議会の設置数				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	/	/	/		
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
18	35	42			
4 消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)の検討・変更の状況(消費者教育推進会議の開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	消費者教育推進会議を4回開催。「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点整理を当面の検討課題とし、関係省庁及び地方公共団体から、消費者教育の実施状況についてそれぞれヒアリングを実施した。この他、当会議の下に設置された「消費者市民社会普及ワーキングチーム」及び「若年者の消費者教育に関するワーキングチーム」を1回ずつ開催。			平成27年度	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成29年6月までに「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点を整理すべく、①国、②地方公共団体、③その他関係者の施策の実施状況を把握する。	○
	計3回	計11回	計4回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	計14回	計16回	計6回		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
5 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(更新件数) (消費者教育に使用される教材等の整備)	平成27年度の消費者教育ポータルサイト掲載情報の新規登録・更新件数は29件と、引き続き、情報提供の拡大及び充実を図っている。また、利用者の教材選択に資するよう、消費者教育ポータルサイト掲載情報評価等検討会(平成27年度)を開催し、教材に関する情報の整理の仕方について検討を行い、消費者教育ポータルサイト掲載情報に関する評価書を作成した。			消費者教育ポータルサイトの周知を行うとともに、消費者教育ポータルサイト掲載情報評価検討会を開催し、教材に対する評価書を作成し、ポータルサイトへ掲載する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	150	640(※)	100		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	950(※)	52	29		
(※)平成23年度及び平成25年度は消費者教育ポータルサイトの大規模な改修に伴い、既存情報の更新を行ったことから、件数が増加している。					
6 各都道府県における消費者教育推進地域協議会の設置状況(消費者教育推進地域協議会の設置数)	平成28年2月の地方消費者行政グループフォーラム中部ブロック(岐阜市)は、文部科学省「消費者教育フェスタ」と連携開催した。また、消費者行政ブロック会議(全6ブロック)において、各都道府県における消費者教育推進地域協議会の設置について説明を行うとともに、設置状況を報告した。			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。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	18	35	42		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
7 大学等における消費者関連の取組(消費者教育推進会議の開催回数)	消費者教育推進会議を4回開催し、学校における消費者教育の充実方策について検討を深め、提案の方向性を決定した。また、若年者の消費者教育に関するワーキングチームを開催し、成年年齢の引下げに向けた環境整備の充実のための教材作成について議論を深めた。			消費者教育推進会議において、学校における消費者教育の充実方策について検討するとともに、成年年齢の引下げに向けた環境整備の充実のための教材等についても検討する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	計3回	計11回	計4回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	計14回	計16回	計6回		
8 副教材の作成、副教材作成委員会の開催(消費者教育推進会議の開催回数)	消費者教育推進会議を4回開催し、学校における消費者教育の充実方策について検討を深め、提案の方向性を決定した。また、若年者の消費者教育に関するワーキングチームを開催し、成年年齢の引き下げに向けた環境整備の充実のための教材作成について議論を深めた。				達成
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	計3回	計11回	計4回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	計14回	計16回	計6回		
9 地域への講師派遣の状況(派遣数)	地域で開催される講座等、地域で活動する者を対象とした消費者教育の推進、消費者教育の担い手育成、消費者教育コーディネーター養成等を目的とした講座への講師派遣を21回実施した。			地域で開催される講座等への講師派遣を実施し、地域における消費者教育の推進を行う。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			21		
10 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(更新件数)(家庭でできる消費者教育)	平成27年度の家でできる消費者教育教材や地方における親子向けの講座の案内に係る更新件数は14件と、引き続き、情報提供の拡大及び充実を図っている。			家庭でできる消費者教育教材や地方における親子向けの講座の案内を積極的に収集し、消費者教育ポータルサイトへの掲載を行う。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	22	39	38		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	31	33	14		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	平成27年度			平成27年度	
11 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(更新件数)(事業者・事業者団体による取組事例)	平成27年度の事業者・事業者団体による取組事例に係る更新件数は8件と、引き続き、情報提供の拡大及び充実を図っている。			事業者・事業者団体による取組事例を積極的に収集し、消費者教育ポータルサイトへの掲載を行う。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	28	25	40		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	9	14	8		
12 研究会の開催状況(開催回数)	平成27年度に「倫理的消費」調査研究会を6回開催した。また、欧州での現地調査の実施や、研究会関連シンポジウム(「エシカル・ラボ」)の開催を行った。			「倫理的消費」調査研究会を開催するとともに、先進的な海外の現状調査や、普及策として倫理的消費のシンポジウムを実施する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	/	/	/		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	/	/	6		
13 副教材の作成、副教材作成委員会の開催(消費者教育推進会議の開催回数)	消費者教育推進会議を4回開催し、金融経済教育の実施状況について、金融庁からヒアリングを実施した。また、金融経済教育推進会議(主催:金融広報中央委員会)に出席し、関係機関と連携を図った。			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金融経済教育用教材を作成し、消費者教育ポータルサイトにおいて提供することにより消費者教育の推進を行う。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	計3回	計11回	計4回		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	計14回	計16回	計6回		
14 食育等に関する啓発資料等の配布(件数)	第10回食育推進全国大会において、①食品と放射能(600部)、②食品表示(1,000部)、③フードロス(970部)に関するパンフレットを配布し、正確な情報提供等を推進した。			食品の安全性、栄養、食習慣などについての正確な情報の提供等を推進する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	300	1,400	1,400		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	2,650	2,900	2,570		
15 消費者団体との意見交換会の開催状況(開催回数)	消費者団体との意見交換会を5回実施した。			消費者団体との意見交換会の開催を推進する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	2	1	9		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	7	4	5		

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
16 消費者団体との連携の推進状況(消費者団体と連携した事業・イベント等の回数)	全国8ブロックで、消費者団体と連携し地方消費者グループ・フォーラムを開催。地域の消費者団体による消費者被害防止ネットワークの構築、教育関係者及び福祉関係者と連携した消費者教育・啓発の推進等のモデル事業の実施について報告と意見交換を行った。			地域の消費者団体等によるネットワーク構築・推進モデル事業を実施する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			8		
測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	研修回数は3回、参加者数は74名である。なお、研修対象者は、本府省審議官級に昇任した職員である。			平成27年度	○
	研修回数			国家公務員(本府省審議官級に昇任した職員)向けに消費生活センター等における窓口業務を体験する研修を着実に実施する。	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	5	5	2		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	3	3	3		
	研修参加者数				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	66	49	64		
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
82	86	74			

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) (判断根拠)	目標達成 全ての測定指標について目標を達成することができたため、施策としては目標達成と判断した。		
	施策の分析	<p>(実績値が減少等している測定指標)</p> <p>測定指標2、4、7、8、13については、①平成26年度末に第1期消費者教育推進会議を取りまとめで以降、第2期消費者教育推進会議の始動が平成27年7月からとなったこと、②平成26年度の第1期消費者教育推進会議が本会議及び3つの小委員会により構成されていたのに対し、第2期消費者教育推進会議は本会議及び2つのワーキングチームという構成で議論を行うこととしたことから、開催回数のみに着目すると前年度と比較して減少している。しかし、本会議自体の開催回数は平成26年度(4回)と同数であり、目標としていた消費者教育の実施状況の把握も進められたことから、目標達成と判断した。</p> <p>測定指標5については、平成23年度及び平成25年度は、消費者教育ポータルサイトの大規模改修に伴い、既存情報の更新を行ったことから、更新件数が著しく多かった。平成27年度は、前年度に比して更新件数は減少しているが、引き続き29件の情報更新を行い情報提供の拡大・充実が図られていること、利用者の教材等の選択に資するよう、平成27年3月に消費者教育ポータルサイトの改修を行い、消費者教育の拠点となるべく消費生活センターの規模・機能に応じた検索機能の実装や「消費者教育の担い手向けナビゲーション」の掲載を行ったほか、教材に関する情報の整理のための検討会の開催や評価書の作成等の取組により情報提供の状況が前進していることから、目標達成と判断した。</p> <p>測定指標10、11については、消費者教育ポータルサイト立ち上げ以降、教材等の新規登録が頭打ちを迎えつつあるといった面もあり、更新件数は前年に比して下回ったが、引き続き更新は行っており、ある程度の拡大・充実は図られたことから、目標達成と判断した。</p> <p>測定指標14については、配布部数自体は前年に比して下回ったが、配布会場の規模に比して必要十分な資料配布を行うことができたことから、目標達成と判断した。</p> <p>測定指標17の参加者数の減少については、本府省審議官級に昇任した職員数の多寡に基づくものであり、対象者に対して着実に研修を実施することができたことから、目標達成と判断した。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進経費」により実施している消費者教育の推進のための施策については、以下のような具体的な成果が挙げられることから、達成手段の有効性、効率性があると認められる。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子ども安全メールの登録者数は増加傾向にある。 ・消費者教育推進会議を開催し、着実に議論を深めている。 ・「倫理的消費」調査研究会での議論や「エシカル・ラボ」の開催により、一定の議論の喚起が図られている。 ・地域における消費者教育の推進や担い手育成等を目的とした講座への講師派遣を推進している。 			
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>平成27年度は目標達成に向け着実に前進しているが、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り、「消費者基本計画」等に基づき、政策評価結果を踏まえて、引き続き測定指標に掲げるような各分野の施策を進めていく。</p> <p>なお、測定指標5、10、11においては、消費者教育ポータルサイト掲載情報の新規登録・更新件数が減少していることを踏まえ、消費者教育ポータルサイトの在り方、周知方法等について検討する。</p>			
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では消費者教育推進会議の開催回数を指標としているが、目標では「先進事例の把握、周知及び普及」となっている。目標と指標がダイレクトに結びついていないのではないか。指標設定の工夫が必要だと思う。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、次期事前分析表の測定指標において反映できるよう今後検討する。 ・測定指標5、10及び11では、同じような項目が並んでいる(目標の記載ぶりが異なるのに、測定指標の記載ぶりが同じ)が、違いがわかるように記載を工夫してほしい。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →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	<ul style="list-style-type: none"> ・「子どもを事故から守る！プロジェクト」 http://www.caa.go.jp/kodomo/index.php ・消費者教育推進会議 http://www.caa.go.jp/information/index15.html ・消費者教育ポータルサイト http://www.caa.go.jp/kportal/index.php ・「倫理的消費」調査研究会 http://www.caa.go.jp/region/index13.html 				
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・地方協力課長 金子 浩之	政策評価実施時期	平成28年8月

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-⑤)

<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」(平成24年7月)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」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。</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>	<p>区分</p>	<p>平成25年度</p>	<p>平成26年度</p>	<p>平成27年度</p>	<p>平成28年度</p>	
	<p>予算の状況(百万円)</p>	<p>当初予算(a)</p>	<p>1,373</p>	<p>3,853</p>	<p>3,649</p>	<p>3,652</p>
	<p>補正予算(b)</p>	<p>1,499</p>	<p>2,477</p>	<p>2,000</p>	/	
	<p>繰越し等(c)</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>		
	<p>合計(a+b+c)</p>	<p>2,873</p>	<p>6,330</p>	<p>5,649</p>		
<p>執行額(百万円)</p>	<p>2,862</p>	<p>4,191</p>	<p>5,394</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>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定) 施策番号5(3)②、6(2)①～⑤、⑦ ○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すべ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<2012年度に実施すべき事項> ・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%<2015年度までに実施すべき事項> ・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<2020年までに実現すべき成果目標></p>					
<p>測定指標</p>	<p>1 「消費者団体名簿」の取りまとめ状況</p>	<p>施策の進捗状況(実績)</p>		<p>目標</p>	<p>達成</p>	
		<p>平成27年度中の公表には至らなかったが、消費者団体名簿の集計が終了し、平成28年6月に公表済み。</p>		<p>平成27年度 全国の消費者団体数、会員数、団体の性格、設立年代、関心事項、活動状況等を取りまとめ、「消費者団体名簿」を作成し、関係府省庁等における審議会委員の選任の参考となる資料を提供する。</p>	<p>×</p>	

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
2 外国語による相談体制が整備された消費生活センターを有する都道府県数	<p>地方消費者行政推進交付金の活用等により、都道府県及び政令市に設置されている消費生活センターのほか、各市区町村に設置されている消費生活センターを含む消費生活相談窓口における在留外国人の国内での消費活動に係る相談体制の強化に努めた。</p>			<p>東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会に向けて増加が見込まれる在留外国人への情報提供や相談体制の強化を図る。</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	/				
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	/				
	18(※)				
(※)平成27年12月時点。都道府県への聞き取り調査に基づく。					
3 地方消費者行政強化作戦の達成状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
	<p>地方消費者行政推進交付金を平成27年度当初予算で30億円、補正予算で20億円措置し、「地方消費者行政強化作戦」(平成26年1月策定。平成27年3月改定。)の趣旨である、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の全国的な整備が図られるよう、地方公共団体の取組を支援した。</p> <p>「地方消費者行政強化作戦」の各政策目標の達成状況は以下のとおり(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。)</p>			<p>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・安心を確保すべく、そのための地方公共団体の取組を財政面を中心に支援することとする。</p>	○
	政策目標1-1:相談窓口未設置の自治体(市町村)を解消している都道府県の割合				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	/				
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	/				
	97.9%				
	100%				
平成27年4月1日時点で、相談窓口未設置の自治体はゼロとなった。					
政策目標2-1①:消費生活センターの設立促進(人口5万人以上の全市町)を達成している都道府県の割合(目標:平成32年度までに100%)					
平成22年度	平成23年度	平成24年度			
/					
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
/					
40.4%					
42.6%					

測定指標

3 地方消費者行政強化
作戦の達成状況(再掲)

施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
政策目標2-1②:消費生活センターの設立促進(人口5万人未満の市町村の50%以上)を達成している都道府県の割合(目標:平成32年度までに100%)			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・安心を確保すべく、そのための地方公共団体の取組を財政面を中心に支援することとする。(再掲)	○	
平成22年度	平成23年度	平成24年度			
/					
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
/					
21.3%					25.5%
人口規模の小さい市区町村ほど消費生活センターの設置率が低くなっており、引き続き小規模市町村を中心に相談体制の強化を促す必要がある。					
政策目標2-2:管内自治体(市区町村)の50%以上に消費生活相談員を配置している都道府県の割合(目標:平成32年度までに100%)					
平成22年度	平成23年度	平成24年度			
/					
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
/					76.6%
政策目標2-3:消費生活相談員の資格保有率を75%以上に引き上げを達成している都道府県の割合(目標:平成32年度までに100%)					
平成22年度	平成23年度	平成24年度			
/					
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
/			48.9%	51.1%	
政策目標2-4:消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げ(各年度)を達成している都道府県の割合(目標:平成32年度までに100%)					
平成22年度	平成23年度	平成24年度			
/					
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
/			8.5%	10.6%	
消費生活相談員の研修参加率については、100%が5県、80%以上100%未満が37都道府県、80%未満も5県あることから、多面的な取組を通じて、各都道府県における研修参加率の引き上げを図る必要がある。					

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	目標	
3 地方消費者行政強化 作戦の達成状況(再掲)	政策目標3-1:適格消費者団体が存在するブロックの割合(目標:平成32年度までに100%)			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・安心を確保すべく、そのための地方公共団体の取組を財政面を中心に支援することとする。(再掲)	○	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度			
	/					
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
			66.7%			66.7%
	施策の進捗状況(実績)					
	政策目標4-1①:消費者教育推進計画を策定している都道府県及び政令市の割合(目標:平成32年度までに100%)					
	平成22年度	平成23年度	平成24年度			
	/					
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
			43.3%			53.7%
	政策目標4-1②:消費者教育推進地域協議会を設置している都道府県及び政令市の割合(目標:平成32年度までに100%)					
平成22年度	平成23年度	平成24年度				
/						
平成25年度	平成26年度	平成27年度				
		53.7%	74.6%			
※政策目標5-1:消費者安全確保地域協議会の設置(人口5万人以上の全市町)を達成している都道府県の割合については、同協議会の設置に係る改正消費者安全法の規定が平成28年4月1日より施行となったことから、平成27年度の実績としては該当がない。						
4 地域の見守りネットワーク構築に向けた地方公共団体の取組に対する支援状況(説明会等実施回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
	消費者行政ブロック会議、地方消費者グループ・フォーラムのほか、各種説明会の場で地域の見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築に向けた情報提供を行った。 また、平成28年1月には、他の地域の取組の参考となるよう、地方公共団体における先進事例を取りまとめた「地域における見守りネットワーク構築に向けた取組事例」を公表した。			平成27年度	○	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	平成28年4月1日の改正消費者安全法の施行に向けて、制度の周知を図るとともに、地域の見守りネットワークに関する先進事例の収集及び情報提供を行うこと等により、地方公共団体における消費者安全確保地域協議会設置等の地域の見守りネットワーク構築に向けた取組を支援する。		
	/					
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
		26	46			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
5 都道府県等消費者行政担当課長会議の開催	<p>平成27年4月に都道府県及び政令指定都市の消費者行政担当課長等を対象とした「都道府県等消費者行政担当課長会議」を開催し、国の消費者行政の最近の動向について、情報共有を図った。</p>				○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
		1	1		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1	1	1		
6 消費者行政ブロック会議等の開催(回数)	施策の進捗状況(実績)			<p>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を引き続き開催する。開催に当たっては、必要に応じて都道府県のニーズに沿った資料の配布や参加者数を増加させるための効率的なブロック分け及び開催場所の決定を行いながら開催する。併せて、消費生活センター所長会議に参加し、「現場」の相談員等と意見交換を行う。</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	6	6	6		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	6	6	6		
7 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)				○
	<p>全国10ブロックの担当者(各1名)が月1回程度、消費生活センター等を訪問するなど、消費生活相談の「現場」に積極的に向き、意見交換を行った。</p>				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	163	189	214		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
189	201	201			
8 消費者庁所管法令執行担当者研修の開催(参加人数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
	<p>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「初任者研修」(平成27年5月)及び執行に必要な実務スキルの向上を目指した「専門研修」(同年9月～10月)を実施し、都道府県等における執行力の強化を図った。</p>			<p>引き続き、消費者庁所管法令執行担当者研修の開催により地方公共団体の担当職員の一層の専門性の向上を図り、もって地方公共団体の人材強化に寄与するとともに消費者行政ブロック会議等の開催により情報共有を行い、国と都道府県との連携に資するよう支援を行う。</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	233	355	563		
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
525	463	456			

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
9 消費者ホットラインの運営(入電件数)	<p>消費者ホットラインの運用により、消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在を知らない消費者に、近くの消費生活相談窓口を案内するための体制整備を継続的に実施した。</p> <p>また、平成27年7月から3桁の電話番号「188番(いやや!)」による案内を開始し、消費者庁ウェブサイトへの掲載、啓発チラシの作成・配布、各種会議を通じて周知を行ったところ、平成27年度の利用件数は平成26年度のおおむね2倍程度となった。</p>			<p>引き続き、消費者ホットラインの活用状況を踏まえつつ、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。3桁化で、消費者ホットラインがさらに覚えやすく活用しやすくなったことを地方公共団体の出席する会議等で説明するとともに、消費生活センターのチラシ等の媒体への掲載協力を求めるなどして周知を図り、利用促進を進める。</p> <p>また、3桁化による利便性の向上に伴う消費者ホットラインの利用増加に対応できるよう土日祝日や消費生活センター等の一時的な閉所日(施設の設備点検等)における接続先の適切な設定等を行う。</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	232,435	236,081	242,015		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	308,519	344,000	688,437		
測定指標	<p>国民生活センターと連携してPIO-NETシステムを刷新し、平成27年9月28日からPIO-NET2015による運用を開始した。システム刷新に当たり、「国の行政機関等におけるPIO-NET情報の利用指針」を見直し、国の行政機関における適切な運用を図るとともに、国の行政機関を含めた利用者に対しPIO-NET2015の操作研修を行い、利用を推進した。</p>			<p>国民生活センターと連携して、PIO-NETを適切に運用し、国の行政機関による利用を推進する。また、PIO-NETを活用して、事業者に対する法執行・指導監督の権限を持つ地方公共団体の担当部署等への消費生活相談情報の共有を推進する。</p>	○
	(PIO-NETを利用している国の行政機関等の課室数)				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	53	74	98		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	112	131	135		
	(国の行政機関等への情報提供回数/地方公共団体の消費者行政部局から法執行・指導監督部署への情報提供回数)				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1,215/-	706/-	976/-		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
1,568/-	2,506/-	2,457/4,004(※)			
(※)平成27年4月1日時点					

評価結果	(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり
	(判断根拠)	目標未達となった測定指標1の「消費者団体名簿」の取りまとめについては、平成27年度中の公表には至らなかったが、その後公表まで至ったこと、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という本施策の目標に照らし、必ずしも本測定指標が大勢を決める指標になるわけではないこと、その他の施策については目標達成となっていることから、施策全体としては「相当程度進展あり」と判断した。
	目標達成度合いの測定結果	
施策の分析	(実数値が減少等している測定指標) 測定指標8については、実績値は減少しているものの、ほぼ前年度と同程度で推移しているといえる範囲の数値であることから、目標達成と判断した。	
	(未達となった測定指標) 測定指標1の「消費者団体名簿」の取りまとめについては、平成27年1月から2月にかけて対象団体へアンケート調査を行い、平成27年度中の取りまとめ・公表を目指していたが、回答の回収状況が悪く、アンケートの回答締切経過後に相当数の回答が寄せられ追加集計を行ったことにより、取りまとめに時間を要したため、公表が遅れたものである。	
次期目標等への反映の方向性	(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「地方消費者政策推進経費」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、少額随意契約のものを除き、一般競争入札を実施して透明性、公平性を図り、単位当たりコストも妥当であることから、有効性、効率性が認められる。 達成手段(2)「地方消費者行政推進交付金」については、測定指標2及び3のとおり、本交付金を活用した当面の政策目標である「地方消費者行政強化作戦」等に基づき、目標に向けて着実に前進していること、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)「消費者ホットラインの3桁化」については、3桁化により消費者ホットラインの利用件数がおおむね倍増したという成果が認められること、同時期に3桁化を行った厚生労働省(児童相談所全国共通ダイヤル)と消費者庁で必要な経費を按分して負担するなど、事業者との契約の際に経費の効率化を図り、適切に執行されていることから、有効性、効率性が認められる。	
	【施策】 ・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・交流を推進する。 ・地方消費者行政に関する財政措置については、事業の効果がある程度発現していると認められる一方、今後に向けて以下のような課題が挙げられることから、引き続き「地方消費者行政強化作戦」に基づき、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組む。 ①人口規模の小さい市区町村ほど消費生活センターの設置率が低くなっており、小規模市町村を中心に相談体制の実質的な強化の面で課題が残っている。(政策目標1-1関係) ②消費生活相談員の研修参加率については、相談体制の実質的な強化を図ることで研修中の相談員に代替する人員を確保したり、各地方から参加しやすいように国民生活センターにおける研修の利便性を向上させる等、多面的な取組を行うことにより、引き続き引き上げを図る必要がある。(政策目標2-4関係) ・「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」の運用に当たっては、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。	
	【測定指標】 ・測定指標1については、次回の「消費者団体名簿」の作成のための調査を平成29年度に実施する予定としており、その際には作業スケジュールの見直し等を検討し、改善を図ることとする。	

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・測定指標3に「地方消費者行政強化作戦」の指標等が掲載されており、各指標の目標値が平成32年度までに100%としているところ、政策目標1-1以外の各政策目標の実績値を見るとまだ道程が長いと言わざるを得ない。政策目標を達成するために、手段として地方公共団体に対する財政面の支援を中心に充実させるという組立てになっていると思うが、より幅広く政策目標を達成するためのプログラムが必要ではないか。相当強力な指導あるいは支援がないと、現在の状況とあまり変わらずに4、5年経ってしまうのではないかという懸念を抱く。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会)</p> <p>・同じく測定指標3について、各政策目標の平成27年度の実績と平成32年度までの目標値とを比べると、達成がかなり難しいものもみられる。平成27年度の数値が前年度を上回っているということだけをもって「達成」としてしまってもよいのか。何らかの説明が必要ではないか。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会)</p> <p>→指摘を踏まえ、「施策の進捗状況」欄の記述を見直すとともに、次期目標等の設定に向け、今後検討する。</p> <p>・「ブロック会議等の効率的なブロック分け」はどのような効果があるのかよく分からないように思える。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会)</p> <p>→指摘も踏まえつつ、今後検討する。</p> <p>・測定指標8は各都道府県の法執行強化という面から、指標としては研修の開催数だけでは不十分であり、都道府県の法執行機能の組織力の強化が重要であると思う。都道府県別では東京都や大阪府といった先進的な取組を行っている都道府県では、特定商取引法等の行政処分を行っていると思うが、行政処分を行ったことがない都道府県もあると思う。その観点から法執行力の都道府県別のバラツキをなくすという観点からの指標も考えられないか。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会)</p> <p>→現時点で地方消費者行政の現況調査において、地方公共団体に法執行の実施状況を可視化し、都道府県別のバラツキをなくすべく取り組んでいるが、測定指標については、指摘も踏まえつつ、今後検討する。</p> <p>・消費者ホットライン「188」はまだまだ知られていないと思う。認知度を大幅に向上するために何らかの方策を考えた方がよいのではないか。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会)</p> <p>→消費者月間関連事業や地方消費者行政推進交付金を活用し、認知度を上げるべく取り組んでいるところだが、今後も引き続き認知度向上に向けた方策を検討する。</p> <p>・「188」を運用するに当たり、なぜ利用件数が伸びたのかといった考察につき、同時期に開始された厚生労働省の「189」(児童相談窓口)と情報交換や連携を図るといったことも考えられるのではないか。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会)</p> <p>→指摘も踏まえつつ、今後検討する。</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」(平成27年3月) http://www.caa.go.jp/region/pdf/tihou_kyoka_1.pdf</p> <p>・「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況(平成27年12月時点)</p> <p>http://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/tihou_kyoka_kekka.pdf</p> <p>・平成27年度 地方消費者行政の現況調査(平成27年11月)</p> <p>http://www.caa.go.jp/region/chihou1.html#m09</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>消費者教育・地方協力課長 金子 浩之</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>平成28年8月</p>
--------------	--------------------	---------------	-------------------------------	-----------------	----------------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-⑥)

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、物価モニター調査及び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		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	45	54	52	58
		補正予算(b)	-1	-0	-0	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	44	54	51	
執行額(百万円)		34	42	51		
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定) 施策番号 4(4)②					

測定指標	1 公共料金の決定過程の透明性等を確保する措置の実施状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		公共料金等の改定に際して、物価問題に関する関係閣僚会議の開催等により、消費者利益を擁護する観点から、消費者の意見を反映させた。具体的には、関西電力の再値上げ申請に際し、原油安による費用削減効果を適切に盛り込むことなどを意見し、値上げ幅の圧縮などを図った。 また、東京電力の電気料金値上げ後のフォローアップについては、電力取引監視等委員会において評価方針取りまとめ後、速やかに消費者委員会へ付議出来るよう準備を行った。			平成27年度	○
	2 物価モニター調査実施回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		物価モニター調査について、全国47都道府県の物価モニター2,000人に生活関連物資等の価格の動向や物価動向についての意識等を調査し、結果を毎月ウェブサイトを通じて公表した。			平成27年度	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	物価モニター調査及び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。	
	3回 (平成25年10・12月、26年3月)	6回 (平成26年4・6・10・12月、27年2月)	12回 (平成27年4月より各月1回)	達成		
3 物価モニター掲載ページへのアクセス数	施策の進捗状況(実績)					
	物価モニター調査について、全国47都道府県の物価モニター2,000人に生活関連物資等の価格の動向や物価動向についての意識等を調査し、結果を毎月ウェブサイトを通じて公表した。				○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
	36,834回	127,882回	181,920回			

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) (判断根拠)	目標達成 測定指標1、2及び3については、いずれも平成27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。
	施策の分析	(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「物価対策の推進に必要な経費」により、物価モニター調査及び公共料金に関する調査を実施し、物価動向等を把握するとともに、消費者への情報提供を行った。物価モニター調査については、予定どおり年12回実施し、消費者へ結果の情報提供についても調査実施月内に行うことができた。これらに鑑みれば、本達成手段は、有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。	
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 平成27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、今後も引き続き物価対策を推進していく。 【測定指標】 測定指標はいずれも継続的に取り組むべきものであり、今後も同様の指標を設定する予定である。なお、測定指標1.については、平成27年3月に閣議決定された第三期消費者基本計画にも盛り込んだところである。	

学識経験を有する者の知見の活用	・指摘なし
-----------------	-------

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	【測定指標1】 公共料金等専門調査会(内閣府消費者委員会) (http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/kokyoryokin/) 【測定指標2、3】 物価モニター公表資料 (http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/price_measures/index.html#price_monitor)
---------------------------	---

担当部局名	消費者調査課	作成責任者名	消費者調査課長 澤井 景子	政策評価実施時期	平成28年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	---------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-⑦)

施策名	消費者政策の推進に関する調査・分析					
施策の概要	<p>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消費者政策を推進する上で有用な各種調査・分析を行う。</p> <p>調査結果の公表に加え、政府が前年度講じた消費者政策の実施状況を取りまとめた、消費者基本法(昭和43年法律第78号)第10条の2の規定に基づく年次報告書(以下「消費者白書」という。)の作成・公表を行う。</p> <p>消費者安全法(平成21年法律第50号)の規定に基づき、各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について集約及び分析を行い、取りまとめた結果を国会に報告する。</p> <p>消費者志向経営を推進するため、事業者にも有益となる消費者志向の意義、推進に向けた方策の在り方等について、検討する。</p>					
達成すべき目標	<p>消費者の利益の擁護及び増進に関する政策を推進する上で有用な各種調査・分析を実施することで、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。</p> <p>「消費者志向経営の取組促進に関する検討会」を開催し、検討結果を取りまとめる。</p>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	-	82	82	75
		補正予算(b)	-	-0	-0	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	-	82	82	
執行額(百万円)		-	46	55		
※平成25年度の予算額・執行額は、「27-①消費者政策の企画・立案・推進及び調整」の施策の予算額・執行額の内数である。						
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定) 施策番号 4(1)①~③、4(3)②					

測定指標	1 関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センターへの消費者白書提供数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					平成27年度	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費者基本法の規定に基づき、消費者白書を作成し、国会に報告する。また、関係行政機関、関係団体及び国民生活センターへ報告書を提供する等、広く国民に情報提供する(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊)。	
		約4,200部	約4,500部	約4,500部		
測定指標	2 関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センター等への消費者安全法に基づく国会報告の報告書提供数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					平成27年度	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費者安全法の規定に基づき、各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について集約及び分析を行い、取りまとめた結果を国会に報告する。また、関係行政機関、関係団体及び国民生活センターへの当該国会報告を提供する等、広く国民に情報提供する(消費者白書と合冊)。	
		約4,200部	約4,500部	約4,500部		

測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
3 消費者意識基本調査掲載ページアクセス数	消費生活や消費者政策に関する一般消費者の意識、行動などについて包括的な調査項目を設定した「消費者意識基本調査」を実施した。また、その結果及び消費者事故情報や全国消費生活情報ネットワーク・システム情報等を活用して「消費者被害・トラブル額の推計」を実施し、それらの結果を公表するとともにウェブサイトに掲載した。また、平成27年度は個別テーマの調査は実施しなかったが、日々の消費者問題に関する情報を分析した結果を関係部署に周知した。			消費者政策の企画立案のため、次の1)から3)までの調査を実施する。 1)消費生活や消費者政策に関する一般消費者の意識、行動などについて包括的な調査項目を設定した、消費者意識基本調査を毎年度継続的に実施する。 2)既存の消費者事故等情報や全国消費生活情報ネットワーク・システム情報等を活用した、消費者被害額を毎年度継続的に推計する。 3)上記以外に、日々の消費者事故等情報の分析から早急に対応が必要だと判断した個別テーマについての調査等を実施する。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			62,654件		
4 消費者白書掲載ページアクセス数	施策の進捗状況(実績)			平成27年版「消費者白書」は「グローバル化の進展と消費者問題」を特集し、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(英語版を含む)をPDF形式及びHTML形式で公表した。	達成
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		1,335,247件	1,807,485件		○
5 事業者の消費者志向経営を促進する方策の検討状況(検討会及びワーキング・グループの開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
	事業者の消費者志向経営を促進する方策について、経済界、消費者団体、学識経験者等、様々な立場の外部有識者を交え、検討会を3回、ワーキング・グループを5回開催し、検討結果の取りまとめを行った。			事業者の消費者志向経営の促進を図るため、消費者志向経営の取組促進に関する検討会では主に、消費者志向経営の意義、推進方策、評価の視点について議論し、検討結果を取りまとめる。消費者志向経営の評価項目について議論するワーキング・グループを設置し、検討会での検討の充実を図る。	○
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
			8回		

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) (判断根拠)	目標達成 いずれも平成27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。
	施策の分析	(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者政策の企画立案のための調査等経費」により、消費者基本法の規定に基づき消費者白書を作成し、平成27年6月19日に取りまとめ結果を国会に報告した(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊)。また、関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センターへの報告書を提供する等、広く国民に情報提供を行った。 達成手段(2)「事業者連携に必要な経費」により、事業者の消費者志向経営を促進する方策について、検討会を3回、ワーキング・グループを5回開催し、平成28年4月に検討結果を取りまとめた報告書を公表した。 これらに鑑みれば、本達成手段は、有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。	
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 平成27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、平成28年度以降も引き続き本施策を実施していく。 【測定指標】 継続的に取り組むべきものであり、平成28年度以降も同様の指標を設定する予定である。なお、測定指標5においては、平成28年度以降は、消費者志向経営の普及を図るための施策の実施状況を指標とする予定。	

学識経験を有する者の知見の活用	・平成25年度の予算額・執行額等が「27-①消費者政策の企画・立案・推進及び調整」の施策の平成25年度の予算の内数であるならば、注意書きとして記載すべき。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →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	【測定指標1、2、4】 消費者白書HP (http://www.caa.go.jp/adjustments/index_15.html) 【測定指標3】 消費者意識基本調査HP (http://www.caa.go.jp/adjustments/index_16.html) 【測定指標5】 消費者志向経営の取組促進に関する検討会資料等 (http://www.caa.go.jp/information/index25.html)
---------------------------	--

担当部局名	消費者調査課	作成責任者名	消費者調査課長 澤井 景子	政策評価実施時期	平成28年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	---------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-⑧)

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>行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を収集するとともに、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。</p> <p>収集した事故情報を定期的に公表するとともに、消費者への注意喚起、事業者への働きかけ等の対応を行う。</p> <p>重大事故等が発生した場合の緊急時には、必要に応じ、関係省庁による緊急対策本部等を設置し、的確に対応する。</p> <p>食品を始めとした消費者安全に関し、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。特に、食品中の放射性物質に関しては、消費者の目線に立ち、関係府省庁、地方公共団体、消費者団体等と連携しつつ、消費者への分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る。</p> <p>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、調査を行う。</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>食品を始めとした消費者安全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		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	260	245	234	222
		補正予算(b)	-	-3	-3	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	260	241	231	
執行額(百万円)		177	162	169		
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定) 施策番号 1(1)④、1(2)①～③、1(3)①、1(4)①、④、5(1)②					

測定指標	1 まつ毛エクステンションに係る被害件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					平成27年度	
		<p>・(独)国民生活センターにおいて、事故情報の分析や利用者の意識調査、接着剤の調査等を行い、「後を絶たない、まつ毛エクステンションの危害」を公表した(平成27年6月)。</p> <p>・厚生労働省と共に、地方公共団体に対して、事業者への指導監督の徹底と消費者への周知等を依頼する通知を発出した(平成27年6月)。</p>			まつ毛エクステンションによる事故情報の収集及び分析を継続的に実施し、必要に応じた対策を行う。	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
				92件		○

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
2 消費者安全法の規定に基づく消費者事故等の通知件数	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者安全法の規定に基づき通知された生命・身体被害に関する消費者事故等の全件について、定期的に(原則週1回)公表を行った。 ・平成26年度に通知された重大事故等の一覧について、公表を行った(平成27年6月)。 ・事故通知等の徹底について、消費者行政ブロック会議等を通じて地方公共団体等へ依頼した。 				○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	2,191件	2,889件	2,813件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	3,511件	2,906件	2,897件		
3 消費生活用製品安全法の規定に基づく重大製品事故の報告件数	施策の進捗状況(実績)			<p>消費者安全法の規定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収集及び消費者庁としての対応を適切に行うとともに、収集及び対応についての体制について常に検証を行い必要に応じて見直しを行う。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	○
	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活用製品安全法の規定に基づき報告のあった重大製品事故の全件について、定期的に(原則週2回)公表を行った。 ・平成26年度リコール対象製品に関する重大製品事故について、消費者への注意喚起を行った(平成27年4月)。 ・平成26年度に報告のあった重大製品事故の一覧について、公表を行った(平成27年6月)。 				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1,141件	1,169件	1,077件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
941件	892件	885件			
4 医療機関ネットワーク事業参画医療機関からの事故情報報告件数	施策の進捗状況(実績)				達成
	<ul style="list-style-type: none"> ・事故情報の活用状況等を周知し(平成26年4月から)、更なる事故情報の提供を促した。 ・医療機関ネットワーク参画機関を28病院から30病院に拡大した(平成27年10月)。 ・収集した情報を分析し、被害の重篤度、拡大可能性等も踏まえ、注意喚起5件、子ども安全メールの配信(33件)を実施した。また、必要に応じて、関係機関へも情報提供を行った。 				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	1,191件	5,480件	5,003件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
6,906件	7,853件	7,733件			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
5 事故情報データベースへの事故情報登録件数	<p>・所管法令等に基づき関係行政機関や事業者から事故情報を収集し、事故情報データベース等を通じて公表した。</p> <p>・事故情報の登録件数を増加させるとともに、注目事故情報や注目事故情報リストを随時更新した。</p>			<p>消費者安全法の規定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収集及び消費者庁としての対応を適切に行うとともに、収集及び対応についての体制について常に検証を行い必要に応じて見直しを行う。</p> <p>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。</p> <p>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。(再掲)</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	29,327件	27,729件	25,457件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	29,801件	28,864件	25,960件		
6 生命・身体分野に関する注意喚起件数(消費者安全法の規定に基づくものを除く。)	<p>関係行政機関等から収集した事故情報等を分析し、被害の重篤度、拡大可能性等も踏まえ、16件の注意喚起を行い、消費者被害の発生・拡大防止に努めた。</p>			<p>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。</p> <p>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。(再掲)</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	13件	10件	28件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	32件	12件	16件		
7 消費者安全法の規定に基づく生命・身体分野への措置件数(第38条～第42条関係)	<p>消費者安全法の規定に基づく生命・身体分野への措置には至らなかったが、関係行政機関等から収集した事故情報等を分析し、注意喚起(測定指標6)等に活用した。</p>			<p>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。</p> <p>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。(再掲)</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	0件	0件	1件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	0件	1件	0件		
8 緊急時対応訓練の回数	<p>食品安全委員会、文部科学省、厚生労働省、農林水産省と連携し、訓練の詳細を関係府省の担当者にも当日まで明かさないう抜き打ち方式で、食品安全に関する緊急事態を想定した実践的な緊急時対応訓練を実施し、以下の項目を重点的に確認した(平成27年12月)。</p> <p>① 情報入手体制の整備 ② 消費者庁内での連携 ③ 総括官会議を通じた関係府省との連携 ④ 消費者への情報発信</p>			<p>緊急事態等においては、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毎年度実施する。</p>	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1回	1回	1回		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成27年度	
9 リコール情報登録件数	<ul style="list-style-type: none"> ・リコール情報サイトの情報について、乳幼児用用品、空調機器等、製品別テーマによる整理を行い、消費者に分かりやすい情報発信に努めた。 ・リコール情報の高齢者等への周知について、消費者行政ブロック会議等を通じて地方公共団体等へ依頼した。 ・重要なリコール情報を消費者庁ツイッター等で周知した。 ・リコール情報を収集し、収集した情報を「消費者庁リコール情報サイト」において一元的に提供した。これにより、消費者はサイトの検索機能等を用いて、手持ちの製品がリコール対象か否かを確認できるようになっている。また、ツイッターによる周知によって、同サイトのアクセス件数が大幅に増加した。 			消費者の利便性向上に資するよう掲載内容の充実や使いやすいサイト運営等を行い、リコール情報を効果的に発信する。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
			1,731件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	2,487件	3,450件	4,306件		
10 メルマガ登録者数	施策の進捗状況(実績)				達成
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		○
			5,852件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	6,747件	7,001件	7,432件		
11 当該年度月当たり平均サイトアクセス件数	施策の進捗状況(実績)				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		○
			101万件		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	182万件	222万件	396万件		
12 消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施状況 (1)報告書件数 (2)事故調査実施件数 (3)申出受付件数(うち、事故防止の情報提供件数(ワンポイントアドバイス))	施策の進捗状況(実績)			目標	
	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・意見具申を行った。			平成27年度	
	平成22年度	平成23年度	平成24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。	
			(1) 0件 (2) 5件 (3) 73件(うち0件)		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
(1) 5件 (2) 2件 (3) 57件(うち19件)	(1) 6件 (2) 2件 (3) 40件(うち11件)	(1) 4件 (2) 2件 (3) 29件(うち6件)			

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
				平成27年度		
測定指標	13 関係府省間の連携強化を図るための食品安全に関する各種会議の開催状況 (1)関係府省連絡会議(年2回) (2)幹事会(週1回) (3)リスクコミュニケーション担当者会議(隔週1回) (4)食品リスク情報関係府省担当者会議(月1回)	関係府省間の連携強化を図るための食品安全に関する各種会議を定期的に開催した。			食品安全基本法第21条第1項に規定する「基本的事項」に基づき、引き続き、体制整備を図りつつ、食品の安全性の確保のために必要な措置を講じる。	○
		平成22年度	平成23年度	平成24年度		
			(1) 1回 (2) 31回 (3) 18回 (4) 9回			
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		(1) 2回 (2) 41回 (3) 24回 (4) 12回	(1) 2回 (2) 46回 (3) 24回 (4) 12回	(1) 2回 (2) 45回 (3) 25回 (4) 12回		
測定指標	14 意見交換会における参加者アンケートの結果からみる参加者の理解度	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					平成27年度	
		<ul style="list-style-type: none"> 関係府省で連携し、食品安全に関する各種テーマの意見交換会を開催した(食品中の放射性物質6回、農薬2回、食中毒予防4回、健康食品2回)。 上記以外に、食品中の放射性物質に関する意見交換会を、福島県を始めとした地方公共団体や消費者団体等と連携し、全国各地で94回開催した。 「食品と放射能Q&A」及び「食品と放射能Q&Aミニ」を最新の情報に改訂(平成28年3月)し、配布した。 			食品の安全性に関し、時宜に適ったテーマを選定し、リスクコミュニケーションを推進する。 特に、食品中の放射性物質に関しては、関係府省庁や地方公共団体、消費者団体等と連携した意見交換会や、地域において正確な情報提供ができる者(コミュニケーター)の支援(ウェブサイト、メールマガジンでの情報提供)等を通じたリスクコミュニケーションに取り組む。	○
平成22年度	平成23年度	平成24年度				
			77.3%	85.4%		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		95.1%	88.1%	86.7%		
測定指標	15 製造物責任法に関する裁判例の収録内容の更新回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					平成27年度	
		平成27年1月から12月までの製造物責任法に関する裁判例を取りまとめ、訴訟情報を更新した(平成28年3月)。			製造物責任法に関する裁判例を収集・分析した上で、論点別に裁判例を抽出・整理・公表する。	○
平成25年度	平成26年度	平成27年度				
				1回		

	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分) (判断根拠)	目標達成 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>(実績値が減少している測定指標)</p> <p>測定指標1～5については、事故件数を測定指標としている。事故件数は、消費者庁の事故防止の取組等により実際に被害が減少していること、事故報告を行う主体側の業務実施状況、その他社会のあらゆる要素等により左右されるものであり、件数の増減のみで事業の成果を図ることは困難である。測定指標2、4、5については前年度と比べ、微減しているが、前年度と同水準の実績であると評価した。</p> <p>測定指標3については、平成23年度から実績の減少が続いているが、国、地方公共団体、NPO等の多様な主体による事故防止の取組により、消費者の安全意識が高まるとともに、事業者等による安全に配慮した製品の開発・普及が進んだことによるものと評価し、目標達成とした。今後も事故防止の取組を着実に推進していくことが重要と考えている。</p> <p>測定指標6については、前年度より件数が増加したものの、平成24年度、平成25年度と比較すると件数が減少している。これは、平成24年度、平成25年度に行った注意喚起の報道等による取り上げられ方やSNS等での波及状況等を踏まえ、より焦点を絞った注意喚起を行ったためである。効果的な注意喚起に努めながらも、前年度より多くの注意喚起を実施できたことから、目標達成とした。</p> <p>測定指標7については、前年度より実績が下がっているが、収集した事故の種類、原因等あらゆる要素により左右されるものであり、措置の件数の増減のみで事業の成果を図ることは困難である。措置には至らなかったものの、必要と認めるときは直ちに法に基づく措置を行えるように、消費者事故等の情報を適切に分析し、分析結果を注意喚起等に活用したことから、目標達成とした。</p> <p>測定指標12については、申出受付件数は減少しているが、生命身体事故等に係る端緒情報は、消費者庁へ報告がある重大事故の情報も活用しているところであり、また、事故等原因調査等の調査結果である報告書等は4件公表し、関係行政機関の長に対し意見を行い、さらに事故防止の情報提供(ワンポイントアドバイス)として6件公表したことから、目標は達成されていると考えられる。</p> <p>測定指標14については、前年度より実績が下がっているが、意見交換会参加者の理解度は、意見交換会のテーマや参加者の構成により左右されるものであり、理解度の増減のみで事業の成果を図ることは困難である。前年度より、幅広いテーマで、多くの意見交換会を実施したことから、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)消費者の安全確保のための施策の推進については、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活用し、消費者への注意喚起等を的確に行うとともに、消費者安全調査委員会において、消費者事故等を幅広い視点から調査し、報告書を取りまとめるなど、消費者被害の発生・拡大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(2)リスクコミュニケーション等の推進に必要な経費については、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・成果であると評価できる。</p> <p>達成手段(3)リコール情報周知の強化のために必要な経費については、乳幼児用用品、空調機器等、製品別テーマによる整理を行い、消費者に分かりやすい情報発信を行うとともに、消費者行政ブロック会議等を通じて、地方公共団体に対し、リコール情報の高齢者等への周知を依頼するなど、リコール情報周知の強化に努め、消費者被害の発生・拡大に資する取組を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>【施策】</p> <p>政策評価が政策・予算の見直しに使いやすく、国民に分かりやすいものとして一層活用されるよう、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>本施策は生命・身体に係る消費者事故の発生を防止し、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図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>	

評価結果

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・事故情報の一元化の趣旨からは、集めた事故情報をどのように活用するのが重要。その点、測定指標6、7の件数は寂しいので、「達成」としてしまっているのかは丁寧に説明する必要がある。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →法に基づく措置、注意喚起に至らなかった事故情報についても、分析した結果を関係機関へ情報提供しており、各機関において活用いただいていることから、目標達成とした。今後も事故情報の効果的な活用に努めてまいりたい。</p> <p>・測定指標4の医療機関ネットワークについても、収集した情報の件数(約8,000件)からすると、もっと注意喚起の件数があると思う。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。</p> <p>・測定指標8の緊急時対応訓練の内容は何なのか、ブラインド方式とは何なのか、補足をするべきである。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。</p> <p>・測定指標9の集めたリコール情報をどのように活用しているかわからない。リコール中にも事故は相次いでおり、リコール情報の周知徹底が課題。集めたリコール情報がどのように役立っているのかが分かるように検討すべき。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。</p> <p>・測定指標12の消費者安全調査委員会が申出を受け付けた件数と、報告書件数及び事故調査実施件数の乖離が大きい。申出を受け付けたが調査は放置しているように見えてしまう。報告書にまとめる以外にワンポイントアドバイスのようなものがあるなら、その旨追記すべきである。(平成28年7月15日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。</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>【測定指標1】 後を絶たない、まつ毛エクステーションの危害(発表情報)_国民生活センター (http://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20150604_1.html)</p> <p>【測定指標2、3】 消費者安全法等に基づく重大事故等の一覧表(年間) (http://www.caa.go.jp/safety/index28.html)</p> <p>【測定指標3】 リコール製品による重大事故が多発！ただちに使用を中止し、御確認ください －平成26年度リコール対象製品に関する重大製品事故について－ (http://www.caa.go.jp/safety/pdf/150422kouhyou_1.pdf)</p> <p>【測定指標4】 医療機関ネットワーク参画機関一覧 (http://www.caa.go.jp/safety/pdf/130617safety_2.pdf)</p> <p>子どもを事故から守る！プロジェクト (http://www.caa.go.jp/kodomo/)</p> <p>【測定指標5】 事故情報データベースシステム (http://www.jikojooho.go.jp/ai_national/)</p> <p>【測定指標9～11】 リコール情報サイト (http://www.recall.go.jp/)</p> <p>【測定指標12】 消費者安全調査委員会 報告書/経過報告書/評価書 (http://www.caa.go.jp/csic/action/index5.html) 消費者安全調査委員会の動き(情報発信) (http://www.caa.go.jp/csic/action/index4.html)</p> <p>【測定指標14】 「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 平成27年度開催実績」 (http://www.caa.go.jp/jisin/r_index.html#k27)</p> <p>【測定指標15】 製造物責任(PL)法による訴訟情報の収集 (http://www.caa.go.jp/safety/index19.html)</p>
----------------------------------	---

担当部局名	消費者安全課	作成責任者名	消費者安全課長 野田 幸裕	政策評価実施時期	平成28年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	---------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-⑨)

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)などを厳正に行うとともに、特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。)の見直しについて検討を行う。</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>このほか、特定電子メールの送信の適正化等に関する法律(平成14年法律第26号。以下「特定電子メール法」という。)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		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	239	234	231	304
		補正予算(b)	-6	-4	-5	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	233	230	226	
執行額(百万円)		190	213	204		
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定) 施策番号 1(1)⑥、3(1)①、②、3(3)①、②、3(4)⑨					

測定指標	1 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(危険ドラッグの通信販売サイトに対する通報件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		危険ドラッグの通信販売サイトであって、特定商取引法上の表示義務に違反していたサイトの販売業者に対し、通報(是正要請)を行い、是正や閉鎖が確認され、消費者保護が図られた。			平成27年度	○
		平成22年度	平成23年度	平成24年度	引き続き、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、適切な措置を講じるとともに、関係機関に対する情報提供を行い、消費者保護の利益を適切に保護する。	
				142		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	0	171	5			
	2 特定商取引法執行状況(行政処分件数)	施策の進捗状況(実績)				目標
		特定商取引法の規定に基づき、平成27年度は、34件の行政処分を国から行い、悪質事業者による被害拡大の防止等が図られた。			平成27年度	○
		平成22年度	平成23年度	平成24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。	
		53	43	40		
平成25年度		平成26年度	平成27年度			
21		40	34			
(参考)都道府県による処分件数						
平成22年度		平成23年度	平成24年度			
135	82	81				
平成25年度	平成26年度	平成27年度				
97	55	50				

測定指標

3 特定商取引法の見直しに関する検討状況(消費者委員会専門調査会の開催状況)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	<p>・平成25年度から引き続き、特定商取引法の見直しを円滑に行うための準備作業として、消費者被害の実態把握と法律上の論点整理等を行うため、「特商法関連被害の実態把握等に係る検討会」を開催し、平成26年8月に報告書を公表した。</p> <p>・平成27年3月から、消費者委員会「特定商取引法専門調査会」において、特定商取引法に関する見直しの本格的な検討が開始された。</p>			平成27年度	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費者委員会専門調査会における議論の進捗状況や関係団体等からの意見を踏まえつつ、特定商取引法の見直しの検討作業を行う。	
		2	16		
4 不適切な広告の改善に向けた通信販売業者等に対する特定商取引法の執行状況(ISPに対する通報件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	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。			平成27年度	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	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て、違法な電子メール広告等の情報を提供し、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。	
	37,686	61,548	102,723		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	12	107	8		
	(参考)通信販売業者に対する通報件数				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
1,752	1,742	1,571			
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
1,505	1,150	1,083			
5 特定電子メール法の厳正な執行(措置命令件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	特定電子メール法の規定に基づき、総務省との連携の下、平成27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。			平成27年度	○
	平成22年度	平成23年度	平成24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。	
	7	10	8		
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
7	7	7			
6 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(模倣品の販売業者に対する通報件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	模倣品の通信販売サイトであって、特定商取引法上の表示義務に違反していたサイトの販売業者に対し、通報(是正要請)を行い、消費者保護が図られた。			平成27年度	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	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、適切な措置を講じ、消費者保護を十分に確保する。	
			80		

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 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。 (判断根拠)
	施策の分析	(実績値が減少等した測定指標) 測定指標1、4について、平成26年度から平成27年度の件数が減っているが、その理由としては、平成26年度に危険ドラッグに対する取組を全省庁的に行い、取引対策課では特定商取引法の対象となる通販サイトでの販売について平成26年度に集中して対策を行ったことから、平成26年度はサイトでの販売業者への通報、危険ドラッグ事業者の処分、危険ドラッグ事業者を処分するに当たってのISP通報など件数が積み上がった。平成27年度については、これらの集中的な取組の効果が出た結果、消費者被害が減少したことで販売事業者への通報等を行うまでには至らず、よって各実績値の減少となっており、このことから平成27年度においても消費者の保護は図られているため、目的が達成されていると考えられる。 測定指標2について、処分件数が微減しているものの、前年度と同水準の件数を処分したため、消費者の保護は図られており、目的は達成されていると考えられる。 測定指標4について、平成25年度以降に通報件数が減少しているのは、平成24年度までは特商法の違反となる迷惑メールの送信に利用されたISP、表示義務に違反している通信販売サイトに利用されたISPの両方に対して情報提供をしていた。しかしながら、平成25年度に執行業務の重複の見直し(総務省と規制内容、取組が同一のもの)を行い、消費者庁においてはサイト上の表示違反について執行を行うことに焦点を絞ったため、従来ISPへの情報提供の大半を占めていた送信ISPへの情報提供が減少したことに伴い、ISPへの情報提供件数が減少している。件数の減少は本業務の見直しによるところであり、業務は計画通りに行われていることから、消費者の保護は図られており、目的は達成されていると考えられる。 (達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者取引の対策に必要な経費」によって、特定商取引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な執行が行われた。特定商取引法の執行に関しては、社会経済情勢の変化に合わせて、その時々で問題となっている事案に対して厳正かつ迅速に対処しているところであるが、近年の高齢化社会の進展を背景として、悪質事業者の手口が巧妙化・複雑化している現状に鑑み、特に悪質性の高い事案から優先的に取り組むなどの工夫を行っている。また、同費用によって、高齢化社会の進展を背景とした悪質事業者の手口の巧妙化等の課題に対応できるよう、消費者被害の防止・救済を図るために必要な規制の新設、民事ルールの強化を内容とする特定商取引法改正法案を策定し、国会に提出したところ、同法案は、平成28年5月25日、第190回国会で成立した。 以上の点に鑑みれば、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。
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 消費者の利益の保護及び特定商取引の適正化を図るため、特定商取引法の厳正な執行を行う。 【測定指標】 1. 2. 4. 5. 6. 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	<ul style="list-style-type: none"> ・測定指標2について都道府県も特定商取引法の処分権限を有しているのであれば、都道府県の執行状況も併せて見るべきだと思う。特定商取引法の処分全体で執行件数を見るという工夫が必要ではないか。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、測定指標2について都道府県の行政処分件数を追加。 ・県によっては執行への取組が弱いところがあることから、都道府県の特定商取引法の執行力強化に向けた取組の評価があってもいいのではないかなと思う。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、次期事前分析表の測定指標において反映できるよう今後検討する。 ・測定指標4の実績値が平成24年度の10万件から平成27年度の8件に大幅に落ちている。指標のとり方が変わっているのであれば、その示し方等に関し工夫をした方がよいのではないかな。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、次期事前分析表の測定指標において反映できるよう今後検討する。 ・測定指標4の平成25年度以降の実績値がなぜ大きく減少しているのかについて記載してほしい。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、評価結果の施策の分析に記載。
-----------------	---

<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2】 特定商取引法違反に基づく処分件数の推移及び処分事業者一覧の公表について http://www.no-trouble.go.jp/search/action/pdf/20160510ac01.pdf</p> <p>【測定指標3】 消費者庁「特商法関連被害の実態把握等に係る検討会」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/study_group/index.html#special_commercial_code 消費者委員会「特定商取引法専門調査会」 http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/tokusho/ 消費者庁「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律案」 http://www.caa.go.jp/soshiki/houan/index.html#main</p>
----------------------------------	--

担当部局名	取引対策課	作成責任者名	取引対策課長 佐藤 朋哉	政策評価実施時期	平成28年8月
-------	-------	--------	-----------------	----------	---------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-⑩)

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(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。 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、住宅の品質確保の促進等に関する法律(平成11年法律第81号。以下「住宅品質確保法」という。)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(昭和37年法律第104号)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、一般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、住宅の購入や建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		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	96	154	163	202
		補正予算(b)	50	-4	-4	
		繰越し等(c)	-	50	-	
		合計(a+b+c)	146	201	159	
執行額(百万円)		60	107	112		
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定) 施策番号 2(1)①~③、2(2)①、②、2(3)②、③					

測定指標	1 景品表示法執行状況(行政処分件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成27年度は、景品表示法に基づく措置命令を13件行った。			平成27年度	
		平成22年度	平成23年度	平成24年度	引き続き、景品表示法を厳正に執行する。	
		20	28	37		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		45	30	13		
		(参考)景品表示法に基づく行政指導件数				
		平成22年度	平成23年度	平成24年度		
		/	/	265		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		373	294	178		
		(参考)都道府県における景品表示法執行状況(都道府県における措置命令件数)				
平成22年度	平成23年度	平成24年度				
/	/	/				
平成25年度	平成26年度	平成27年度				
/	0	3				

測定指標

2 景品表示法説明会への講師派遣状況(講師派遣件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	事業者団体、消費者団体等からの講師派遣の求めに応じて講師を派遣することで、景品表示法の普及啓発を図るとともに、主催説明会を開催することでより積極的な普及啓発を行った。			平成27年度	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	引き続き、景品表示法の説明会へ講師を派遣するなどして、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。	
	92	121	97		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
150	201	151			
3 公正取引協議会等の活動への講師派遣状況(講師派遣件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	公正取引協議会等からの求めに応じて講師を派遣することで、景品表示法の普及啓発を図るとともに、公正競争規約が円滑かつ適正に運用されるよう公正取引協議会等の活動への支援を行った。			平成27年度	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度	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。	
	29	18	13		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
17	33	30			
4 家庭用品品質表示法に係る説明会への講師派遣状況(講師派遣件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	新しい洗濯表示の普及啓発のため、広報資料の作成・公表及び講師派遣を行った。また、表示が必要となる家庭用品を政令で全て指定することを改め、指定品目の一部を内閣府令で定めるよう改正を行った(平成28年3月18日公布、同年4月1日施行)ほか、表示の標準を見直すため事業者等と10回勉強会を開催し、専門的・技術的観点から実現可能性のある改正の内容を取りまとめた。			平成27年度	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	引き続き、消費者にとって正しく分かりやすい表示内容とするため、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の検討を行う。 平成28年12月の新しい洗濯表示に関する繊維製品品質表示規程の施行に向けて、普及啓発を行う。 品目の指定の在り方について、平成26年度において一定の結論を得たことを踏まえ、平成27年度以降に政令等の改正を行う。	
			20		
5 住宅性能表示制度の相談対応状況(相談件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	一般消費者等からの問合せ等に対して、住宅品質確保法の解説や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。			平成27年度	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	引き続き、住宅性能表示制度の普及啓発を促進する。	
			3		

測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	平成27年度				
6 インターネットにおける健康食品の広告への改善要請後の改善率(%)(改善された商品数/改善要請商品数)	インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視(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)を実施し、平成27年度において115事業者、162商品に対する改善要請を行い、要請を行った全ての商品について改善が行われた。			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。	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	100%	100%	100%		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	100%	100%	100%		
	(参考)インターネットにおける健康食品の広告への改善要請(商品数)				
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	430	424	559		
平成25年度	平成26年度	平成27年度			
342	48	162			
7 関係法令(食品表示法等)に基づく措置の実施状況(措置件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	食品表示法違反に対し、国及び都道府県等において、平成27年度では指示28件、命令2件を行っている。			平成27年度	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		30			
8 食品表示連絡会議の開催状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	平成27年10月に食品表示連絡会議を実施し、関係機関間の情報共有及び連携強化や都道府県と国の出先機関との連携促進及び情報共有の支援に努めた。			引き続き、食品表示連絡会議の開催等による関係機関との連携を通じて、効果的かつ効率的な執行を行う。	○
9 消費税転嫁対策特別措置法に基づく執行状況(指導件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	平成27年度は、消費税転嫁対策特別措置法に基づく指導を145件行った。			平成27年度	○
	平成22年度	平成23年度	平成24年度		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
1	170	145			

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) (判断根拠)	目標達成 全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。
	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1については、措置命令の件数が前年度までに比べて減少しているが、措置命令を行うべき事案には、適時適切に措置命令を行っている上、調査を行った措置命令の事案数でみると平成25年度は20件、平成26年度は22件、平成27年度は16件(都道府県が措置命令を行った3件を含む)のため目標達成とした。</p> <p>測定指標2及び測定指標3については、講師派遣件数は、平成26年度に2度の景品表示法の改正が行われた影響により事業者団体等からの講師派遣依頼が一時的に増加した平成26年度の件数に比べると減少しているが、平成25年以前に比べて増加しているため目標達成とした。</p> <p>測定指標5について、住宅品質確保法の住宅性能表示制度の表示基準については国土交通省と消費者庁の共管であるが、表示基準以外の評価基準等については国土交通省が主管であるため、問合せは国土交通省へ寄せられるところ。そのため、消費者庁に寄せられた相談件数は3件であるが、一般消費者等から寄せられた3件の問い合わせ全てに対して、住宅品質確保法の解説やウェブサイト上の資料の掲載先を丁寧に案内するなど、適切な対応を行っているため目標達成とした。</p> <p>測定指標9については、消費税率が8%に引上げられた平成26年度に比べて確かに減少はしているが、消費税率に変更がない平成27年度においても大幅に減少することなく、指導を行うべき事案に対しては適切に執行を行っている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)「消費者表示の対策に必要な経費」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、関係法令の積極的な普及啓発が図られるとともに、連絡会議や情報ネットワークの利活用により関係行政機関との連携が強化された。また、同経費によって、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な執行が行われたところ。これらを踏まえると、本達成手段は、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保することを通じて、消費者の利益を保護するという本施策の実現に大きく寄与したと評価でき、かつその手段としても効率的なものであったと評価できる。</p> <p>達成手段(2)「消費税価格転嫁対策に必要な経費」によって、消費税転嫁対策特別措置法被疑事案に対する法執行に活用され、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保を通じた消費者利益の保護によって、本施策の実現に大きく寄与したと評価でき、かつその手段としても効率的なものであったと評価できる。</p> <p>以上の点を鑑みれば、本達成手段は、いずれも有効的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	<p>【施策】</p> <p>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、これらの取組を継続して行うこととしたい。</p> <p>【測定指標】</p> <p>厳正な運用に関しては、引き続き執行件数等を指標としたい。また、所管法令の普及啓発を進めていく観点から、パンフレットの配布状況や説明会における参加者数等について、目標として加えることを検討したい。</p>	

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の行政処分件数は前年度比でほぼ3分の1まで減っている。これは、事案数ではなく、事業者数を記載しているとのことだが、事業者数と事案数を両方記載するといった指標を工夫した方がいいのではないかと。また、平成27年度から都道府県が景品表示法の措置命令ができるようになったという大きな仕組みの変化があったのであれば、実績値の記載方法を工夫した方がいいのではないかと。 →指摘を踏まえ、「施策の進捗状況」欄に参考指標を追加するとともに、次期事前分析表の測定指標の設定時に指摘を反映できるよう今後検討する。 ・同様に行政処分に至らない指導等の件数を記載してもいいのではないかと。 →指摘を踏まえ修正。 ・測定指標6の指標は改善率を使用するより、改善要請を行った事業者数や商品数にした方がいいのではないかと。 →指摘を踏まえ、次期事前分析表の測定指標において反映できるよう今後検討する。
-----------------	--

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>【施策指標1】</p> <p>景品表示法関連報道発表資料 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/index.html#public_information (景品表示法関連報道発表資料欄に掲載)</p> <p>景品表示法に基づく法的措置件数の推移及び措置事件の概要の公表 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/160523premiums_1.pdf</p> <p>【施策指標2】</p> <p>景品表示法関連報道発表資料 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/index.html#public_information (その他の景品表示法関連の公表資料欄に掲載)</p>
---------------------------	---

担当部局名	表示対策課	作成責任者名	表示対策課長 大元 慎二	政策評価実施時期	平成28年8月
-------	-------	--------	-----------------	----------	---------

平成27年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁27-①)

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、食品表示法(平成25年法律第70号)等に基づく食品の表示を的確に企画及び運用する。					
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正に企画・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		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	153	180	146	193
		補正予算(b)	-1	94	-2	
		繰越し等(c)	-	-96	-	
		合計(a+b+c)	152	178	145	
執行額(百万円)		143	131	143		
※平成27年4月に食品表示法が施行され、新たな食品表示制度の運用を開始したことに伴い、平成27年度政策評価の測定指標及び目標を一新している。						
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定) 施策番号 2(3)①					

測定指標	1 新たな食品表示制度の普及啓発(説明会等の開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					平成27年度	○	
		新たな食品表示制度及び機能性表示食品制度について、全国説明会を開催するなど、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。					新たな食品表示制度について、消費者、事業者等への普及啓発を行い、円滑な施行とその定着を図る。
		平成22年度	平成23年度	平成24年度			
		平成25年度	平成26年度	平成27年度			
			22				
	2 個別課題の検討(検討会等の開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					平成27年度	×	
		インターネット販売等における食品表示については、「食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会」を設置し、検討を行っている(平成27年度は4回開催)。また、加工食品の原料原産地表示については、「加工食品の原料原産地表示に関する検討会」を設置し、検討を行っている(平成27年度は3回開催)。					インターネット販売等における食品表示、加工食品の原料原産地表示、食品添加物表示、遺伝子組換え表示の在り方などの個別課題について、順次実態を踏まえた検討を行う。
		平成22年度	平成23年度	平成24年度			
		平成25年度	平成26年度	平成27年度			
			7				

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
				平成27年度		
3 機能性表示食品制度の普及啓発(説明会等の開催回数)	新たな食品表示制度及び機能性表示食品制度について、全国説明会を開催するなど、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。			新たな食品表示制度について、消費者、事業者等への普及啓発を行い、理解促進を図る。	○	
	平成22年度	平成23年度	平成24年度			
	/	/	/			
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
	/	/	22			
測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
				平成27年度		
	4 機能性表示食品制度に係る残された検討課題の検討(検討会等の開催回数)	機能性表示食品に係る残された検討課題については、「機能性表示食品制度における機能性関与成分の取扱い等に関する検討会」を設置し、検討を行っている(平成27年度は3回開催)。また、平成27年度は、機能性表示食品として273件を公表した。			機能性表示食品制度の残された検討課題について、速やかに検討に着手する。	○
		平成22年度	平成23年度	平成24年度		
		/	/	/		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		/	/	3		
	(参考)機能性表示食品の公表件数					
	平成22年度	平成23年度	平成24年度			
	/	/	/			
平成25年度	平成26年度	平成27年度				
/	/	273				

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) (判断根拠)	相当程度進展あり 平成27年度に目標を設定した測定指標のうち、測定指標2以外については、目標を達成することができた。 測定指標2については未達成としているが、インターネット販売等における食品表示及び加工食品の原料原産地表示については有識者検討会を設置していることから、施策は「相当程度進展あり」と判断した。
	施策の分析	(実績値が減少等している測定指標) 測定指標4の参考指標として記載している「機能性表示食品の公表件数」については、同様に機能性を表示できる制度である特定保健用食品の許可件数が年平均65件であることを踏まえれば、平成27年度は機能性が表示できるようになった食品数が従来の約5倍になったといえる。 (達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「食品表示の対策に必要な経費」において、検査・分析方法や、消費者意識調査等に係る調査研究事業の実施、有識者による検討会を実施することにより、食品表示に関する制度を適切に企画・立案・運用した。 達成手段(2)「食品表示に関する消費者向け情報提供の仕組みの構築」において、製造所固有記号制度及び機能性表示制度については、消費者等が必要な情報を簡便に閲覧できるとともに、事業者がオンライン上で届出手続を行うことを可能とするため、新たなデータベースを構築することにより、消費者への情報提供の充実や、効率的な食品表示制度の運用を図った。 達成手段(3)「新たな食品表示制度の適正化・充実に係る経費」において、平成27年度から施行された食品表示法の規定に基づく新たな食品表示制度について、適正化・充実を図るために必要な検討や調査等を実施することにより、新たな制度の円滑な施行と定着を図った。 これらに鑑みれば、本達成手段は有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。	
	次期目標等への反映の方向性	【施策】 食品表示法に関連する表示基準等を的確に企画・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する。 【測定指標】 測定指標1: 新たな食品表示制度について、引き続き、消費者、事業者等への普及啓発を行う。 測定指標2: 「食品のインターネット販売における情報提供の在り方懇談会」について、平成28年秋頃を目途に取りまとめを行うこととしており、「加工食品の原料原産地表示に関する検討会」について、平成28年秋を目途に中間的な取りまとめを行うこととしていることから、これらの課題については報告書の内容を踏まえた取組を実施する。食品添加物表示及び遺伝子組換え表示の在り方については、引き続き、順次実態を踏まえた検討を行う。 測定指標3: 機能性表示食品制度について、引き続き、消費者、事業者等への普及啓発を行う。 測定指標4: 「機能性表示食品制度における機能性関与成分の取扱い等に関する検討会」について、平成28年秋を目途に報告書を取りまとめることとしていることから、報告書の内容を踏まえた取組を実施する。	

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4の指標は残された検討課題の検討のみでは足りないのではないか。現行の新たな食品表示制度について振り返り、制度にフィードバックする活動が指標に含まれてもよいのではないか。現行制度がどのように動いているかということが、測定指標4の「残された検討課題の検討」の判断につながるものであり、不可分であると思う。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。 ・測定指標3の目標は「新たな食品制度」ではなく「機能性表示食品制度」の間違いではないか。また、「新たな食品制度」と「機能性表示食品制度」の普及啓発を同じ説明会でやっているのであれば、両方カバーできるような測定指標にすればよいのではないか。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、次期事前分析表の作成時に反映する。また、測定指標の設定については、次期事前分析表の作成の際に検討する。 ・各測定指標の実績には平成27年度の数値しか記載されていないが、平成26年度以前も予算を使用し施策を実施しているのであれば、なぜ平成26年度以前の実績値を評価書に記載していないかを記載した方がよいのではないか。(平成28年7月25日 消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ「施策の予算額・執行額等」に追記。
-----------------	--

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	食品表示企画課	作成責任者名	食品表示企画課長 赤崎 暢彦	政策評価実施時期	平成28年8月
-------	---------	--------	-------------------	----------	---------