

消費者庁において平成24年度に実施した政策評価の結果の政策への反映状況について

<規制の事前評価>

(担当課) (ページ)

政策名： (1) 訪問購入に係る規制内容の整備	取引対策課	1
(2) 特定商品等の預託等取引契約に関する法律による消費者への情報開示の強化	取引対策課	3
(3) 消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示への対応	表示対策課	4

<実績評価方式による事後評価>

政策名： 消費者政策の推進	(担当課)	(ページ)
施策名： (1) 消費者政策の調整	消費者政策課	5
(2) 基本的な消費者政策の企画・立案・推進	消費者政策課	6
(3) 消費者事故等の情報の集約・分析・対応	消費者政策課	7
(4) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課	8
(5) 個人情報保護に関する施策の推進	消費者制度課	10
(6) 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	11
(7) 物価対策の推進	消費生活情報課	12
(8) 地方消費者行政の推進	地方協力課	13
(9) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	15
(10) 消費者取引対策の推進	取引対策課	16
(11) 消費者表示対策の推進	表示対策課	18
(12) 食品表示対策の推進	食品表示課	20

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価（１） 担当課：取引対策課

施策名	訪問購入に係る規制内容の整備
規制の目的・内容 ・必要性	<p>（規制の目的・必要性）</p> <p>昨今、自宅に押しかけた事業者に貴金属等を強引に買い取られるといった被害が増えるなか（平成22年度2,424件→平成23年度4,142件（※））、新たに「訪問購入」に係る規制を盛り込む「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」（平成24年法律第59号）が8月に公布された。</p> <p>同法による改正後の特定商取引に関する法律（以下「法」という。）による規制の対象とする必要性がないと認められる物品及び取引態様については、政令において適用除外等の措置を講ずる。また、法第58条の10において、売主たる消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、不実なことを告げてはならないと規定されているが、購入事業者以外の者が重要事項について不実なことを告げた場合、その告げた者に対しても強制力に基づく報告徴収等ができるよう、政令において当該告げた者を新たに法第66条第2項の密接関係者に位置付ける。加えて、法第58条の11の2において、訪問購入業者が消費者から購入した物品を別の第三者に引き渡すときに、その第三者に対して、当該物品の契約関係についての通知義務が規定されているが、この規定の実効性を担保するため、当該第三者に対しても強制力に基づく報告徴収等ができるよう、政令において当該第三者を新たに法第66条第2項の密接関係者に位置付ける。</p> <p>（※）P I O - N E T（全国消費生活情報ネットワーク・システム）での相談件数</p> <p>（規制の内容）</p> <p>① 規制の対象としない物品を定める（法第58条の4関係）</p> <p>以下要件のいずれかを満たす物品について、法の規制の対象としない物品として政令で定める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者の利益を損なうおそれがないと認められる物品 <p>上記法定要件を満たすものとして、「家電（携行が容易なものを除く。）」及び「家具」を定めることとする。これは、現在深刻な消費者被害がなく、かつ、消費者がほぼ毎日使用に供していることから、消費者の売却の意思が確定的でないまま契約を締結してしまうおそれがなく、物品の性質上消費者被害が今後発生するおそれが低いと考えられるためである。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 法の適用を受けることとされた場合に流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品 <p>上記法定要件を満たすものとして、「自動車（2輪のものを除く。）」、「書籍並びにCD、DVD及びゲームソフト類」及び「有価証券」を定めることとする。「自動車（2輪のものを除く。）」及び「有価証券」については、それぞれ道路運送車両法（昭和26年法律第185号）、商法（明治32年法律第48号）において、流通円滑化に資する制度が設けられており、これら物品にクーリング・オフ等の規制を課した場合、それぞれの法律で確保されている第三者の取引安定性が阻害されることとなり、同制度の趣旨が著しく損なわれてしまうといえる。また、「書籍並びにCD、DVD及びゲームソフト類」については、一度に多数の点数が買い取られるという商慣習があることから、これら物品も同様に、クーリング・オフ等の規制を課した場合、買い取りの時点で1点1点、物品の特定をせざるを得なくなり、これら物品の訪問購入取引自体が成立しなくなるといえる。</p> <p>② 適用除外される取引の態様を定める（法第58条の17関係）</p> <p>以下要件のいずれをも満たす取引態様について、法の規制の適用除外とする取引態様として政令で定める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 営業所等以外の場所において売買契約の申し込みを受け又は売買契約を締結することが通例である取引態様 ・ 通常、訪問購入に係る売買契約の相手方（売主たる消費者）の利益を損なうおそれがないと認められる取引態様 <p>上記法定要件を満たす取引態様として、「転居に際して行われる訪問購入」、「いわゆる御用聞き」及び「いわゆる常連取引」の3つを政令で定めることとする。「転居に際して行われる訪問購入」は、日常的に行われており、深刻な消費者被害報告はない。また、転居に向けて不要なものを処分する場合には、消費者の売却の意思が確定的でないまま契約を締結してしまうおそれなく、消費者被害が発生するおそれがないといえる。また、「いわゆる御用聞き」及び「いわゆる常連取引」は、日常的に行われており、深刻な消費者被害報告はない。あわせて、通常こうした取引を行う購入業者と消費者との間には信頼関係が成立しており、消費者保護の観点上、問題を生じるおそれが低いといえる。</p> <p>③ 報告徴収等における「密接関係者」に重要事項を告知する者及び法第58条の11の2にある第三者を追加（法第66条関係）</p> <p>法第66条の主務大臣による報告徴収に関する根拠規定のうち、第2項において、政令で定める販売業者等と密接な関係を有する者（「密接関係者」）に、法の施行のために必要と認められる場合に、報告徴収ができることを規定している（直罰規定）。今回新たに導入された訪問購入規制のうち、法第58条の10において、売主たる消費者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、不実なことを告げてはならないと規定されているところ、購入事業者以外の者が重要事項について不実なことを告げた場合、その告げた者に対しても強制力に基づく報告徴収等ができるよう、政令において当該告げた者を新たに法第66条第2項の密接関係者に位置付ける。また、法第58条の11の2において、訪問購入業者が消費者から買取った物品を別の第三者に引き渡すときに、第三者に対して、当該物品の契約関係についての通知義務が規定されているところ、当該第三者についても政令において新たに法第66条第2項の密接関係者に位置付けるもの。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価（１） 担当課：取引対策課

<p>規制の費用・便益</p>	<p>【規制の費用】 （遵守費用） 規制内容①②については遵守費用は発生しない。 ③については重要事項を通知する者及び第三者は、主務大臣への報告や書類の提出が求められ、また、それらが法人である場合には事業所へ立ち入られることとなるが、これらは法の施行のために必要があると認められる場合にのみ行われるものであり、法に基づき適正に業務を営む購入業者と適正な取引を営む第三者には特段の費用は発生しない。 （行政費用） 規制内容①②については、行政機関において、規制対象としない物品について一般消費者及び訪問購入事業者等への周知費用が新たに発生するが、通常業務の範囲内で対応可能であると予想される。 ③については行政機関において、必要に応じて重要事項を通知する者及び第三者に対する報告徴収や立入検査を実施することによる業務が発生するが、現在の体制で対応できる程度と予想される。 （その他の社会的費用） 規制内容①については、「法の適用を受けることとされた場合に流通が著しく害されるおそれがあると認められる物品」として規制対象としない物品に関しては、消費者トラブルを生じるおそれがあるものの、当該物品を規制対象とした場合に当該物品の流通そのものが損なわれることにより発生する社会的損失を考慮すると、当該物品を規制の対象とするよりも規制の対象外とした方が、社会的費用の増加を防ぐことができる。 ②③については、社会的費用は発生しない。</p>	<p>【規制の便益】 訪問購入をめぐる消費者トラブルに対して、より実効的な法執行が可能となり、取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益の保護が可能となる。</p>
<p>政策評価の結果</p>	<p>規制の便益に関しては、所要の措置を講ずることによって、訪問購入をめぐる消費者トラブルに対して、より実効的な法執行が可能となり、取引の適正化と消費者被害の未然防止により、消費者利益のより一層の保護が可能となる。 他方、規制の費用に関しては、まず規制の内容①②については、法の委任範囲の中で規制の対象とする必要性のないものについては適用から除外をするものであり、これら内容を法の規制対象とした場合と比較すれば、費用が増大するものではない。また、規制の内容③については、法の施行のために必要があると認められる場合のみ行われるものであり、重要事項につき適正なことを告げる者や適正に業務を営む購入業者と取引を行う第三者には特段の費用は発生せず、法の実効性の担保のための必要最小限の措置であるといえる。</p>	
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><政令改正> 評価結果を受けて、本政策を盛り込んだ「特定商取引に関する法律施行令の一部を改正する政令」が平成25年2月8日に公布された。</p>	

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価（２） 担当課：取引対策課

施策名	特定商品等の預託等取引契約に関する法律による消費者への情報開示の強化	
規制の目的・内容・必要性	<p>（規制の目的） 預託等取引契約の締結及びその履行を公正なものとし、重大な消費者被害を未然に防止するため、消費者による適正な契約の締結、更新及び解除に資するような財務情報等の開示強化を行う。</p> <p>（規制の内容） ① 財務内容の透明性確保のための財務情報の開示強化 預託等取引業者が、契約締結前に消費者に交付する概要書面及び事務所に備え置き消費者の閲覧に供する書類のそれぞれにおいて、消費者との取引残高に関する情報や預託の対象商品に関する詳細情報等の、財務関係の記載事項を大幅に拡充し、財務内容の透明性の確保を図る。 ② 財務内容の適正性と信頼性確保のための監査情報の開示強化 預託等取引業者が作成・開示した財務書類の適正性・信頼性を担保するため、会社法に基づく事業報告及び計算書類並びにそれぞれに係る附属明細書を添付させるとともに、会計監査人監査（いわゆる外部監査）及び監査役監査（いわゆる内部監査）に係る情報の開示等を義務付け、監査報告書を添付させることとする。</p> <p>（規制の必要性） 預託等取引契約は、預託等取引業者が預託を受けた商品等の返還や一定の利益の提供等を運用の結果如何に関係なく行う義務を負う一方で、預託等取引業者の経営状況の悪化等その債務の履行期までに様々な変化が生じ得るため、債務履行の不確実性が存在し、社会的に看過し得ないような経済的被害が発生する可能性を有している。そのため、預託法では、契約締結前は書面交付によって、契約締結後は消費者の要求に応じて、預託等取引業者の業務及び財産の状況等に関する情報を提供することを定め、また、預託法は消費者に対しクーリング・オフ及び中途解約権を付与している。これらによって消費者が自己の判断に基づいて、預託等取引業者等と適正に契約関係を結ぶこと及び契約関係から離脱することを可能としている。したがって、消費者が預託等取引契約の締結、更新及び解除に係る意思決定を必要な情報に基づき適正に行うことを可能とし、消費者被害を未然に防止するため、当該情報の開示強化を行う必要がある。</p>	
規制の費用・便益	<p>【規制の費用】 （遵守費用） ①については、事業者にとって、当然に記録・認識されるべきものであるため、適正に業務を営む通常の事業者には当該情報を把握するための実質的な追加費用は発生しない。 ②については、契約締結前に消費者に交付する概要書面及び事務所に備え置き消費者の閲覧に供する書類それぞれについて作成等の費用が発生するが、記載する内容としては、預託等取引業者の監査状況に関する事項であって、実質的な追加費用は発生しない。 （行政費用） 預託等取引業者に課せられる規制の遵守状況について、監督・指導するといった業務が発生するが、現在の体制で対応すべく努力してまいりたい。 （その他の社会的費用） 特に想定されるものはない。</p>	<p>【規制の便益】 財務情報等の開示強化を行い、預託等取引業者に預託等取引契約に基づく債務残高、預託等事業の収益性及び契約の対象となっている特定商品の実在性等についてあらためて認識を促すことによって取引の適正化が図られ、また、消費者は預託等取引業者のより詳細な財務情報等に基づき、契約の締結、更新及び解除が可能となる。したがって、取引の適正化と消費者被害の未然防止によって、消費者の利益の保護が可能となる。</p>
政策評価の結果	<p>規制の便益の面に関しては、次の２点が考えられる。 １点目としては、預託等取引業者に対し、財務情報等の開示強化を通じて、経営管理に資する情報の把握を間接的に促し、より健全な事業経営及びより適正な取引が行われる効果が期待できる。 ２点目としては、消費者は、預託等取引業者に関するより詳細な財務情報等の開示を受けることによって、より正確なリスク評価に基づいた、契約の締結、更新及び解除に係る意思決定を行うことが可能となり、重大な消費者被害の未然防止が図られ、消費者利益の保護が可能となる。 他方、規制の費用の面に関しては、個々の預託等取引業者の事業内容等により区々となるため定量的な把握は困難ではあるが、預託等取引業者の破綻による経済的被害を考慮し、同様の被害を未然に防止する便益と比較すれば、十分に正当化されるものであると考えられる。</p>	
評価結果の政策への反映内容	<p><府令改正（予定）> 評価結果を受けて、本政策を盛り込んだ「特定商品等の預託等取引契約に関する法律施行規則の一部を改正する内閣府令」について平成25年５月に公布を予定している。</p>	

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価（3） 担当課：表示対策課

施策名	消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示への対応	
規制の目的・内容 ・必要性	<p>（規制の目的） 消費税の転嫁を阻害する表示を禁止することにより、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することを目的とする。</p>	
	<p>（規制の内容） 事業者における、消費税の転嫁を阻害する表示を禁止する。また、これらの表示を取り締まるための規定を設ける。</p>	
	<p>（規制の必要性） 消費税率引上げ時に行われる消費税の負担等についての不適切な表示は、消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害するものであるところ、現状の規制では対応できない場合があり、この点を踏まえると、規制を新設し、消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示を禁止する必要性が高いと考えられる。</p>	
規制の費用・便益	<p>【規制の費用】 （遵守費用） 事業者においては、消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示を行わないよう留意する必要があり、事業者における遵法のための費用の発生が想定される。</p> <p>（行政費用） 違反する表示を是正するための調査・指導等に係る費用、消費税価格転嫁等総合センター（仮称）における消費税の転嫁を阻害する表示等に関する相談を受け付ける費用、本規制の普及啓発活動等に係る費用の発生が予想される。</p> <p>（その他の社会的費用） 特に想定されるものはない。</p>	<p>【規制の便益】 本規制を新設することにより、これまで規制することのできなかつた消費税の円滑かつ適正な転嫁を阻害する表示を取り締まることが可能となり、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保することが可能となる。また、これにより、消費税の円滑かつ適正な転嫁に対する事業者の懸念を払拭することが可能となり、事業者の事業活動に対しても好影響が期待される。</p>
政策評価の結果	本規制により消費税の転嫁が確保できることで、価格交渉力の弱い中小事業者等への消費税率引上げに伴う負担のしわ寄せを回避することができ、遵守費用及び行政費用の発生を考慮してもなお、規制の新設は正当化できるものと考えられる。	
評価結果の政策への反映内容	<p><法案提出> 評価結果を踏まえ、「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正に関する特別措置法案」を国会に提出した。（平成25年3月22日提出）</p>	

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（1） 担当課：消費者政策課

<p>施策名</p>	<p>消費者政策の調整</p>
<p>施策の概要</p>	<p>消費者政策担当課長会議などの既存の枠組みの活用や、具体的な事案に応じた関係省庁・機関の会議の設置により、情報共有や機動的な対応を促進する。 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い、消費者の立場に立った政策を推進する。</p>
<p>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>消費者政策の司令塔として、関係省庁・機関との情報共有を強化するとともに、消費者に対して機動的に情報提供等の対応を行うことで、消費者の利益の擁護及び増進の観点から、消費者の立場に立った施策を促進した。 具体的には、消費者保護関連法の執行状況の取りまとめと公表、リスク評価機関の機能強化、消費者政策担当課長会議を通じて、情報共有を行った。特に、インターネット取引や越境取引について情報共有するとともに、決済代行業者登録制度及び越境取引センターの運用を開始することで、消費者の利益の擁護を図った。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 消費者の利益の擁護及び増進のためには、消費者庁が司令塔として、関係省庁・期間との連携及び調整を行い、消費者の立場に立った施策の実施を促していく必要がある。情報共有は、消費者の立場に立った政策をするために必要である。また、情報提供及び機動的な対応は、消費者の利益の擁護及び促進のために必要である。</p> <p>(2) 効率性 どの施策も、行政事業レビュー点検結果（平成22年度）を踏まえながら、消費者基本計画に盛り込まれた施策の実施について、おおむね限られた資源の中で一定の効果をあげることができた。</p> <p>(3) 有効性 消費者基本計画の工程表に示された平成23年度に実施予定の施策を、関係機関等との連携の下、おおむね着実に実施し、消費者の利益の擁護及び増進に資することができた。 特に、関係省庁・機関との情報共有を通じて、決済代行業者登録制度及び越境取引センターの運用を開始したことで、近年の社会情勢に合致した消費者の利益の擁護を促進することができた。</p> <p>(4) 関係課室間の連携 いずれの施策においても、消費者庁が司令塔として、関係機関・行政庁・課室との連携を図った。</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>関係省庁・機関との情報共有や、消費者に対する情報提供等の機動的な対応をすることで、施策の目標をおおむね達成できた。 その結果、消費者の利益の擁護及び促進のための取組を行うことができた。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>引き続き、消費者の利益の擁護及び増進のため、関係省庁・機関との連携を積極的に図りつつ、消費者に対する情報提供等の実効的な施策に取り組む。 限られた資源の中で施策の優先性を考慮しつつ、特に、すきま事案に対する執行体制強化や制度改正について、一層本格的に取り組むべく、25年度機構定員・予算要求を行っていく。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット消費者取引に関する実態調査を推進するため、平成25年度概算要求（68百万円）を行った。（24年度予算額：47百万円） <p><その他の具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国の消費生活センターに寄せられるいわゆる脱法ドラッグ（違法ドラッグを含む）の情報について、取締りを行っている担当部局に情報提供を行っていただくよう通知を发出。（平成24年9月） ・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。（平成24年10月） ・消費者安全法に基づき、社名公表を伴う注意喚起を実施。（平成24年9月～平成25年3月の期間で3回実施） ・消費者庁、警察庁及び金融庁において、政府広報を通じた「高齢者の消費者トラブル」未然防止に係る注意喚起を実施。（平成24年10月～） ・消費者政策担当課長会議を開催。（平成25年2月） ・平成24年7月開催の消費者政策担当課長会議にて、食品ロス削減関係省庁等連絡会議を設置し、同年10月に第1回会議を開催。 ・模倣品の販売が確認された（又は強く疑われる）海外ウェブサイトに関する情報を消費者庁のホームページ上で公表。（平成25年2月） ・「インターネット消費者取引連絡会」の開催。（平成24年9月～平成25年3月の期間で2回開催）

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（２） 担当課：消費者政策課

<p>施策名</p>	<p>基本的な消費者政策の企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<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ヵ年計画である「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>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>「消費者基本計画」に盛り込まれた施策の実施状況について、検証・評価を行うことで、各施策の実施状況の把握に努めた。その結果、3件の施策を実施済みと判断し、6件の新規施策を追加するよう、「消費者基本計画」を見直し、必要な施策を的確に反映させることができた。</p> <p>また、関係省庁等に対する「消費者団体基本調査」の配布、各省庁等の各種の相談窓口1,621箇所、「消費者ホットライン」のチラシを合計128,790部配布したことで、消費者政策の企画・立案の基礎となる、消費者等の意見を収集する機会を拡充させた。さらに、アジア消費者対策フォーラムに1回、I C P E N本会合に2回、インターネット点検キャンペーンに1回出席し、I C P E N加盟国各機関で「詐欺防止月間」を一斉に行う等、国際的な連携の強化にも取り組み、新たな消費者問題や国際的な問題に対する対応につき検討した。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 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・推進等を行う必要がある。</p> <p>(2) 効率性 行政事業レビュー点検結果（平成22年度）を踏まえながら、消費者基本計画に盛り込まれた施策の実施について、コスト縮減など効率的な取組を行うよう努めた。</p> <p>(3) 有効性 消費者基本計画の工程表に示された平成23年度の実施予定をおおむね達成しており、消費者政策に関する情報提供、国際的な連携の強化による一層の情報共有などの点から、近年の社会の動向を踏まえ、消費者の利益の擁護及び増進を有効に図ることができた。</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>消費者基本計画の取りまとめ担当課として、具体的施策の実施状況に関する検証・評価により、計画に掲げられた施策の実施状況を的確に把握することで、平成24年度における同計画の見直しにつなげた。また、消費者等の意見や国際的な動向を的確に施策に反映させるために、情報提供や国際的な連携の強化をする等、施策の目標はおおむね達成できた。</p> <p>これらにより、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ための取組を行うことができた。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>「平成23年度の具体的施策の実施状況に関する検証・評価及び計画の見直しの素案」を踏まえ、今後も、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、「消費者基本計画」の見直しについて閣議決定を行うほか、関係省庁に対する情報提供、国際的な連携の推進などに更に取り組んでいく。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者行政の総合的調整対応を継続的に推進するため、平成25年度概算要求（13百万円）を行った。（24年度予算額：7百万円） ・消費者行政の国際化を継続的に推進するため、平成25年度概算要求（39百万円）を行った。（24年度予算額：50百万円） ・消費者政策の企画立案に必要な調査を継続的に推進するため、平成25年度概算要求（53百万円）を行った。（24年度予算額：53百万円） <p><機構・定員要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際化政策対応業務の増加に対応するため、平成25年度機構・定員要求において増員を要求。（定員要求：課長補佐クラス1名、係長クラス1名） ・消費者白書作成業務の増加に対応するため、平成25年度機構・定員要求において増員を要求。（定員要求：課長補佐クラス1名、係長クラス2名） <p><その他の具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・CCP本会合に出席し、現在進められている各プロジェクト（電子商取引に関する調査、製品安全に関する情報共有等）の作業・今後の検討スケジュール等について議論。（平成24年10月） ・I C P E N本会合に出席し、各国消費者行政法執行機関との間で情報交換。（平成24年10月） ・I C P E N加盟各国の消費者保護当局が参加し、インターネットを監視する「インターネット点検キャンペーン」に参加。（平成24年9月） ・eConsumer.gov の日本語サイトにおいて、特定商取引法の改正について情報提供。（平成25年2月）

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（3） 担当課：消費者政策課

<p>施策名</p>	<p>消費者事故等の情報の集約・分析・対応</p>
<p>施策の概要</p>	<p>消費者安全法に基づき、消費者庁に集約された情報を的確に分析し、取りまとめ結果を公表する。情報を的確に分析するため、有識者や独立行政法人国民生活センターとの情報共有、意見交換を実施する。 集約・分析した消費者事故等に関する情報を庁内及び関係行政機関、地方公共団体等と共有し、適切に消費者に対して提供する。 財産分野の消費者事故等について、消費者被害の発生または拡大の防止を図るため、消費者安全法に基づく注意喚起などの対応を随時行う。</p>
<p>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>消費者安全法に基づく消費者事故等の通知及び消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故等の報告によって入手した情報や、国民生活センターから提供された情報に基づき、消費者事故等の発生に関する情報の集約・分析を実施し、国会に対する報告や関係行政機関に対する情報提供のほか、消費者に対する注意喚起を実施した。 特に、今年度は東日本大震災発生後であったことから、「震災に関する悪質商法110番」を開設し、震災に関する消費生活相談の情報を集約・分析した上で、これらの情報を毎週（合計16回）提供するとともに、震災に便乗した詐欺・悪質商法についての注意喚起を合計4回実施した。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 消費者事故等の未然防止・拡大防止のため、消費者安全法第13条は消費者事故等の情報を消費者庁にて集約・分析することと規定し、同法第15条は必要がある場合に消費者に対して注意喚起を行うことと規定している。</p> <p>(2) 効率性 行政事業レビュー点検結果（平成22年度）を踏まえながら、消費者基本計画に盛り込まれた施策の実施について、コスト縮減など効率的な取組を行うよう努めた。</p> <p>(3) 有効性 消費者庁設置以前は、消費者の権利を損なう恐れのある情報の収集やその情報の共有が不十分であったが、消費者庁にて消費者事故等の情報を一元化し、適時適切な対応を取ることにより、消費者事故等の未然防止・拡大防止に役立っている</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>消費者事故等の発生に関する情報の集約・分析・対応として、関係省庁・機関と連携をしつつ、積極的な情報提供をすることで、施策の目標はおおむね達成できた。 これにより、消費者被害の発生又は拡大の防止を図り、消費者が安心して消費を行なえる市場を構築するための取組を行うことができた。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>引き続き、消費者事故等の未然防止・拡大防止のため、消費者庁が収集する情報を一層拡充させるとともに、分析の質を高めていく。とりわけ、財産分野の情報については、情報の体系的な収集・通知制度の構築や、消費者庁としての対応が必要な端緒情報の抽出を行うためのメルクマールの設定について検討を行うべく、25年度予算要求を行う。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者情報の分析・発信を継続的に推進するため、平成25年度概算要求（20百万円）を行った。（24年度予算額：25百万円） ・消費者財産被害事案への対応を継続的に推進するため、平成25年度概算要求（42百万円）を行った。（24年度予算額：38百万円） ・高齢消費者における悪質商法の二次被害の防止を推進するため、平成25年度概算要求（58百万円）を行った。 <p><機構・定員要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者財産被害事案対応業務の増加に対応するため、平成25年度機構・定員要求において増員を要求。（定員要求：課長補佐クラス4名、係長クラス6名） <p><その他の具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者安全法に基づき、社名公表を伴う注意喚起を実施。（平成24年9月～平成25年3月の期間で3回実施） ・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。（平成25年2月）

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（４） 担当課：消費者制度課

<p>施策名</p>	<p>消費生活に関する制度の企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>1. 集团的消費者被害救済制度の検討 加害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奪し、被害者を救済するための制度について、いわゆる父権訴訟、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. 財産分野における「重大事故等」の範囲の検討 消費者被害の発生又は拡大の状況等を勘案し、消費者の財産に対する重大な被害に係る重大事故等の範囲について検討を加え、必要な措置を講じる。</p> <p>3. 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>4. 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>5. 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>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>法制度の検討に関する業務については、重大な財産被害を生じさせた事業者に対する行政措置の導入や消費者被害の発生・拡大防止に資する情報の関係機関への提供等を内容とする「消費者安全法の一部を改正する法律案」を国会へ提出したほか、「集团的消費者被害救済制度専門調査会」及び消費者委員会へ6回出席及び資料等の提供を行うなど、消費者被害の未然防止・拡大防止、救済を目的とした制度等の検討を行った。</p> <p>適格消費者団体に関する業務については、その円滑な業務遂行を目的として、判決等の公表・周知を11件行った。また、適格消費者団体の認定にあたっては、申請を受けてから約59日で処理を行い、適正な認定更新業務を行った。</p> <p>公益通報者保護法に関しては、内部通報制度の導入を促進等するため、70以上の事業者が実際に用いている内部通報に係る規程を「民間事業者における内部通報制度に係る規程集」として取りまとめたうえ公表した。また、1,700以上の行政機関を対象とする調査により施行状況の把握に努めるとともに、全国5箇所で説明会等を開催するなど周知・啓発に努めた。</p> <p>以上の消費生活に関する制度等の企画・立案・推進を行うことによって、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。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 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・啓発を目的とした説明会等の実施や内部通報制度の導入を促進等するための規程集の取りまとめ等は、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> <p>(2) 効率性 行政事業レビュー点検結果も踏まえながら、消費者基本計画に盛り込まれた施策の実施について、コスト縮減などの効率的な取組を行った。具体的には、説明会や研修会に職員を派遣する際に、パッケージ旅行を活用する等の支出の削減に努めた。</p> <p>(3) 有効性 消費者被害の未然防止・拡大防止、救済を目的として制度等の検討を行ってきた中で、平成23年度においては、「消費者安全法の一部を改正する法律案」を国会へ提出した。当該法律案は、重大な財産被害を生じさせた事業者に対する行政措置の導入や消費者被害の発生・拡大防止に資する情報の関係機関への提供等を内容としており、施行によって前記目標の実現に資するものといえる。</p> <p>また、消費者団体訴訟制度の担い手である適格消費者団体の認定、監督及び支援に係る活動は、消費者団体訴訟制度の濫用・悪用を防ぐとともに適格消費者団体における円滑な業務遂行を可能とし、上記目標を達成するために有効であったといえる。</p> <p>公益通報者保護法の説明会等については、出席者から有益であったとの意見が多く寄せられており、また、行政機関における通報相談窓口設置率が増加傾向にあることから、制度の周知・啓発という目的を達成するために有効であったといえる。</p>

	<p>3 総合的な評価</p> <p>消費者基本計画の具体的施策の実施状況に関する検証・評価の結果を取り入れながら、平成23年度についても、同計画に示された実施予定に基づき着実に実施し、次年度以降の基本的な政策の企画・立案・推進につなげた。</p> <p>これらにより、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ための取組を行うことができた。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>消費者基本計画の「平成23年度における具体的施策の実施状況に関する検証及び評価の結果」（平成24年7月閣議決定）を踏まえ、今後も、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、消費者庁及び消費者委員会設置法附則に掲げられた集団的消費者被害救済制度及び適格消費者団体への支援の在り方について検討を深めるほか、公益通報者保護制度の推進（消費者委員会の意見への対応を含む。）などに更に取り組んでいく。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p>< 予算要求 ></p> <p>○消費生活に関する制度の企画・立案・推進のため、平成25年度概算要求（62百万円）を行った。（24年度予算額：64百万円）</p> <p>○公益通報者保護の推進のため、平成25年度概算要求（19百万円）を行った。（24年度予算額：24百万円）</p> <p>※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活に関する制度の企画・立案・推進経費のうち、説明会やパンフレットの作成配布については、平成23年度の執行実績を踏まえ、約10,000千円の予算額を圧縮した。適格消費者団体による消費者団体訴訟制度等（集団的被害回復、差止請求）の普及に関しては、適格消費者団体への支援強化の観点から増額しつつ、全体では平成24年度予算額を下回る要求額とした。 ・公益通報者保護の推進に必要な経費について、執行実績等を踏まえつつ、より効率的な事業の実施について検討を加え、平成25年度概算要求では、総額2割程度の減額を行った。 <p>< その他の具体的取組 ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・集団的消費者被害に係る訴訟制度について、法制化に向けた検討を推進。 ・消費者団体訴訟制度等の普及啓発のため、全国5か所でシンポジウムを開催（平成25年2月～平成25年3月）。問合せ窓口（消費者団体訴訟制度ダイヤル）を設置（平成24年12月～平成25年3月）。

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（５） 担当課：消費者制度課

<p>施策名</p>	<p>個人情報保護に関する施策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>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。</p>
<p>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>法制度の周知徹底のため、法の施行状況（平成22年度）の概要の公表・配布、個人情報保護法に関する説明会、個人情報保護法パンフレットの改訂・配布等を行った。</p> <p>個人情報保護法に関する説明会は約3,000人の参加があり、参加者に対して行ったアンケートでは、「有益であった」「まあ有益であった」との回答割合が約8割に達するなど、一定の成果を上げている。また、個人情報保護法パンフレットの改訂版に関して、追加送付の要望が多く寄せられた。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 個人情報保護法については、法の誤解等に起因して法の定める以上に個人情報の提供が差し控えられる、いわゆる「過剰反応」の存在が今なお一部で指摘されており、事業者及び国民に対する広報・啓発に積極的に取り組むことが求められている。</p> <p>(2) 効率性 施行状況の報告の概要の印刷部数の削減、一般競争入札による契約等により、効果的な施策の推進に努めた。</p> <p>(3) 有効性 法制度に対する理解・浸透の向上を図るために、パンフレットの配布、法の施行状況（平成22年度）の概要の公表・配布、個人情報保護法説明会の開催といった活動を行ったところ、有用・有益であったとの意見が多く、期待される政策効果に照らし、成果があったといえる。</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>個人情報保護法制の普及・定着を図るため、各種媒体を用いてきめ細かな対応を実施するなど、施策の目標は概ね達成できた。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>個人情報保護法は、全面施行後7年余りを経過したところであるが、事業者からの漏えい事案が引き続き注目を集める等、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、「消費者基本計画」（平成22年3月30日閣議決定）において、「個人情報保護法については、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を踏まえ検討」することとされている。さらに、個人情報の取扱いに係る国際的なルールの検討も、急速に進展している。これらの動きを踏まえながら、消費者庁において引き続き、法の趣旨の正しい解釈の周知・徹底等の取組を行っていく。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ○個人情報保護の推進のため、平成25年度概算要求（26百万円）を行った。（24年度予算額：30百万円） ※関係する主な行政事業レビュー点検結果の概算要求への反映状況 ・調査研究経費について、調査研究内容についてより精査を行い、平成25年度以降、基本的に調査を年1本（平成24年度は2本）とすることで、事業実施・予算額の効率化を図ることとし、概算要求に反映した。</p> <p><その他の具体的取組> ・個人情報保護法説明会（平成24年11月～平成25年2月）において、地方公共団体等からの報告を新たに追加し、いわゆる「見守り協定」の締結などの個人情報の適切な共有に取り組んでいる事例について報告を受け、内容面を充実。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（6） 担当課：消費生活情報課

<p>施策名</p>	<p>消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>○教育 これまでに蓄積された研究・実践の成果を生かして小学生から大学生、そして成人に至るまでの多様な消費者教育を、連携して体系的に進める体制を確立するための「消費者教育推進会議」を開催し、8月までに課題等の中間整理を取りまとめ、年度内をめぐり中間整理で示した課題の中から更にテーマを絞り込み、具体的な施策提言を行う。 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。 消費者被害・事故に遭わない消費者を育てることを目的とし、消費者に対して、必要とされる消費者教育ツールを届け消費者教育を効果的・効率的に行うために、年度内をめぐり新学習指導要領の内容を踏まえた高校生向けの消費者教育用副教材を作成し、中学校における効果的な消費者教育の教育手法と効果測定手法についての検討を行う。</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、およ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>
<p>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析 『「消費者基本計画」における具体的施策の実施状況に関する「検証・評価」』を踏まえ、おおむね達成できたと考えられる。</p> <p>2 各観点からの検討 (1) 必要性 消費者基本法では、国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、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かんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとして規定されている。 (2) 効率性 消費者教育に関する施策のうち、可能なものは一般競争入札による契約により効率的な実施に努めた。さらに、消費者教育用副教材の印刷・配布については、必要最小限の部数の印刷・配布とした。消費者月間に消費者問題に関する啓発事業を集中的に実施、効率性を高めた。 (3) 有効性 消費者教育では、特に消費者教育推進会議で「消費者教育推進のための課題と方向」を取りまとめ、公表したことにより、一定の成果があったものと考えられる。今後、この取りまとめを踏まえ、関連する施策において消費者教育を推進していく。 消費者月間に、地方自治体、各種団体等とともに消費者問題に関する啓発事業を集中的に実施し、有効な啓発事業を実施できたと考えられる。 子ども安全メールの登録者数が2万件を越え、一定の評価がされていると考える。 消費者団体との意見交換や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、消費者庁の施策について情報提供を行うとともに、消費者団体の要望・意見等を聴取し、消費者行政に一定程度反映することができたと考えられる。</p> <p>3 総合的な評価 「1 目標の達成状況の分析」のとおり、おおむね達成できたと考えられる。</p> <p>4 課題と今後の取組方針 引き続き、消費者基本計画を踏まえた施策等を実施するとともに、消費者が賢い消費者、自立した消費者となるため、より地域や消費者団体等と連携を図り、充実を図っていく。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><その他の具体的取組> ・消費者教育推進のための体系的プログラム研究会の報告（「消費者教育の体系イメージマップ～消費者カステップアップのために～」）。（平成25年1月） ・消費者教育ポータルサイトシステム改修（利用者の立場（例えば、学校や地域で教える方等）で教材などを検索できる等）。（平成25年3月） ・小学生向け消費者教育用副教材の作成。（平成25年3月） ・地方（大阪）における消費者団体との意見交換会の開催。（平成24年11月） ・「子どもを事故から守る！プロジェクト」のシンボルキャラクター及びテーマソングの制作。（平成25年1月）</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（7） 担当課：消費生活情報課

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。
評価結果の概要	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東日本大震災と原子力発電所事故が電気料金へ与える影響をめぐる議論を契機に国民生活における公共料金の重要性が改めて認識されるに至っている。最近の公共料金をめぐる動向を踏まえて、こうした対応が今後ますます重要になることから、公共料金に関する現状と課題を整理するため、「公共料金に関する研究会（学識経験者や消費者団体関係者が構成メンバー）」を平成24年2月24日に立ち上げ、年度内に3回会議を開催した。 ・関係省庁の施策、円高メリットを受ける企業等の行動に資することを目的とした消費者の円高メリットに関する意識調査を行い、調査結果について、公表を行った。 ・このほか、「公共料金の内外価格差調査」の実施及び消費者への情報提供、国民生活安定緊急措置法の施行状況報告についての国会報告を行った。 ・なお、平成23年3月11日に発生した東日本大震災では、各省庁の物価担当官が集まる「物価担当官会議」（3回開催）の場で便乗値上げを防止する観点からも価格動向の調査・監視、国民への情報提供を行っていくことの申合せを行い、また、各省庁と連絡・調整を行ったうえで、消費者庁のウェブページ等を通じて国民への情報提供を行った。 <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 物価の安定は、国民の日常生活に深く関係し、消費者利益の擁護及び増進のために重要である。</p> <p>(2) 効率性 ホームページを活用し、費用を抑えて効率的に物価に関する情報提供を実施。</p> <p>(3) 有効性 各省庁が行う公共料金の改定等について消費者の立場に立った対応が図られているかどうかの確認の徹底。</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>物価安定対策を的確に進めることができた。今後は、公共料金に関する現状と課題を整理し、継続的な取り組みを行い、消費者に与える影響を十分考慮すべく努めていく。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>公共料金に関する現状と課題の整理について、「公共料金に関する研究会」で取りまとめのうえ、継続的な取り組みを行っていく。</p>
評価結果の政策への反映内容	<p><予算要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共料金に関する現状と課題の整理について、「公共料金に関する研究会」で取りまとめのうえ、継続的な取り組みを行っていくため、平成25年度概算要求（6.2百万円）を行った。

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（８） 担当課：地方協力課

<p>施策名</p>	<p>地方消費者行政の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>平成23年度末までの「集中育成・強化期間」における、地方消費者行政の課題及び消費者庁としての取組・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・強化のためのプラン」に基づく施策を、着実に推進していく。</p> <p>「集中育成・強化期間」後の地方消費者行政支援について、消費生活センターの法制上の位置づけや適正な配置、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、一般的に検討を行う。</p> <p>「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。更に、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>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「消費者ホットライン」の周知用チラシを、都道府県労働局、経済産業局や日本司法支援センターの支部等、関係省庁の出先機関を含む各種相談窓口配布するなど、地方において消費生活相談窓口を受け付ける体制の整備に努めた。 ・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、「運営要領の弾力化」を行い①震災対応の緊急事業への活用可能とするとともに、被災4県（岩手県、宮城県、福島県、茨城県）については、②いわゆる「2分の1基準」の緩和、③取り崩し期限の延長（最大平成25年度末まで）といった柔軟な運用が可能とした。さらに、震災・原発事故を受けた緊急対応（食品等の放射性物質検査、食の安全性等に関する消費生活相談対応等）により、被災4県では基金に不足が見込まれるため、平成24年度予算において3.64億円の上積みを行ったほか、食の安全・安心のための取組と地域の全体の消費者問題への対応力向上のため、同じく平成24年度予算において5億円の上積みを行った。 ・消費者庁幹部や経済産業局などの国の機関と都道府県・政令指定都市の担当部局長との意見交換や情報交換の場として、「地方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23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、自治体と意見交換を行うのみならず、消費者団体等が実施するシンポジウム等にも出席し、消費者団体等とも積極的に交流を図った。 ・東日本大震災への対応として、地域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・安心をよりいっそう確保するため、平成23年11月より国民生活センターと共同で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、被害を受けた自治体のバックアップに取り組んだ。 <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 消費者の安心・安全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>(2) 有効性 以下の点から、当該施策が得ようとしている政策効果を得ることができているといえる。 ・相談窓口（センター含む）が平成22年4月1日時点では1,490自治体で設置されていたが、平成23年4月1日時点では1,585自治体に設置され、相談窓口の設置自治体数が増加した。 ・消費生活相談員が、平成22年4月1日時点では3,146名であったが、平成23年4月1日時点では3,319名となり、1年で173名増加した。 ・自治体の消費者行政予算について、平成22年度から23年度にかけて、「地方消費者行政活性化基金」のみならず自主財源も増加している。（22年度：約125億円⇒23年度：約143億円）</p> <p>(3) 関係課室間の連携 執行担当者研修等において、消費者政策課、消費者安全課、取引対策課、表示対策課、食品表示課等の関係課との連携を図った。</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>平成22年度に引き続き、平成23年度においても「地方消費者行政活性化基金」を活用した消費生活センターの設置や相談員の配置・増員や、地方公共団体の関係部署の連携や消費者団体等地域で消費者問題に携わる多様な主体の連携などの動きが見られ、全体として地方消費者行政の充実・強化の取組が前進しつつある。また、東日本大震災への対応についても、被災した自治体のバックアップを着実にこなっている。</p>

4 課題と今後の取組方針

- ・引き続き、「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」の推進及び地方公共団体首長への働きかけを行っていくとともに、地域の消費者問題に携わる団体・グループが広く集い、交流を図る場を設け、その活動の活性化を促していく。
- ・「集中育成・強化期間」後の地方消費者行政について「地方自治体への期待」と「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、引き続き、地方消費者行政の充実・強化に取り組むとともに、「地方消費者行政活性化基金」終了後においても地方消費者行政に積極的に取り組む自治体を引き続き支援し、自治体での取組を下支えできるよう、必要な財源確保にむけて最大限の努力をしていく。
- ・東日本大震災で被災した自治体へのバックアップについて、地元ニーズを踏まえつつ、引き続き取り組んでいく。
- ・消費生活相談員資格の法的位置付けの明確化について検討を行い、相談員について全国的に一定の水準を確保し、消費生活相談業務の一層の質の向上と体制の整備を図る。
- ・消費生活センターの法制上の位置づけや適正な配置、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、地域住民の意思に基づく充実強化が図られるよう、地域主権改革の理念を踏まえ、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結果なども参考とし、一般的に検討を行う。
- ・P I O - N E Tの刷新について、相談現場等において「記録する道具」から「消費生活相談を受けながら相談処理に役立つ道具」へ転換するため、相談員の入力・登録負担の軽減や検索機能の向上等の検討を進める。

<予算要求>

- 地方消費者行政の推進のため、所要の経費を予算措置した。
 - ・平成24年度補正予算において、「地方消費者行政活性化基金」の上積みとして60.2億円を措置。
 - ・平成25年度予算要求：5,048百万円[平成24年度予算額：1,068百万円]
 - ・平成25年度当初予算案において、「地方消費者行政活性化基金」の仕組みを活用し、国から先駆的なテーマを提案して、地方自治体と連携して実施する新たな形の事業を実施するため、5億円を措置。
 - ・平成25年度当初予算案において、岩手・宮城・福島・茨城の「地方消費者行政活性化基金」については、震災・原発事故を受けた緊急対応に活用するため、約7.29億円を措置。

<機構・定員要求>

- 今後も地方自治体や地域の消費者団体等多様な主体との連携を引き続き強化するため、平成25年度定員要求において、平成22年度増員事項（地方支援担当）の見直しの解除を要求。
（課長補佐（地方協力第四・五・六係担当）1人、地方協力係長5人の見直しの解除）

<その他の具体的取組>

- ・積極的な地方の関係者との意見交換等の実施。
 - ・「地方消費者行政活性化基金」を活用し、相談体制の充実等、地方自治体における取組を支援。
 - ・平成26年度以降についても視野に入れ、基金等の個別事業ごとの活用期間に関するルールを定めた「地方消費者行政に対する国の財政措置の活用期間に関する一般準則」を消費者庁長官通知として制定。（平成25年2月）
 - ・消費者庁長官から各自治体の首長宛に「消費生活相談員に対するいわゆる「雇止め」の見直しについて（依頼）」（平成25年2月27日付け消地協第26号）を发出し、地方自治体における消費生活相談員の雇止めの見直しを依頼。（平成25年2月）
 - ・「地方消費者グループ・フォーラム」（全国8ブロック）の開催を通じ、地域で消費者問題に関わる団体・グループの交流を促進。（平成24年9月～平成25年3月）
 - ・「消費者行政ブロック会議」（全国6ブロック）の開催を通じ、地方自治体との連携を強化。（平成24年8月～11月）
 - ・「消費生活相談員資格の法的位置付けの明確化等に関する検討会」の中間報告（平成24年8月）を踏まえ、消費生活相談業務の一層の質の向上と体制の整備を図る観点から、相談員資格の法律への位置付け等の具体化に向けて必要な事項の検討を実施。
 - ・「P I O - N E T刷新に関する検討会」の中間報告（平成24年7月）を踏まえ、P I O - N E T（全国消費生活情報ネットワーク・システム）について、相談員にとって一層使い勝手の良いものとするべく、国民生活センターと共同で刷新に向けた作業を実施。
 - ・「消費者ホットライン」を運用。
 - ・「東日本大震災」で被害を受けた地方自治体をバックアップするため、放射性物質検査機器の貸与等による放射性物質検査体制の整備を実施。（検査機器の配備（278自治体に392台）：～平成24年11月／研修会の実施：随時）
 - ・地元ニーズを踏まえつつ、被災地における相談窓口に関分野の専門家を派遣し（事業開始から平成25年1月31日現在までに5,395人（のべ日人）を派遣）、相談体制の構築に対する支援を実施。

評価結果の政策への反映内容

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（9） 担当課：消費者安全課

<p>施策名</p>	<p>消費者の安全確保のための施策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<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。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。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。「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>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>今年度、事故情報データベースへのアクセス件数は堅調に推移した。収集する事故情報の範囲等の拡大については、「入手情報点検チーム」の設置等により目標を達成できた。生命・身体分野の消費者事故等の調査を行う体制の整備については、「消費者安全法の一部を改正する法律案」を第180回国会に提出した。食品と放射能の問題について、計45回のリスクコミュニケーション等を実施し、目標を達成した。判例、製造物責任法に基づき提訴された訴訟等の情報及び裁判外紛争解決事例については一定の収集・公表を行った。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 当該施策のいずれの事業についても、消費者庁の役割の一つである消費者事故等の一元的集約及び公表に係るものであり、関係行政機関や地方公共団体、あるいは事業者の協力は必要であるが、消費者行政の司令塔としての消費者庁が行う必要のあるもの。</p> <p>(2) 効率性 当該施策のうち、事故情報データベース及び医療機関ネットワークの両事業については、国民生活センターとの共同事業であり、消費者庁は主に企画・調整の役割を担っており、消費者庁単独での支出は限られている。リスクコミュニケーションに係る事業については、一部の業務を請負契約により運営しているが、契約に当たり、いずれも各事業者の適正を考慮した上で一般競争入札による価格競争を前提としているため、より少ないコストでの事業運営を目指した。</p> <p>(3) 有効性 食品と放射性物質に関し、消費者の目線に立ち、「食品と放射能」の問題について、消費者へ分かりやすい情報提供を実施することについて、地方自治体、消費者団体等と連携して45回の開催を行うことができ、食品と放射性物質について多くの消費者に対し周知できたと考えている。その他の事業についても当初の目標値を達成しており、一定の有効性があったと考えら得る。</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>消費者基本計画に基づきつつも、事業の実用性、有効性等を考慮しつつ不断の見直しを行い、適切に事業が進められてきている。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>平成21・22年度同様、事業を確実に進捗するとともに、方法等について適時の見直しを行っていきたい。医療機関ネットワークによる事故情報の追跡調査については、現在の事業としては廃止し、国民生活センターの事業と併せて事業の在り方を検討することとしている。リスクコミュニケーション等の各事業については必要な措置を行えるよう予算要求していく。食品と放射能に関するリスクコミュニケーションについては、地方自治体、消費者団体と連携した意見交換会の全国的展開に加え、新たに、子育て世代の参加しやすい形式での開催等に取り組んでいく。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ○消費者の安全確保のための施策を推進するため、平成25年度概算要求（336百万円）を行った。（24年度予算額：307百万円） ・医療機関ネットワーク事業の予算は、病院長会議開催経費及び旅費のみの要求としている。</p> <p><その他の具体的取組> ・医療機関ネットワークにおける追跡調査については外部委託を廃止し、国民生活センターとの連携の中で行うとともに、参画病院数を拡大し、人口が多い地域に病院を配置するなど、より充実した事故情報の収集が可能となるよう改善を実施。（平成25年3月） ・食品中の放射性物質に関しては、9月以降も引き続き、リスクコミュニケーションの強化を図り、関係府省、地方自治体等と連携し、全国で99回実施。また、3回シリーズによる公共施設や店頭等における消費者への広報活動の実施にも努め、ポスター各2万枚、リーフレット各92万部を全国で配布。加えて、被災地及び消費圏の消費者5千人を対象とした意識調査を実施したところであり、今後のより効果的なリスクコミュニケーションの在り方や消費者への情報発信の検討等に活用する予定。（平成24年9月～）</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（10） 担当課：取引対策課

施策名	消費者取引対策の推進
<p>施策の概要</p>	<p>①特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）の厳正な執行 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。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上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>②都道府県の法執行の強化 「地方消費者行政の充実・強化のためのプラン」（平成22年2月消費者庁）に基づき、地方公共団体からの行政実務研修員の積極的な受入れ・都道府県の執行担当者を対象とした研修の充実などによる人材育成や、法解釈などの情報の「ネットワーク」の強化といった国と都道府県の連携強化に必要な支援・協力をを行う。</p> <p>③割賦販売法、貸金業法、宅建業法、旅行業法（以下「4業法」という。）により主務大臣が行う行政処分への対応 4業法に基づき主務大臣が行政処分を行う際の協議などに的確に対応する。</p> <p>④特定電子メール法の厳正な執行 特定電子メール法に基づく規制・制度を運用する。</p>
<p>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>①特定商取引法の厳正な執行 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23年度は、43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や金融庁への通報も着実に進んでいる。</p> <p>②都道府県の法執行の強化 ・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を6月に実施した（約90名が参加）。 ・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9月に実施した（約60名が参加）。 ・全国6ブロックで開催された「地方消費者行政ブロック会議」において、経済産業局も交え、各都道府県部局長と法執行の強化について意見交換を実施した。 これらにより、都道府県において法執行強化の重要性について理解が進み、取組が進むことが期待される。</p> <p>③4業法により主務大臣が行う行政処分への対応 平成23年度に行われた主務大臣による行政処分（5件）について協議を行い、消費者保護の観点を反映した。</p> <p>④特定電子メール法の厳正な執行 特定電子メール法に基づき、総務省との連携の下、平成23年度は10件の行政処分を行い、消費者保護の確保が図られた。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>（1）必要性 訪問販売など消費者トラブルの多い特定の取引については、特定商取引法において、事業者の行為に対する一定の規制やトラブルが生じた場合の民事ルール（クーリング・オフなど）が定められている。これらの特定の取引における消費者利益の保護を図るためには、消費者トラブルの実態を踏まえ、悪質事業者に対して特定商取引法に基づく行政処分などを厳正に行うことが必要。 特定電子メール法について、いわゆる「迷惑メール」の送信等による電子メールの送受信上の支障を防止し、電子メールの利用についての良好な環境の整備を図ることは、消費者利益を確保する観点から必要。</p> <p>（2）効率性 特定商取引法又は特定電子メール法の執行については、消費者庁と経済産業局又は総務省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て法執行を実施。また、特定商取引法の執行に係る電子商取引モニタリング事業については、競争性を確保するため、入札資格を緩和し、消費生活アドバイザー等の資格を持っている人員の割合の引下げや総務省の迷惑メール対策事業（特定電子メール法に基づく）との関係の整理を検討する。</p> <p>（3）有効性 特定商取引法違反事案が巧妙化・複雑化している中、平成23年度は43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。 特定電子メール法について、平成23年度は10件の行政処分を行い、電子メールの利用に係る良好な環境の整備に資する法執行が行われ、消費者の利益が確保された。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（10） 担当課：取引対策課

	<p>3 総合的な評価</p> <p>特定商取引法の厳正な執行等、消費者取引対策を着実に推進し、消費者保護が十分に確保された。</p> <p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>引き続き、特定商取引法の厳正な執行を行う。 都道府県における法執行が強化されるよう各種施策を充実するとともに、都道府県との連携に努める。 4業法について、引き続き適切に対応していく。 特定電子メール法について、引き続き厳正な執行を行う。</p>
評価結果の政策への反映内容	<p><予算要求> 政策評価結果を踏まえ、効率的な執行の観点から、特定商取引法の執行、電子商取引モニタリング等事業、特定商取引適正化事業等について経費縮減を図り、予算の減額要求を行った。</p> <p><機構・定員要求> 政策評価結果を踏まえ、特定商取引法の厳正な執行に係る体制の強化を図るため、平成25年度機構・定員要求において増員を要求。 (定員要求：課長補佐クラス2名、係長クラス4名の見直しの解除)</p> <p><その他の具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none">・特定商取引法の厳正な執行。・通信販売業者からの違法な電子メール広告等に関する情報を関係事業者や金融庁に提供。・改正特定商取引法の施行。(平成25年2月)・割賦販売法に基づく行政処分に係る協議への対応。(平成24年12月)・旅行業法に基づく行政処分に係る協議への対応。(平成24年12月)・宅建業法に基づく行政処分に係る協議への対応。(平成25年2月)・特定電子メール法の厳正な執行。

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 (11) 担当課：表示対策課

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> <ol style="list-style-type: none"> 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。 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。 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。
評価結果の概要	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>(1) 景品表示法の運用について、平成23年度は、前年度に比して行政処分（措置命令）件数は増加しており、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講師派遣を行い、景品表示法の普及・啓発を実施するとともに、公正取引協議会への活動への講師派遣も行き、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用を促進する取組が実施された。</p> <p>(2) 住宅性能表示制度について、パンフレット等をHPに掲載するとともに、平成23年度は、消費者団体や消費生活センター等に配布する制度ガイドを準備するなど、同制度の普及・啓発に向けた取組が実施された。</p> <p>(3) 家庭用品品質表示法について、平成23年度は4件の指示を行うなど適切な運用がなされた。また、雑貨工業品品質表示規程の改正など、規程の見直しを行った。</p>
	<p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 景品表示法の運用について、消費者が適正な選択を行える意思決定環境を創出・確保する観点から、商品又はサービスの品質等の内容や価格等の取引条件について誤認を与えることにより消費者の適正な選択を妨げる不当な表示に対して、景品表示法に基づいて厳正に対処することは必要不可欠である。 また、景品表示法の普及・啓発を図り、事業者における法令遵守の取組を支援することは、同法違反行為の未然防止を図る観点から必要不可欠である。 さらに、不当な表示や過大な景品類は、短期間のうちに、その内容がエスカレートし、際限なく広がっていくおそれを有している。このような不当な表示等を効果的に規制するためには、規制当局の限られたリソースだけでは困難であるところ、業界自らが自主的かつ積極的に守るべきルールとして定めた公正競争規約が積極的に活用され、円滑な運用が行われるように関連団体等を支援することは景品表示法違反行為の未然防止等の観点からも必要不可欠である。</p> <p>(2) 効率性 景品表示法の運用について、措置命令を行った案件の処理期間については、措置命令件数が前年度より増加している状況の下、平成23年度は平均180日間と前年度に比して長期化している。一方、事件調査を担当する職員一人当たりの措置命令件数は、平成22年度は約0.7件であったのに対し、平成23年度は約0.8件となっており、前年度より効率的な景品表示法違反事件処理が行われた。</p> <p>(3) 有効性 住宅性能表示制度について、消費者への普及・啓発のためにガイドを用意したが、平成23年度中には配布されておらず、今後、普及・啓発の効果が上がるような配布が望まれる。 また、家庭用品品質表示法について、前年度には行われなかった規程の改正が行われ、消費者にとってより実態に合った規程となった。</p>
	<p>3 総合的な評価</p> <p>(1) 景品表示法の厳正な運用が行われ、また、事業者の自主的な法律遵守の取組を促す施策を実施してきており、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取組が行われているといえる。</p> <p>(2) 住宅性能表示制度について、HPの掲載に加えて、消費者団体等へのガイド配布の準備等、普及・啓発のための取組が着実に進められている。</p> <p>(3) 家庭用品品質表示法については、指示を行うなど適切な運用が行われている一方、規程の見直しも行われ、家庭用品の品質表示の適正化に向けた取組がなされている。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（11） 担当課：表示対策課

	<p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>（1）景品表示法の執行について、引き続き、厳正な運用を行っていく。処理期間が長期化しているところ、違反事件を処理するための体制整備等を含めた取組を行っていく。また、引き続き、景品表示法の普及・啓発、及び公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用の促進に係る取組を実施していく。</p> <p>（2）住宅性能表示制度について、引き続き、一般消費者に対する普及・推進のための取組を行っていく。</p> <p>（3）家庭用品品質表示法について、引き続き、法を適切に運用し、また、規程等を社会のニーズに応じて改正する取組を行っていく。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><機構・定員要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・景品表示法違反被疑情報の管理体制の拡充等のため、平成25年度機構・定員要求において機構及び増員（見直しの解除を含む）を要求。 （機構要求：食品表示対策室長（1名）の設置） （定員要求：景品・表示調査官5名の見直しの解除、食品表示対策室への食品表示調査官（8名）の配置（表示対策課内から4名、食品表示課から4名を振替）） <p><その他の具体的取組></p> <p>1 景品表示法の運用及び執行体制の拡充</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景品表示法に違反する行為を行った事業者に対して、その行為の取りやめ、再発防止策の実施等を命令・指示する行政処分（措置命令）等を実施。 ・景品表示法違反行為の未然防止等の観点から、商品等に関する表示の方法等について、事業者等からの相談に対応。 ・消費者向け電子商取引の健全な発展と消費者取引の適正化を図る観点から、一般消費者に「電子商取引表示調査員」を委嘱して、景品表示法上問題となるおそれがあると思われる表示について報告を受け、同報告を景品表示法違反事件の端緒の発見、景品表示法違反行為の未然防止の観点から行う事業者への啓発活動に活用。 ・景品表示法の普及・啓発等のため、各種団体主催の講習会等に講師を派遣し、景品表示法のパンフレットを配布。 ・公正競争規約の所要の変更につき公正取引協議会から相談を受け認定を行うとともに、規約担当職員が各公正取引協議会に対し規約の適正な運用等について必要な助言等を行うこと等により、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用を促進。 ・公正取引協議会等関連団体が主催する研修会等への講師派遣。 ・公正競争規約の実効性の確保を目的として各公正取引協議会が実施する「表示に関する公正競争規約の試買表示検査会」の一部について、運營業務等を支援。 <p>2 住宅性能表示制度の普及・啓発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国約1,000箇所の消費生活相談窓口に対して住宅性能表示制度ガイド（パンフレット）を配布。（平成25年3月） <p>3 家庭用品の品質表示の適正化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家庭用品品質表示法に基づき、事業者に対する「指示」を行い、また、事業者が自ら不適正表示を申し出たものについては、ホームページ上で消費者に注意喚起。 ・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、取扱い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い上の注意表示を新たに追加する等の告示改正作業を開始。（平成25年3月 消費者委員会における諮問及び答申）

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 (12) 担当課：食品表示課

<p>施策名</p>	<p>食品表示対策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>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（昭和25年法律第715号。以下「JAS法」という。）、食品衛生法（昭和22年法律第233号）、健康増進法（平成14年法律第103号）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自治体と連携しつつ厳正に対処する。</p>
<p>評価結果の概要</p>	<p>1 目標の達成状況の分析</p> <p>制度の運用改善のための表示基準やガイドラインの改定など消費者基本計画に基づき必要な措置を講じるとともに、生肉による集団食中毒事件を受けた表示基準の策定など、早急な対応を要するものへの対応を実施した。</p> <p>また、平成24年度中の法案提出を目指し、食品表示一元化検討会を開催するなど、スケジュールを見据えた施策の実施に努めた。</p> <p>2 各観点からの検討</p> <p>(1) 必要性 食品の表示は、消費者の商品選択の際の重要な判断材料であり、適正な表示がなされることが消費者利益の確保のために不可欠である。このため、消費者利益の擁護と増進を図るためには、JAS法、食品衛生法、健康増進法等に基づく表示基準等を的確に企画・運用し、さらにはこれらの法令の違反行為に対して厳正に対処を行う必要がある。</p> <p>(2) 効率性 調査事業の発注の際には、目標とする成果を担保するために企画提案書等を提出させ、また価格面においても競争性を確保できるよう総合入札方式を用いるなどの対応を行った。また、23年度において不用が見込まれるものなどの節減を行い、さらに24年度要求では0とした。</p> <p>他方、特定保健用食品等の審査業務や遺伝子組換え食品等の分析法の開発を実施するにあたり、高度化・複雑化する科学技術に対応できる体制整備が必要となっている。</p> <p>(3) 有効性 消費者の選択のために有効な表示基準の改正や、適正な広告等を行うための手解きとなるQ&Aの策定等を行った。</p> <p>(参考：平成23年度実績) 表示基準の改正：8 ガイドライン及びQ&Aの改正等：4</p> <p>また、東日本大震災を受けた食品表示の弾力的な運用を継続するとともに、被災地における実態把握を行った上で、段階的な制限解除を行った。</p> <p>(4) 公平性 表示基準等の検討に当たっては、パブリックコメントや意見交換会等を活用し、消費者や事業者等からの幅広い意見聴取を行った。</p> <p>また、多くの国民が検討状況が分かるようにするため、検討会の公開、会議資料及び議事録のHP掲載等、開かれたものにするよう努めた。</p> <p>(5) 優先性 食品表示一元化検討会を開催するなど、平成24年度中に食品表示に関する一元的な法案の提出を目指すための取組を進めた。</p> <p>また、生肉による集団食中毒事件を受けた表示基準の策定など、早急な対応を要するものに対し必要な措置を講じた。</p> <p>(6) 関係課空間の連携 食品表示連絡会議を開催し、執行業務等における連絡調整を行うなど、効果的・効率的な執行を図るとともに、震災における対応状況の確認を行った。</p> <p>さらに、食品表示の一元的な法体系を検討する中で、農林水産省など関係省庁に対し検討状況を報告するなど、情報共有に努めた。</p> <p>3 総合的な評価</p> <p>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ことは、消費者利益の擁護と増進を図る上で重要である。</p> <p>本施策の食品表示の一元的な法体系の在り方の検討については、検討会を実施し、パブリックコメント及び意見交換会を行うなど、着実に施策を進めている。また、これと合わせて原料原産表示の拡大や栄養表示の義務化の検討を行うことができた。</p> <p>また、東日本大震災や生肉による集団食中毒事件など、早急な対応を要する案件についても、必要な措置を講じており、一定の評価ができると思われる。</p> <p>一方、産地偽装など食品表示への信頼を揺るがす事案が発生していたことは否めない。こうした情報の中で、引き続き消費者の立場に立った表示制度の充実を検討するとともに、食品事業者等に対する監視指導・啓発を充実・強化していくことが重要となる。</p> <p>さらに、特定保健用食品の許可に係る審査の円滑化や表示の規制に用いる分析法の開発等については、科学技術の高度化・複雑化に対応できる体制整備が必要となっている。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（12） 担当課：食品表示課

	<p>4 課題と今後の取組方針</p> <p>食品表示の一元的な法体系のあり方については、引き続き検討を進めるとともに、平成24年度中の法案提出に向け、スケジュールを見据えた取組が必要である。</p> <p>また、特定保健用食品の許可に係る審査の円滑化や表示の規制に用いる分析法の開発等に関する課題については、必要な機構・定員を要求するなどの対処を図りたい。</p>
評価結果の政策への反映内容	<p><機構・定員要求></p> <ul style="list-style-type: none">・機能性表示や分析管理などの科学的知見、特定保健用食品の審査体制の強化及び食品表示基準の検討に対応するため、平成25年度機構・定員要求において増員（時限延長を含む）を要求。 （機構要求：企画官の設置） （定員要求：課長補佐クラス1名、係長クラス1名（時限延長）、一般職員クラス1名（時限延長）） <p><その他の具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none">・食品表示法案の成案に向けた作業。