

	令和5年度行政事業レビューシート					(消費者庁)		
事業名	消費者教育・普及啓発			担当部局庁	消費者庁		作成責任者	
事業開始年度	平成21年度	事業終了 (予定)年度	終了予定なし	担当課室	消費者教育推進課		課長 山地 あつ子	
会計区分	一般会計							
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	消費者教育の推進に関する法律 第3条、第4条、第8条、第9条、第11条、第12条、第13条、第15条、第16条、第17条、第18条、第19条			関係する 計画、通知等	消費者基本計画 第5章 4. 消費者基本計画工程表 施策番号IV(1)①～④			
政策	消費者政策の推進			主要経費	その他の事項経費			
施策	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進							
政策体系・評価書URL	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/							
事業の目的 (5行程度以内)	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないことおよび、被害に遭った際に救済できるように教育することに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。							
現状・課題 (5行程度以内)	○成年年齢引下げやデジタル化の進展等により、幅広い世代において消費者被害増加のリスクがある。 ○消費者被害の防止・減少のため、ライフステージに応じた、社会人も含めた切れ目のない消費者教育の推進が必要。							
事業概要 (5行程度以内)	上記事業目的を達成するため、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を基に主に以下の取組みを実施。 ○地方公共団体等への消費者教育実施の支援・働きかけ ○事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ(教育プログラムの開発等) ○消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有							
事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/							
実施方法	直接実施、委託・請負							
補助率等								
予算額・ 執行額 (単位:百万円) (インプット)			令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度要求	
	予算の 状況	当初予算(A)	77	102	83	75	188	
		補正予算(B)	-	-	120	-		
						-		
						-		
						-		
						-		
						-		
		前年度から繰越し(C)	-	-	-	120	-	
		翌年度へ繰越し(D)	-	-	▲ 120	-		
		予備費等(E)	-	▲ 2	-	-		
	計(F) =(A)+(B)+(C)+(D)+(E)	77	100	83	195	188		
	執行額(G)		48	60	43			
	執行率(%) =(G)/(F)		62%	60%	52%			
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%) =(G)/[(A)+(B)]		62%	59%	21%			
令和5・6年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算項・目		令和5年度当初予算	令和6年度要求	主な増減理由(・要望額・予備費)			
	(項)				消費者教育に関する取組を強化するための新たな事業項目を要求に追加したため。			
		(目)	政策調査費	60				72
			委員等旅費	3				3
			委員手当	3				3
			職員旅費	2				2
			非常勤職員手当	6				6
			その他	1				1
			その他	15				116
	計(A)		75	188				

活動内容① (アクティビティ)		地方公共団体等への消費者教育実施の支援・働きかけ。								
↓										
活動目標及び活動実績 ① (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		消費者教育コーディネーター会議の実施	消費者教育コーディネーター会議の参加者数	活動実績	件	－	－	83	－	－
				当初見込み	件	－	－	－	100	－
↓	成果目標①-1の 設定理由 (アウトプットからのつながり)	消費者庁主催の下、消費者教育の多様な担い手と場を繋ぐ消費者教育コーディネーターの優良事例等につき、各自治体のコーディネーターから発表・共有いただく消費者教育コーディネーター会議への参加者数増加することで、参加者が自らの自治体で講座等を実施することにつながると考え、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※消費者教育コーディネーターとは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐことにより、新たな実践の場を創出させる役割を担う。具体的な活動としては、各地域で積み重ねられてきた独自の取組について共有し、抱える課題や目指すべき目標等の抽出等を行っている。								
成果目標及び成果実績 ①-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 5 年度	
		地域での講座等の実施割合の向上	地域での講座等の実施割合	成果実績	%	－	36.4	－	－	
				目標値	%	－	－	－	40	
				達成度	%	－	－	－	－	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		令和4年度消費生活意識調査(第4回)								
↓	成果目標①-2の 設定理由 (短期アウトカムからのつながり)	各地での充実した講座等が行われることで、契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。								
成果目標及び成果実績 ①-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 6 年度	
		契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率の向上	契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率	成果実績	%	－	34.6	－	－	
				目標値	%	－	－	－	38	
				達成度	%	－	－	－	－	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		【統計・データ名(出典)】 令和4年度消費生活意識調査(第4回)								
↓	成果目標①-3の 設定理由 (長期アウトカムへのつながり)	被害の未然防止のための行動ができることは、消費者被害の未然防止に繋がると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。								
成果目標及び成果実績 ①-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 5 年度	
		被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	消費者被害に遭った人の割合	成果実績	%	－	－	18.8	－	
				目標値	%	－	－	－	15	
				達成度	%	－	－	－	－	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		【統計・データ名(出典)】 令和4年度消費生活意識調査(第4回) 【その他の成果指標】 令和4年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 67.9% 令和4年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 61.8%								
アウトカム設定について の説明		アクティビティ①について定性的なアウトカムを設定している理由								
		－								
		アクティビティ①についてアウトカムが複数設定できない理由								
		－								

活動内容② (アクティビティ)		事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ(教育プログラムの開発等)								
↓										
活動目標及び活動実績 ② (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		事業者における従業員向け研修への 講師派遣等の実施	講師派遣等を通じた従業員向 け研修の実施事業者数	活動実績	社	-	-	-	-	-
				当初見込み	社	-	-	-	60	-
↓	成果目標②-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)	当庁による講師派遣等を通じて従業員向け研修を実施する事業者数が向上することで、消費者教育が実践される場・範囲が拡大し、各地域での職域に対する消費者教育関連事業(講座等)が増加すると考えたため、本指標を短期アウトカムとして設定した。								
成果目標及び成果実績 ②-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 - 年度	
		地域での講座等の実施の促進	地域での職域に対する消費 者教育関連事業(講座等)の 実施割合	成果実績	%	-	-	-	-	
				目標値	%	-	-	-	-	
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		令和5年度地方消費者行政の現況調査 ※今年度から追加する指標								
↓	成果目標②-2の 設定理由 (短期アウトカム からのつながり)	各地域での消費者教育関連事業の増加により消費者教育が充実することで、契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。								
成果目標及び成果実績 ②-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 6 年度	
		契約等消費生活(消費者被害)に関す る知識の正答率の向上	契約等消費生活(消費者被害) に関する知識の正答率	成果実績	%	-	-	34.6	-	
				目標値	%	-	-	-	38	
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		令和4年度消費生活意識調査(第4回)								
↓	成果目標②-3の 設定理由 (長期アウトカム へのつながり)	被害の未然防止のための行動ができることは、消費者被害の未然防止に繋がると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。								
成果目標及び成果実績 ②-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 5 年度	
		被害の未然防止のための行動ができ る消費者の割合の増加	消費者被害に遭った人の割合	成果実績	%			18.8		
				目標値	%				15	
				達成度	%	-	-	-		
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		【統計・データ名(出典)】 令和4年度消費生活意識調査(第4回) 【その他の成果指標】 令和4年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 67.9% 令和4年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 61.8%								
アウトカム設定について の説明		アクティビティ②について定性的なアウトカムを設定している理由								
		-								
		アクティビティ②についてアウトカムが複数設定できない理由								
		-								

活動内容③ (アクティビティ)		消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有								
↓										
活動目標及び活動実績 ③ (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		消費者教育ポータルサイトへの教材・ 取組等の掲載	消費者教育ポータルサイトの アクセス件数	活動実績	件	－	－	357,573	－	－
				当初見込み	件	－	－	－	380,000	－
↓	成果目標③-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)	消費者教育ポータルサイト上の教材・取組が地域の担い手により幅広く活用されることで、地域における消費者教育の取組が充実・増加等と考えられることから、本指標を短期アウトカムに設定した。								
成果目標及び成果実績 ③-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 5 年度	
		地域での消費者教育関連事業(講座 等)の促進	地域での消費者教育関連事 業(講座等)の実施割合	成果実績	%	－	36.4	－	－	
				目標値	%	－	－	－	40	
				達成度	%	－	－	－	－	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績										
↓	成果目標③-2の 設定理由 (短期アウトカム からのつながり)	地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活に関する知識が向上すると考えたため、本指標を設定した。								
成果目標及び成果実績 ③-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 5 年度	
		契約等消費生活(消費者被害)に関す る知識の正答率の向上	契約等消費生活(消費者被害) に関する知識の正答率	成果実績	%	－	－	34.6	－	
				目標値	%	－	－	－	38	
				達成度	%	－	－	－	－	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		令和4年度消費生活意識調査(第4回)								
↓	成果目標③-3の 設定理由 (長期アウトカム へのつながり)	被害の未然防止のための行動ができることは、消費者被害の未然防止に繋がると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。								
成果目標及び成果実績 ③-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 5 年度	
		被害の未然防止のための行動ができ る消費者の割合の増加	消費者被害に遭った人の割合	成果実績	%	－	－	18.8	－	
				目標値	%	－	－	－	15	
				達成度	%	－	－	－	－	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		【統計・データ名(出典)】 令和4年度消費生活意識調査(第4回) 【その他の成果指標】 令和4年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 67.9% 令和4年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 61.8%								
アウトカム設定について の説明		アクティビティ③について定性的なアウトカムを設定している理由								
		アクティビティ③についてアウトカムが複数設定できない理由								

活動内容④ (アクティビティ)		毎月5月に行う消費者月間事業の実施(消費者月間ポスターの配布、消費者月間シンポジウムの開催、消費者支援功労者表彰の実施)								
↓										
活動目標及び活動実績 ④ (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		消費者月間シンポジウムの開催	消費者月間シンポジウムの参加者数	活動実績	人	-	-	23	194	-
				当初見込み	人	-	-	-	-	250
↓	成果目標④-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)	消費者月間シンポジウムの参加者数が増加することにより、各関係者による消費者月間関連事業の機運が醸成され、関連事業実施に繋がると考えたため、本指標を短期アウトカムに設定した。 ※新型コロナウイルス感染症の影響で消費者月間シンポジウムは令和2、3年度は中止、令和4年度は関係者を対象に実施。								
成果目標及び成果実績 ④-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 6 年度	
		消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数の増加	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数	成果実績	件	-	86	93	-	
				目標値	件	-	-	-	100	
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		消費者庁 関連事業 地方公共団体(令和4年度消費者月間)より集計 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2022/koukyou/								
↓	成果目標④-2の 設定理由 (短期アウトカム からのつながり)	消費者月間関連事業の実施により、消費者問題に関する教育・啓発を受ける消費者が増えることで、契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。								
成果目標及び成果実績 ④-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 6 年度	
		契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率の向上	契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率	成果実績	%	-	-	34.6	-	
				目標値	%	-	-	-	38	
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		令和4年度消費生活意識調査(第4回)								
↓	成果目標④-3の 設定理由 (長期アウトカム へのつながり)	被害の未然防止のための行動ができることは、消費者被害の未然防止に繋がると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。								
成果目標及び成果実績 ④-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 5 年度	
		被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	消費者被害に遭った人の割合	成果実績	%			18.8		
				目標値	%				15	
				達成度	%	-	-	-		
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		【統計・データ名(出典)】 令和4年度消費生活意識調査(第4回) 【その他の成果指標定性的なアウトカムに関する成果実績】 令和4年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 67.9% 令和4年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 61.8%								
アウトカム設定について の説明		アクティビティ④について定性的なアウトカムを設定している理由								
		アクティビティ④についてアウトカムが複数設定できない理由								

[illegible]

資金の流れ
(資金の受け取り先が
何を行っているかにつ
いて補足する)
(単位：百万円)

消費者庁
43. 0百万円

【その他】

A. 個人 外1社
1. 4百万円

〔 消費者教育推進会議開催に関する経費 〕

【一般競争入札(総合評価)等】

B. 株式会社ビー・オー・スタジオ 外1社
10. 6百万円

〔 消費者教育ポータルサイト改修業務、運用保守業務、記事の収集及び編集業務等 〕

【一般競争入札(最低価格)等】

C. 凸版印刷株式会社 外3社
2. 6百万円

〔 悪質商法対策に係る啓発資料のデザインデータ作成業務、消費者被害防止に係る広告の掲載業務、
「令和4年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務、成年年齢引下げに伴う消費者教育教 〕

【一般競争入札(最低価格)等】

D. 公益社団法人全国消費生活相談員協会 外1社
18. 9百万円

〔 外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務、事業者における消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築 〕

【一般競争入札(最低価格)等】

E. 株式会社ツクルス 外2社
11. 8百万円

〔 消費者月間関連事業の実施、消費者月間ポスターの製作、消費者支援功労者表彰 〕

F. 人件費 6百万円

〔 非常勤職員手当 〕

費目・使途 (「資金の流れ」において ブロックごとに最大の金 額が支出されている者 について記載する。費目と 使途の双方で実情が分 かるように記載)	A.			B.		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	委員手当	消費者教育推進会議の開催に係る手当	1.1	雑役務費	消費者教育ポータルサイトに係る改修業務	4.9
	委員等旅費	交通費	0.1	雑役務費	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業 務	4.9
	雑役務費	消費者教育推進会議速記料(共同調達)	0.2	雑役務費	消費者教育ポータルサイトに掲載する記事の収集、編集業務等	0.8
	計		1.4	計		10.6
	C.			D.		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	雑役務費	悪質商法対策に係る啓発資料のデザインデータ作成業務	1	雑役務費	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務	10.8
	雑役務費	消費者被害防止に係る広告への掲載業務	0.8	雑役務費	事業者における消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築	8.1
	雑役務費	「令和4年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務	0.7			
	雑役務費	消費者教育教材「社会への扉」及び「教師用解説書」の改訂作業	0.1			
	計		2.6	計		18.9
	E.			F.		
	費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
	消費者政策調査費	令和4年度消費者月間イベント運営等業務	3.2	人件費	非常勤職員手当	6
	消費者政策調査費	消費者月間に関するポスターデザインコンテスト運営等業務	1.7			
	消費者政策調査費	令和5年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	0.6			
	消費者政策調査費	令和5年度「消費者月間」ポスターの梱包発送	0.4			
	消費者政策調査費	令和4年度消費者支援功労者表彰表彰式等運営等 業務	2.3			
消費者政策調査費	令和5年度消費者支援功労者表彰等(選考)の運営支援業務	3.6				
計		11.8	計		6	
G.			H.			
費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)	
計			計			
費目・使途欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙2】に記載				チェック		

支出先上位10者リスト

A.

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	個人		消費者教育推進会議の開催 に係る諸謝金	1.1	その他			
2	個人		消費者教育推進会議の開催 に係る委員等旅費	0.3	その他			
3	扶桑速記印刷株式会社	9010001027784	消費者教育推進会議に係る 速記料(共同調達)	0.1	その他			
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

B

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	株式会社ビー・オー・スタジオ	7011001047196	消費者教育ポータルサイトに係る改修業務	4.9	一般競争契約 (最低価格)	1	-	
2	株式会社ビー・オー・スタジオ	7011001047196	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務	4.9	一般競争契約 (最低価格)	1	-	
3	第一企画株式会社	3100001004532	消費者教育ポータルサイトに掲載する記事の収集、編集業務等	0.8	随意契約(少額)	-	-	
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

C

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	凸版印刷株式会社	7010501016231	悪質商法対策に係る啓発資 料のデザインデータ作成業務	1	随意契約(少 額)	-	-	
2	株式会社イエローツーカンパ ニー	3011001002097	消費者被害防止に係る広告 の掲載業務	0.8	随意契約(少 額)	-	-	
3	株式会社JTB	8010701012863	「令和4年度消費者教育コーディネ ーター会議」の運営等支援業務	0.7	随意契約(少 額)	-	-	
4	秋田協同印刷株式会社	4410001000284	消費者教育教材「社会への扉」及び 「教師用解説書」の改訂作業	0.1	随意契約(少 額)	-	-	
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

D

	支 出 先	法 人 番 号	業 務 概 要	支 出 額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は 競争性のない随意契約となった 理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	公益社団法人全国消費生活 相談員協会	2010405010418	外部講師を活用した実践的な 消費者教育講座業務	10.8	一般競争契約 (最低価格)	1	-	
2	公益財団法人消費者教育支 援センター	5011105005399	事業者における消費者教育の推進に向け た効果的な研修手法の調査及び構築	8.1	一般競争契約 (総合評価)	2	-	
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								