

	令和5年度行政事業レビューシート					(消費者庁)	
事業名	エシカル消費の普及・啓発			担当部局庁	消費者庁		作成責任者
事業開始年度	平成27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)	-			関係する 計画、通知等	消費者基本計画 第5章 2. (3) 消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(3)①		
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)	持続可能な社会の実現を目指すためには、事業者の取組だけでなく、消費者側も持続可能な社会の実現に寄与する商品・サービス又は事業者を選択して消費を行うなど、主体的な取組を行うことが求められる。このような、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、消費者に対する啓発、地方公共団体・事業者等の活動を通じた機運の醸成等を行う。						
現状・課題 (5行程度以内)	○消費者市民社会の形成(自立した消費者の育成)に向け、消費者にとって身近な取り組みであるサステナブルファッション等のエシカル消費について、消費者教育・普及啓発の一環として推進。 ○エシカル消費の認知度は向上し(R元:12.2% R4:26.9%)、実践する意向のある消費者も一定割合いる(R4:52.6%)ものの、日常的に実践する消費者の割合はまだ低い(R4:27.6%)。 ○エシカル消費の普及促進とともに、消費者の実践を促すための情報発信や地方公共団体や事業者等の取組への支援が必要。						
事業概要 (5行程度以内)	上記事業目的を達成するため、主に以下の取組を実施。 ○エシカル消費の啓発に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援(教材開発・周知等) ○地方公共団体・学校・事業者等へのエシカル消費啓発の働きかけ(事例・ノウハウの共有等) ○エシカル消費特設サイトでの情報発信の強化 ○消費者にとって特に身近な取組であるサステナブルファッションについての特設サイトでの情報発信の強化						
事業概要URL	https://www.ethical.caa.go.jp/						
実施方法	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)	19	11	15	15	15
		補正予算(B)	-	-	-	-	
						-	
						-	
						-	
						-	
						-	
		前年度から繰越し(C)	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し(D)	-	-	-	-	
	予備費等(E)	-	2	-	-		
	計(F) =(A)+(B)+(C)+(D)+(E)	19	13	15	15	15	
	執行額(G)		9	13	12		
	執行率(%) =(G)/(F)		47%	100%	80%		
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%) =(G)/[(A)+(B)]		47%	118%	80%		
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)				エシカル消費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	9	9			
		委員等旅費	0.1	0.1			
		職員旅費	0.5	0.5			
		非常勤職員手当	6	6			
		その他					
		その他	6	6			
	計(A)		15	15			

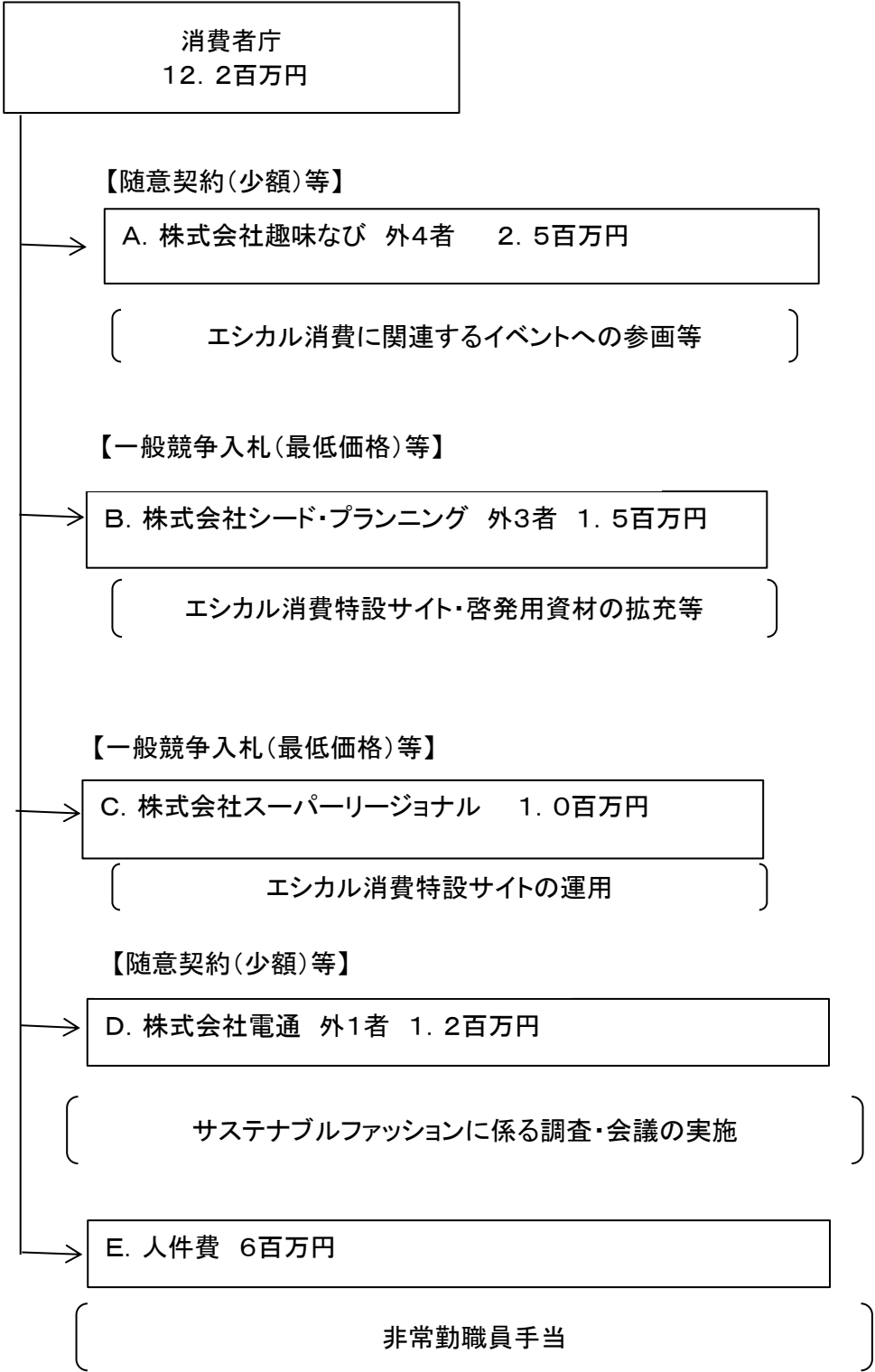
活動内容① (アクティビティ)		エシカル消費の啓発に向けた、地方公共団体・学校・事業者等への支援(教材開発や周知等)								
↓										
活動目標及び活動実績 ① (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		消費者庁HPでのエシカル消費の啓発 資材等の掲載	消費者庁HPでのエシカル消費の啓発資材等へのアクセス数	活動実績	件	-	-	45,503	-	-
				当初見込み	件	-	-	-	48,000	-
↓	成果目標①-1の 設定理由 (アウトプットからのつながり)	エシカル消費の啓発資材をより活用してもらうことにより、各地域による講座の実施を増加させることができ、講座へ参加する機会が増えれば認知度も増加すると考えるため、本指標を設定した。								
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	
		エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	エシカル消費・消費者市民社会の認知度	成果実績	%	-	-	26.9	-	
				目標値	%	-	-	-	32	
				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3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)	エシカル消費について知ることは、実践する意向につながると考え、本指標を設定した。								
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 5 年度	
		エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合が増える	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合	成果実績	%	-	-	28.7	-	
				目標値	%	-	-	-	32	
				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3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)	エシカル消費の実践に意向のある消費者が増加することで、意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考え、本指標を設定した。								
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	
		エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合	成果実績	%	-	-	76.4	-	
				目標値	%	-	-	-	78	
				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3回)								
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)		地方公共団体・学校・事業者等へのエシカル消費啓発の働きかけ(事例やノウハウの共有等)								
↓										
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
		地方公共団体、事業者、団体の取組登録 件数の増加に向けたエシカル消費特設サ イトの適切な運用	エシカル消費特設サイトに登録さ れたエシカル消費に関わる地方 公共団体等の取組事例数	活動実績	件	－	－	321	－	－
				当初見込み	件	－	－	－	330	－
↓	成果目標②-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)	全国各団体のエシカル消費に関する取組をより多くHPに掲載することにより、他団体の取組を参考に自身の取組につなげようとする団体が増え、これに伴い各地 域による講座や様々なイベントが増加すると考えたため、本指標を設定した。								
成果目標及び成果実績 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 5 年度	
		地域でのエシカル消費に関する講座等 の実施割合	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	%	－	－	21.8	－	
				目標値	%	－	－	－	25	
				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3回)								
↓	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)	エシカル消費について知ることは、実践する意向につながると考え、本指標を設定した。								
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 5 年度	
		エシカル消費・消費者市民社会の認知 度が向上する	エシカル消費・消費者市民社 会の認知度	成果実績	%	－	－	26.9	－	
				目標値	%	－	－	－	32	
				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3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)	エシカル消費の実践に意向のある消費者が増加することで、意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考え、本指標を設定した。								
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	
		エシカル消費を日常的に実践する消費 者の割合が増える	エシカル消費を日常的に実践 する消費者の割合	成果実績	%	－	－	76.4	－	
				目標値	%	－	－	－	78	
				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3回)								
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)		エシカル消費特設サイトでの情報発信の強化								
↓										
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
		エシカル消費特設サイトでの情報発信	エシカル消費特設サイトのアクセス数	活動実績	件	－	－	240,675	－	－
				当初見込み	件	－	－	－	260,000	－
↓	成果目標③-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)	エシカル消費特設サイトでは、エシカル消費を実施する事業者の取組に関する記事や、地方公共団体の取組を掲載しており、エシカル消費を実践するヒントを得ることができる。そのような特設サイトの閲覧は認知度向上に繋がると考え、本指標を設定した。								
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	
		エシカル消費・消費者市民社会の認知度 が向上する	エシカル消費の認知度	成果実績	%	－	－	26.9	－	
				目標値	%	－	－	－	32	
				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3回)								
↓	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)	エシカル消費について知ることは、実践する意向につながると考え、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	
		エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合が増える	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合	成果実績	%	－	－	28.7	－	
				目標値	%	－	－	－	32	
				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3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)	エシカル消費の実践に意向のある消費者が増加することで、意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考え、本指標を設定した。								
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 6 年度	
		エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合	成果実績	%	－	－	76.4	－	
				目標値	%	－	－	－	78	
				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3回)								
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)		サステナブルファッション特設サイトにおける情報発信の強化								
↓										
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
		サステナブルファッション特設サイトで の情報発信	サステナブルファッション特設 サイトのアクセス数	活動実績	件	－	－	25,905	－	－
				当初見込み	件	－	－	－	30,000	－
↓	成果目標④-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)	サステナブルファッション特設サイトでは、著名人を起用したサステナブルファッション・サポーターによる啓発や、サステナブルファッションを実践するためのヒントを掲載している。そのような特設サイトの閲覧は認知度向上に繋がると考え、本指標を設定した。								
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 5 年度	
		サステナブルファッションの認知度が向 上する	サステナブルファッションの認 知度	成果実績	%	－	－	41.1	－	
				目標値	%	－	－	－	45	
				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3回)								
↓	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)	サステナブルファッションについて知ることは、日常的に実践する意欲につながると考え、本指標を設定した。								
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 5 年度	
		サステナブルファッションを実践する消 費者の割合が増える	サステナブルファッションを実 践する消費者の割合	成果実績	%	－	－	69.2	－	
				目標値	%	－	－	－	72	
				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3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)	サステナブルファッションの実践に意向のある消費者が増加することで、サスティナブルファッションを含むエシカル消費について意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考え、本指標を設定した。								
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	
		エシカル消費を日常的に実践する消費 者の割合が増える	エシカル消費を日常的に実践 する消費者の割合	成果実績	%	－	－	76.4	－	
				目標値	%	－	－	－	78	
				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3回)								
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								

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)



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)
雑務経費	「エシカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務	1	雑務経費	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等	1
計		1	計		1
C.			D.		
費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
雑務経費	消費者庁ウェブサイト エシカル消費特設サイトに係る運用保守業務	1	雑務経費	データベース等によるエシカル消費に関する基礎調査	0.5
計		1	計		0.5
E.			F.		
費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
人件費	非常勤職員手当	6			
計		6	計		
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	株式会社趣味なび	8010401130354	「エシカル消費」普及啓発のための展 示・ワークショップ運営支援業務	1	随意契約 (少額)	-	-	
2	株式会社日本経済新聞社	3010001033086	「エコプロ2022」展示会に伴う展 示ブースの借上げ	0.8	随意契約 (少額)			
3	職員旅費	-	エシカル消費に関するイベントへ の職員派遣に係る旅費	0.4	その他			
4	株式会社日経イベント・プロ	7010001195294	「エコプロ2022～持続可能な社会の実現 に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル	0.2	随意契約 (少額)			
5	株式会社中日NEXT		「エシカル×あいちマルシェ」展示会 に伴う会場備品レンタル費用		随意契約(少 額)			
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	株式会社シード・プランニング		エシカル消費特設サイトに掲載する 記事の収集、編集業務等	1	随意契約(少 額)			
2			エシカル消費パンフレット、ポ スター等増刷業務		随意契約(少 額)			
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								

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	株式会社スーパーリージョナル	3010601030549	消費者庁ウェブサイト エシカル消費 特設サイトに係る運用保守業務	1	随意契約 (少額)			
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								

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	株式会社電通		データベース等によるエシカル消費に関する基礎調査	0.5	随意契約(少額)			
2	株式会社日本デイリー通信社		論文サーベイ等によるエシカル消費に関する基礎調査	0.4	随意契約(少額)			
3	会議出席者金		サステナブルファッション・サポーター懇談会出席謝金	0.1				
4	委員等旅費		サステナブルファッション・サポーター懇談会出席委員等旅費					
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								