

消費者政策企画・立案

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者政策課				
	作成責任者	鮎澤良史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000456	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(1) 消費者政策企画・立案		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--	主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	デジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴う、昨今の消費者取引環境の変化を踏まえつつ、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り、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。				
	現状・課題	令和7年3月に閣議決定した「消費者基本計画」（第5期）は、令和7年度から11年度までの5年間における消費者政策の基本的な方針を示すものである。他方で、昨今のデジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴い、新たな製品・サービスや取引形態の出現とあいまって、消費者トラブルの動向も加速度的に変化していることから、いかにトラブルの実情を把握し、効果的な予防策及び早期の対策を講ずるかが課題となっている。				
	事業の概要	「消費者基本計画」（第5期・令和7年度～11年度）の策定及び評価のための調査・検討、また消費者の安全・安心の確保に資する普及・啓発等。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/				
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分	
	消費者基本法	昭和三十九年法律第七十八号	第九条	--	--	
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf				
実施方法	直接実施					
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等		補助率URL	
	--	--	--		--	
備考	--					

予算・執行

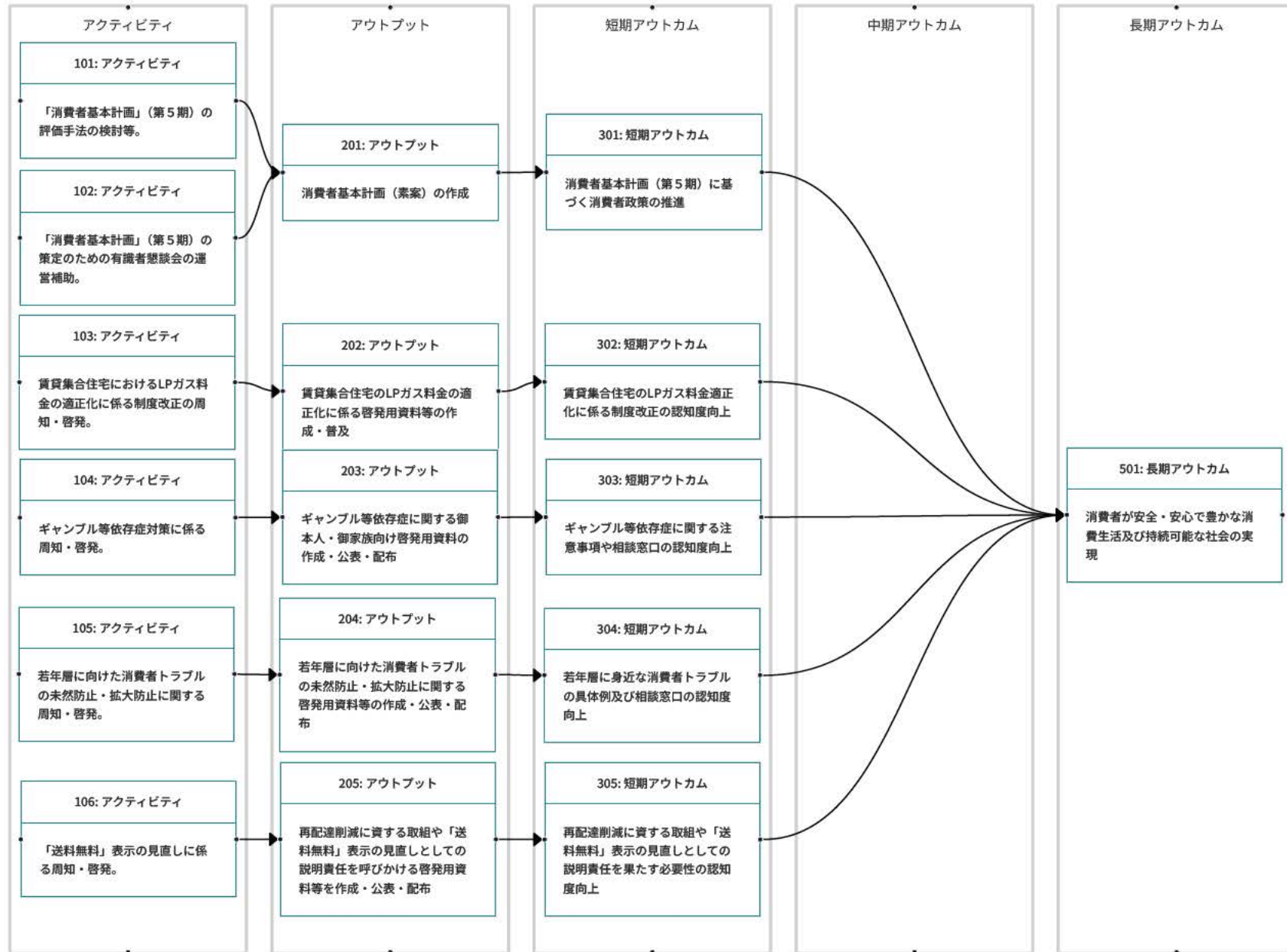
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	10,500	51,500	58,268	109,195	114,280
	当初予算	11,500	51,000	71,178	83,078	--
	補正予算	--	--	46,648	--	--
	前年度から繰越し	100,000	--	--	46,648	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	111,500	51,000	117,826	129,726	--
	執行額	93,200	43,766	59,639	--	--
	執行率	83.6%	85.8%	50.6%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	28,306	--		
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--	82,595	113,819
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費			--	325	304
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--	158	157
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">前年度から繰越し</div> --			--	46,648	--	

主な増減理由	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業のうち、①若年層の消費者被害防止に向けた、若年層を対象とする啓発動画や啓発標語のコンテストを開催する事業に係る予算及び②消費者政策課が所管する「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の運用等」の予算の一部については、令和8年度要求では減額することとしている。この減額分も用いつつ、予算を増額し、本事業において、③第5期消費者基本計画の中間点検に向けた施策評価手法の確立、調査設計・準備作業及び有識者勉強会並びに④若年層を対象とする消費者被害防止に向けた、SNS等を活用した、著名人を起用する啓発事業を実施することとしたため。 ・その他、単価の変動のため。 	その他特記事項	--
--------	---	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-501

アクティビティ	「消費者基本計画」(第5期)の評価手法の検討等。				
アウトプット	活動目標	消費者基本計画(素案)の作成		活動指標	有識者懇談会の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2024年度		2025年度	
	当初見込み/目標値(回)		2		0
	活動実績/成果実績(回)		2		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者基本計画(第5期)に基づき、消費者政策を立案。				
短期アウトカム	成果目標	消費者基本計画(第5期)に基づく消費者政策の推進		成果指標	決定から3年目を目処とする中間点検
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込み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目標を設定している理由	点検手法を検討中であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。				
長期アウトカム	成果目標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現		成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込み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目標を設定している理由	消費者基本計画(令和7年3月18日閣議決定)の目的に則した評価手法への見直しを検討中であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-201-301-501

アクティビティ	「消費者基本計画」(第5期)の策定のための有識者懇談会の運営補助。				
アウトプット	活動目標	消費者基本計画(素案)の作成		活動指標	有識者懇談会の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	2025年度	
	当初見込み/目標値(回)		2	0	
	活動実績/成果実績(回)		2	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者基本計画(第5期)に基づき、消費者政策を立案。				
短期アウトカム	成果目標	消費者基本計画(第5期)に基づく消費者政策の推進		成果指標	決定から3年目を目処とする中間点検
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込み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目標を設定している理由	点検手法を検討中であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。				
長期アウトカム	成果目標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現		成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込み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目標を設定している理由	消費者基本計画(令和7年3月18日閣議決定)の目的に則した評価手法への見直しを検討中であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 103-202-302-501

アクティビティ	賃貸集合住宅におけるLPガス料金の適正化に係る制度改正の周知・啓発。			
アウトプット	活動目標	賃貸集合住宅のLPガス料金の適正化に係る啓発用資料等の作成・普及	活動指標	普及活動の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)		2	2
	活動実績／成果実績(回)		2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	注意喚起及び啓発用資料をHPに掲載するとともに、消費生活センター等へ配布。			
短期アウトカム	成果目標	賃貸集合住宅のLPガス料金適正化に係る制度改正の認知度向上	成果指標	賃貸集合住宅のLPガス料金適正化に係る制度改正内容の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	国民に対する注意喚起及び普及啓発を目的としていることから、対象が広く、定量的な指標の設定が難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	賃貸集合住宅のLPガス料金に対する消費者の意識・行動の変容。			
長期アウトカム	成果目標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直しを検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 104-203-303-501

アクティビティ	ギャンブル等依存症対策に係る周知・啓発。			
アウトプット	活動目標	ギャンブル等依存症に関する御本人・御家族向け啓発用資料の作成・公表・配布	活動指標	ポスター及びチラシの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(枚)	25,250	25,500	25,860
	活動実績／成果実績(枚)	25,250	25,500	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発用資料をHPに掲載するとともに、全国の大学附属病院や国立病院機構、消費生活センター等へ配布。			
短期アウトカム	成果目標	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口の認知度向上	成果指標	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	ギャンブル等依存症に関して注意すべき点は多種多様であり、それらを網羅的に挙げた上で、その認知度を定量的に評価することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	ギャンブル等依存症に対する消費者の意識・行動の変容。			
長期アウトカム	成果目標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直しを検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 105-204-304-501

アクティビティ	若年層に向けた消費者トラブルの未然防止・拡大防止に関する周知・啓発。			
アウトプット	活動目標	若年層に向けた消費者トラブルの未然防止・拡大防止に関する啓発用資料等の作成・公表・配布	活動指標	ポスターの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2024年度		2025年度
	当初見込み／目標値(枚)		17,800	1,247
	活動実績／成果実績(枚)		17,800	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発資料等をHPに掲載するとともに、全国の自治体や消費生活センター、大学生協等へ配布。			
短期アウトカム	成果目標	若年層に身近な消費者トラブルの具体例及び相談窓口の認知度向上	成果指標	若年層に身近な消費者トラブルの具体例及び相談窓口の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	若年層に身近な消費者トラブルは多種多様であり、それらを網羅的に挙げた上で、その認知度を定量的に評価することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	若年層に身近な消費者トラブルに対する消費者の意識・行動の変容。			
長期アウトカム	成果目標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直しを検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 106-205-305-501

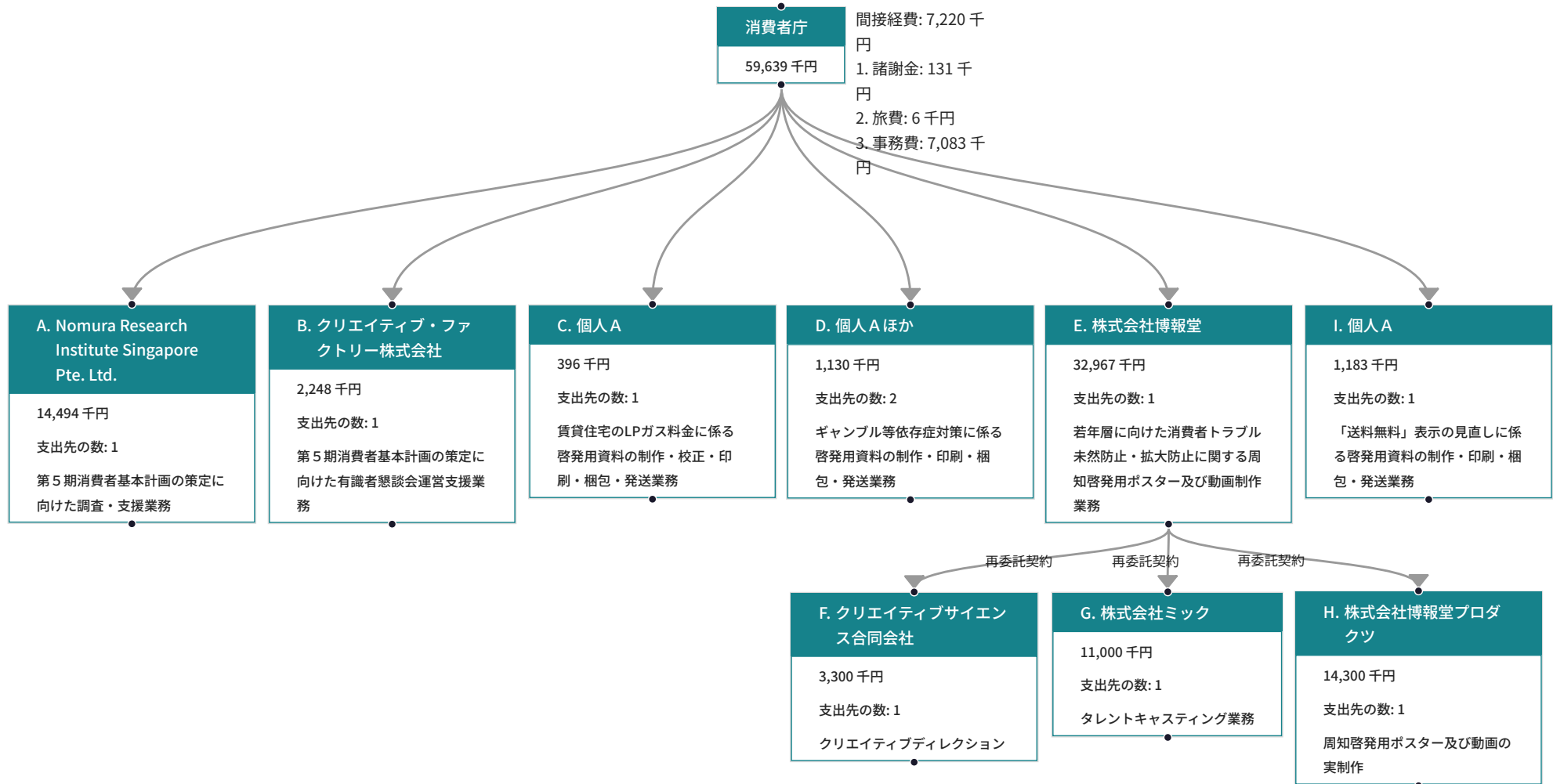
アクティビティ	「送料無料」表示の見直しに係る周知・啓発。			
アウトプット	活動目標	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しとしての説明責任を呼びかける啓発用資料等を作成・公表・配布	活動指標	チラシの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2024年度		2025年度
	当初見込み／目標値(枚)		10,000	10,000
	活動実績／成果実績(枚)		10,000	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発用資料をHPに掲載するとともに、全国のトラック協会へ配布。			
短期アウトカム	成果目標	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しとしての説明責任を果たす必要性の認知度向上	成果指標	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しとしての説明責任を果たす必要性の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	国民に対する啓発を目的としていることから、対象が広く、定量的な指標の設定が難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しに対する消費者の意識・行動の変容。			
長期アウトカム	成果目標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直しを検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>【必要性】 消費者基本計画の策定に当たって有識者の知見を得る機会の効率的な運営は不可欠であり、その評価方法の変更に伴って知見のある委託業者を活用した評価手法の検討は有用だと考えられる。 また、多様な属性の消費者に対し、様々な媒体を活用した普及・啓発は有効であると考えられる。</p> <p>【効率性・効果】 外部の知見等を活用し、効率的に業務を実施した。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	消費者基本計画の計画期間中（5年間）において、体系的・計画的な業務スケジュールに基づき、外部の知見も活用して効率的に業務を遂行していく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	総合評価での契約において、一者応札となった入札案件があるところ、その要因を分析し、一者応札の解消に努めていただきたい。一方で、予算の増額に伴い、予算執行率が低下していることから、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、予算執行率の向上にも努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
	詳細	--	--	--
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A	Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	14,494	1	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.		14,494	999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務 一般競争契約（総合評価）		14,494	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	2,248	1	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	クリエイティブ・ファクトリー株式会社		2,248	3011301024114			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		2,248	8	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C	個人A	396	1	賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の制作・校正・印刷・梱包・発送業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人A		396	999999999999			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由		
賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料のデザイン及びイラスト制作業務 随意契約（少額）		198	1	--	--		
賃貸集合住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の校正業務、印刷業務、梱包業務及び発送業務 随意契約（少額）		198	1	--	--		
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D 個人Aほか	1,130	2	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の制作・印刷・梱包・発送業務		
支出先名	支出額	法人番号			
個人A	726	99999999999999			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作・印刷業務 随意契約（少額）	528	1	--	--	
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作業務 随意契約（少額）	198	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
朝日梱包株式会社	404	9010601040880			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・発送業務 随意契約（少額）	404	1	--	--	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E 株式会社博報堂	32,967	1	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社博報堂	32,967	8010401024011			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 一般競争契約（総合評価）	32,967	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F クリエイティブサイエンス合同会社	3,300	1	クリエイティブディレクション		
支出先名	支出額	法人番号			

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	クリエイティブサイエンス合同会社	3,300	8011003020019		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 その他(再委託契約)	3,300	--	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	株式会社ミック	11,000	1	タレントキャスティング業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ミック	11,000	7010401049075		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 その他(再委託契約)	11,000	--	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	株式会社博報堂プロダクツ	14,300	1	周知啓発用ポスター及び動画の実制作	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社博報堂プロダクツ	14,300	4010601035588		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 その他(再委託契約)	14,300	--	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
I	個人A	1,183	1	「送料無料」表示の見直しに係る啓発用資料の制作・印刷・梱包・発送業務	
	支出先名	支出額	法人番号		

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	個人 A	1,183	99999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務 随意契約（少額）	988	1	--	--
	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の梱包・発送業務 随意契約（少額）	195	1	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務	雑役務費	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務	14,494
B	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務	雑役務費	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務	2,248
C	個人A	賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料のデザイン及びイラスト制作業務	雑役務費	賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料のデザイン及びイラスト制作業務	198
C	個人A	賃貸集合住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の校正業務、印刷業務、梱包業務及び発送業務	雑役務費	賃貸集合住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の校正業務、印刷業務、梱包業務及び発送業務	198
D	個人A	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作・印刷業務	印刷製本費	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作・印刷業務	528
E	株式会社博報堂	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	32,967
F	クリエイティブサイエンス合同会社	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	3,300
G	株式会社ミック	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	11,000
H	株式会社博報堂プロダクツ	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	14,300
I	個人A	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務	雑役務費	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務	737
--	--	--	印刷製本費	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務	251

国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者財産被害対応

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者政策課				
	作成責任者	吉田健一				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000425	事業開始年度	2010	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(2) 消費者財産被害対応		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--	主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	財産被害の消費者事故等に係る情報を集約・分析し、そのうち、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、当該消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。				
	現状・課題	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知（令和6年度は8,990件）やPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム。令和6年度は約90万件）等には多くの情報が寄せられており、当該情報を速やかに分析し、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出する必要がある。 このうち、措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する必要がある。				
	事業の概要	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知やPIO-NET、有識者との情報交換会等において最新の情報を収集し、寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析する。 さらに、分析した情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、必要な調査を行った上で、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十二条	2	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十三条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第三十八条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第三十八条	2	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第四十条	4	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第四十条	5	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章2（1）①及び（2）①	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf			
実施方法	直接実施				
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL	
	--	--	--	--	
備考	--				

予算・執行

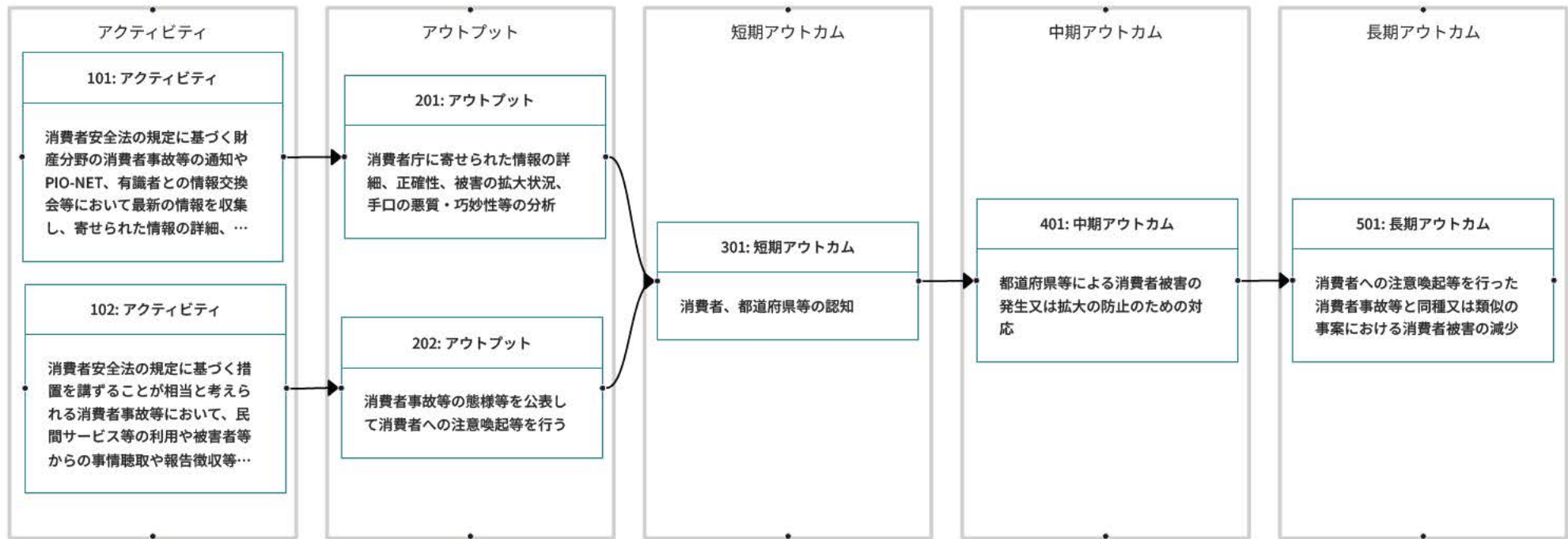
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	27,000	26,000	26,346	26,568	27,894
	当初予算	26,000	26,000	26,485	27,989	--
	補正予算	△100	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	25,900	26,000	26,485	27,989	--
	執行額	33,000	15,393	15,737	--	--
	執行率	127.4%	59.2%	59.4%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	13,733	13,694
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	8,937	8,914
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費		--	2,037	2,037
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	1,602	1,602
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--	1,131	1,101
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	549	546

主な増減理由	単価の変動のため。	その他特記事項	--
--------	-----------	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知やPIO-NET、有識者との情報交換会等において最新の情報を収集し、寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析する。				
アウトプット	活動目標	消費者庁に寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等の分析		活動指標	消費者安全法の規定に基づき通知され、分析を行った財産分野の消費者事故等の件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	9,000	9,000	9,000	9,000
	活動実績／成果実績(件)	10,394	10,663	8,990	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>消費者庁に寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析し、消費者庁内や独立行政法人国民生活センターとの間でお互いの情報を共有する。</p> <p>さらに、消費者庁が分析した情報や国民生活センターから共有された最新の情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、民間サービス等の利用、被害者等からの事情聴取・報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入手する。</p> <p>そして、調査により入手した情報を元に、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。</p>				
短期アウトカム	成果目標	消費者、都道府県等の認知		成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	--	
	達成率(%)	--	164.1	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等に注意喚起等の内容を認知させることで、当該都道府県等において注意喚起等の情報の周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応を図る。				

中期アウトカム	成果目標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応	成果指標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大防止の取組度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	情報提供先となる都道府県等に対しては、当該都道府県等が周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のために適切な対応を図ることができるよう、消費者事故等の態様等を速やかに情報提供している。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	情報提供先となる都道府県等によって消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、当該都道府県等による対応の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等においても対応が図られることで、注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。			
--------------------	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少	成果指標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少度合い
	定性的なアウトカムに関する成果実績	これまで消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であり、注意喚起等の対象となった事案に加え、これと同種又は類似の事案における消費者被害を減少させるために、被害の拡大状況や手口の悪質、巧妙性等に応じて、速やかにかつ機動的に消費者への注意喚起等を行っている。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-202-301-401-501

アクティビティ	消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等において、民間サービス等の利用や被害者等からの事情聴取や報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入力し、当該情報を元に、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行う。				
アウトプット	活動目標	消費者事故等の態様等を公表して消費者への注意喚起等を行う		活動指標	消費者安全法の規定に基づく措置（注意喚起等）の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	26	16	19	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者事故等の態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供することで、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。				
短期アウトカム	成果目標	消費者、都道府県等の認知		成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	--	
	達成率(%)	--	164.1	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等に注意喚起等の内容を認知させることで、当該都道府県等において注意喚起等の情報の周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応を図る。				

中期アウトカム	成果目標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応	成果指標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大防止の取組度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	情報提供先となる都道府県等に対しては、当該都道府県等が周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のために適切な対応を図ることができるよう、消費者事故等の態様等を速やかに情報提供している。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	情報提供先となる都道府県等によって消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、当該都道府県等による対応の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等においても対応が図られることで、注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。			
長期アウトカム	成果目標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少	成果指標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少度合い
	定性的なアウトカムに関する成果実績	これまで消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であり、注意喚起等の対象となった事案に加え、これと同種又は類似の事案における消費者被害を減少させるために、被害の拡大状況や手口の悪質、巧妙性等に応じて、速やかにかつ機動的に消費者への注意喚起等を行っている。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p><必要性> 消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、必要があると認めるときは、消費者安全法の規定に基づき消費者への注意喚起等を行うこととされている。</p> <p><効率性> 効率的な調査に努めるとともに、注意喚起等の公表については、記者発表だけでなく消費者庁ウェブサイトへの掲載やSNSでの配信、都道府県等に情報提供するなど情報発信に係る効率性に配慮して行っている。</p> <p><効果> 消費者への注意喚起において、消費等事故等を生じさせていた事業者の名称、URLや消費者被害をもたらす悪質商法の内容等を公表することにより、例えば、「大手通信関連会社の名称をかたり、自動音声や国際電話番号等を用いて架空の利用料金請求を行う事業者に関する注意喚起」（令和6年6月11日公表）では、約75万件のウェブサイトページのアクセス数であるなど、効果的な注意喚起となるような事案の選定に努めている。一方で、効果的な事案選定を行うための分析能力や事案処理するための調査能力等は改善余地があり、職員の能力向上を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起を行っていく必要がある。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	短期アウトカムに係る消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数の目標は達成しているが、一部の事案のアクセス数は低調であるなど改善点もある。		
	改善の方向性	職員の能力向上（分析能力、調査能力等）を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2019
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	効果的な注意喚起が行えるように必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努め、執行率についても向上するように検討すること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
	詳細	--	--	--
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

消費者庁

15,737 千円

間接経費: 15,737
千円

1. 人件費: 5,198 千
円

2. 旅費: 1,138 千円

3. 事務費: 9,401 千
円

支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	--	--	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

新たな消費者トラブル等の動向調査

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者政策課				
	作成責任者	鮎澤良史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000459	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(3) 新たな消費者トラブル等の動向調査		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	インターネットを活用した新たな技術やサービスの出現に伴い、消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化していることを踏まえ、消費者トラブルが顕在化しつつある分野における消費者取引の動向を把握し、早期の対応につなげる。				
	現状・課題	インターネット取引の著しい進展に伴い、消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化し、これまでの後追いのな対策のみでは限界が生じつつある。				
	事業の概要	調査実施時点における最新のインターネットを活用した消費者取引のうち、消費者トラブルが顕在化しつつある分野を抽出して消費者トラブルの動向を把握・分析し、対策の必要性等を判断するための基礎的材料を得る。				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	--	--		--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第1章1. デジタル技術の飛躍	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf				
実施方法	直接実施					
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等		補助率URL	
	--	--	--		--	
備考	--					

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		13,000	13,000	13,278	13,276	13,274
	当初予算		13,000	13,000	13,278	13,276	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	△13,278	--	--
	計		13,000	13,000	--	13,276	--
	執行額		13,000	8,800	0	--	--
	執行率		100%	67.7%	--	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	--	--	--
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	13,276	13,274

主な増減理由		
	単価の変動のため。	その他特記事項 機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置が緊急的に必要となったため、「食品表示対策の推進事業」(食品表示課)へ流用の上、執行した。

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり

アクティビティ

アウトプット

短期アウトカム

中期アウトカム

長期アウトカム

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置が緊急的に必要となったため、「食品表示対策の推進事業」（食品表示課）へ本事業の予算を流用の上、執行したところ、本事業を所管する消費者政策課では特段の取組を実施しなかった。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、インターネット関連の技術・サービスに係る消費者トラブルの動向を調査することで、消費者保護の必要性等を判断するための基礎的材料を得る。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	事業の必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
詳細	<ul style="list-style-type: none"> 令和7年度については本事業を実施する予定。 引き続き、事業の必要性・効率性・有効性を検討しつつ、適切な予算執行に努めてまいりたい。 			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

消費者庁

--

支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	--	--	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の運用等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者政策課				
	作成責任者	熊澤英人				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	006456	事業開始年度	2023	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	（4）法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の運用等		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和4年法律第105号。以下「不当寄附勧誘防止法」又は「法」という。）の規定による法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。				
	現状・課題	不当寄附勧誘防止法は、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者を保護する観点から、法人等による個人に対する寄附の勧誘に関して、配慮義務（法第3条）及び禁止行為（法第4条及び第5条）を規定している。これら配慮義務及び禁止行為に対しては、違反に対する行政上の措置（法第6条及び第7条）を規定しているところ、法を厳正に運用するとともに、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の着実な収集につながるよう、法の規定や消費者庁への情報提供方法について周知啓発を実施する必要がある。また、法附則第5条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する必要がある。				
	事業の概要	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。あわせて、被勧誘者及び法人等向けに、説明会や周知動画等を通じ、法の規定や趣旨の周知啓発を実施し、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。加えて、法附則第5条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律	令和四年法律第百五号		--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章2.（2）②（マルチ商法・悪質な勧誘等への対応）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf				
実施方法	直接実施					

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

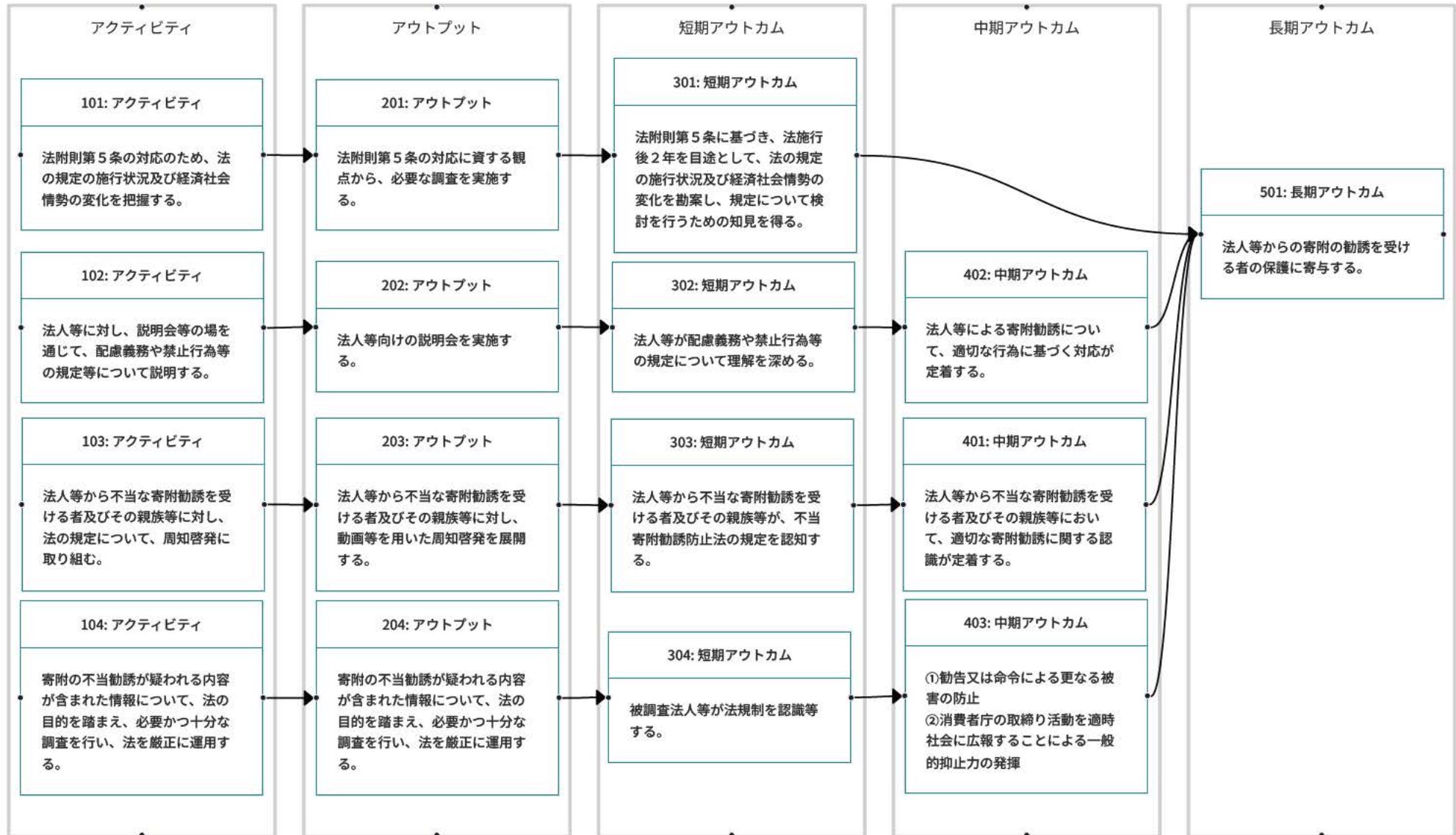
予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026
	要求額		--	70,000	63,000	44,000
	当初予算		77,000	70,000	63,000	--
	補正予算		--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--
	計		77,000	70,000	63,000	--
	執行額		63,262	25,774	--	--
	執行率		82.2%	36.8%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	58,697	39,694
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 消費者政策費 職員旅費		--	4,109	4,107
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 消費者政策費 諸謝金		--	194	199	

主な増減理由	<ul style="list-style-type: none"> ・法附則第5条に基づく法律の規定の検討を令和7年度中に実施見込みであることを踏まえ、有識者への意見聴取に係る予算を減額することとしたため。 ・寄附勧誘に係る実情・実態等に関する調査が相当程度完了しており、令和8年度中の実施見込みがないことを踏まえ、本調査に係る予算を減額することとしたため。 ・その他、単価の変動のため。 	その他特記事項	--
--------	--	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-501

アクティビティ	法附則第5条の対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。			
アウトプット	活動目標	法附則第5条の対応に資する観点から、必要な調査を実施する。	活動指標	実施調査数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	①不当寄附勧誘防止法に関する論点を明らかにするための裁判例等調査の実施 ②法附則第5条に係る対応等に資する基本的な情報を得るための国民向け意識調査の実施
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	1	2	0
	活動実績／成果実績(回)	1	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第5条の対応に資する調査を実施し、知見を収集することで、法附則第5条に基づき、法施行後2年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずる。			
短期アウトカム	成果目標	法附則第5条に基づき、法施行後2年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を行うための知見を得る。	成果指標	検討に資する知見の集約等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	不当寄附勧誘防止法に関する裁判例等調査及び国民向け意識調査の実施により、法の規定の検討に資する知見の確保を達成するとともに、法附則第5条に基づく対応の際に活用していく。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	検討内容について、定量的に評価できるものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第5条に係る対応により、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。			

長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和7年3月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

アクティビティ	法人等に対し、説明会等の場を通じて、配慮義務や禁止行為等の規定等について説明する。			
アウトプット	活動目標	法人等向けの説明会を実施する。	活動指標	説明会への参加人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(人)	500	200	150
	活動実績／成果実績(人)	550	194	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等向けの説明会を通じて、法人等が配慮義務や禁止行為等の規定について理解を深める。			
短期アウトカム	成果目標	法人等が配慮義務や禁止行為等の規定について理解を深める。	成果指標	法人等の配慮義務や禁止行為等の規定についての理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	法人等向け説明会については法人等関係者合計194名の参加があり、参加者を対象に実施したアンケートにおいて、合計106名からの回答を得た。アンケート結果において、参加法人の種別割合が、多い順に、学校法人48.1%、独立行政法人10.4%、一般社団法人8.5%であった。また、参加者の84.9%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の97.2%が説明会で法の理解が深まったと回答している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	99	97	--
	達成率(%)	123.8	121.3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等の不当寄附勧誘防止法に対する理解が深まることで、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。			

中期アウトカム	成果目標	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。	成果指標	法人等による寄附勧誘における適切な行為に基づく対応の定着
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、中期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	不当寄附勧誘防止法は、その規模や活動内容等を問わず、広く法人等（法人又は法人でない社団若しくは財団で代表者若しくは管理人の定めがあるもの）を対象としており、世の中には多種多様な法人等が存在するため、多種多様な法人等の寄附勧誘行為を網羅的に把握したうえで、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護が図られる。			
長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和7年3月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-401-501

アクティビティ	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等に対し、法の規定について、周知啓発に取り組む。			
アウトプット	活動目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等に対し、動画等を用いた周知啓発を展開する。	活動指標	YouTube広告及びTVer広告における動画の視聴回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<p>国民向けの周知啓発については、不当な寄附勧誘を受けていないか自己チェックできるパンフレットを作成し、全国の大学、消費生活センター、中央公民館等に対して、約255,000部を配布するとともに、消費者庁ウェブサイト及びYouTubeに解説動画を公開した。また、新たに作成した若年層向けの啓発動画をYouTube広告及びTVer広告に掲載し、令和5年度に作成した広報動画についても電車内の映像広告に掲載した。なお、YouTube広告及びTVer広告における動画の視聴回数の目標値及び成果実績値の内訳は以下のとおりである。</p> <p>(YouTube広告) 目標値：650,000回 成果実績値：692,673回</p> <p>(TVer広告) 目標値：250,000回 成果実績値：239,285回</p> <p>※前年度（2023年度）はTVer広告を実施しておらず、その目標値及び成果実績値はYouTube広告における動画の視聴回数のみであったため、前年度との比較をする際には留意されたい。</p>
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	650,000	900,000	900,000
	活動実績／成果実績(回)	681,012	931,958	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	動画をを用いた周知啓発により、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が、不当寄附勧誘防止法の規定について認知する。			

短期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が、不当寄附勧誘防止法の規定を認知する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における不当寄附勧誘防止法の規定の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が不当寄附勧誘防止法の規定について認知することで、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。			
中期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等において、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における適切な寄附勧誘に関する認識の定着
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、中期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における適切な寄附勧誘に関する認識が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。			
長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和7年3月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 104-204-304-403-501

アクティビティ	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。			
アウトプット	活動目標	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。	活動指標	調査対象情報件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	各年度の目標値について、調査対象情報件数は定量的に予測・設定を行うことが困難であるため、0件に設定している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	97	56	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用することで、被調査法人等の法規制の認識等につながる。			
短期アウトカム	成果目標	被調査法人等が法規制を認識等する。	成果指標	被調査法人等の法規制の認識等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和7年3月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	被調査法人等が法規制を認識等するという事象について定量的に評価できるものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	被調査法人等が法規制を認識等することで、 ①勧告又は命令による更なる被害の防止 ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮 につながる。			
中期アウトカム	成果目標	①勧告又は命令による更なる被害の防止 ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮	成果指標	①勧告又は命令による更なる被害の防止（再犯の有無） ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮（行政上の措置の件数の増減）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	目標値については、定量的に予測・設定を行うことが困難であるため、0件に設定している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績			2024年度	目標年度 2025年度	
		当初見込み／目標値(件)		--	0
		活動実績／成果実績(件)		--	--
		達成率(%)		--	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	<p>勧告又は命令による更なる被害の防止及び消費者庁の取締り活動の社会への広報による一般的抑止力の発揮を通じ、法人等から寄附の勧誘を受ける者の保護が図られる。</p>				
長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<p>法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。</p> <p>（不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和7年3月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）</p>	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	<p>法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。</p>	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--			
	URL	--			
	該当箇所	--			

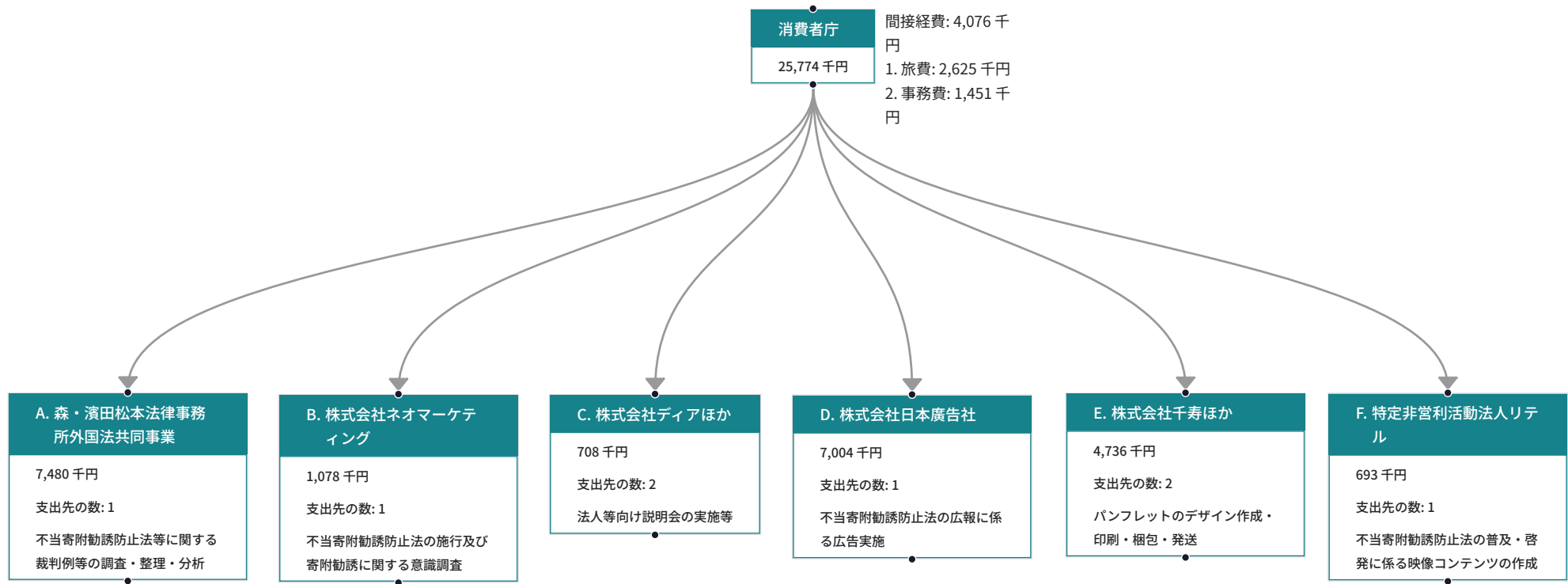
点検・評価

<p>事業所管部局による点検・改善</p>	<p>点検結果</p>	<p>令和6年度においては、主に、①国民及び法人等向けの周知啓発、②寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査、③不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析、及び④不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査を実施した。</p> <p>具体的には、①について、令和6年度においては、それまでの取組の実施状況も踏まえながら、引き続き法人等向け説明会を実施するとともに、国民向けの幅広い法の周知が必要との観点から、不当な寄附勧誘を受けていないか自己チェックができるパンフレットを作成し、配布するとともに、消費者庁ウェブサイト及びYouTubeに解説動画を公開した。加えて、各世代に応じたより効果的な周知啓発も実施するため、新たに若年層向けの啓発動画を作成しYouTube広告及びTVer広告に掲載した。このほか、令和5年度に作成した広報動画についても電車内の映像広告に掲載した。各種取組の実績に関して、法人等向け説明会については、法人等関係者合計194名の参加があり、アンケート結果において、参加法人の種別割合が、多い順に、学校法人48.1%、独立行政法人10.4%、一般社団法人8.5%であった。また、参加者の84.9%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の97.2%が説明会で法の理解が深まったと回答している。以上から、説明会実施の効果が認められると考える。また、国民向けの周知啓発のうち、パンフレットについては、全国の大学、消費生活センター、中央公民館等に対して、約255,000部を配布した。映像広告については、若年層向け啓発動画を令和7年3月7日～3月13日の期間においてYouTube広告及びTVer広告に掲載し、広報動画を令和7年3月3日～3月9日の期間において電車内の映像広告に掲載した。また、YouTube広告では69万回以上、TVer広告では23.9万回以上の視聴回数を獲得した。これら様々な広報手法を通じて、周知啓発を行うことにより、不当寄附勧誘防止法の認識について、一定の社会的浸透を果たしたものと考える。</p> <p>②について、消費者庁ウェブフォーム、全国の消費生活センター等、靈感商法等対応ダイヤルの三つの窓口を設け、これらを中心に端緒情報を収集し、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、所要の調査を行った。令和6年度における対応状況として公表した「寄附の不当勧誘に係る情報の受理・処理等件数表」(※)のとおり、調査対象情報として令和5年度からの繰越し12件を含めた56件を受理し、そのうち45件について調査結果に基づく処理を行った。残りの11件について令和7年度以降引き続き調査継続する。</p> <p>(※) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/assets/consumer_policy_cms213_250508_01.pdf</p> <p>③及び④について、法附則第5条の対応に資する観点から、必要な調査として不当寄附勧誘防止法に関する裁判例等調査及び国民向け意識調査を実施した。その結果、法の規定の検討に資する知見の確保を達成した。</p> <p>上記①～④の令和6年度取組については、法の目的を踏まえ、いずれもその必要性を精査した上で実施してきた取組であり、今後、寄附勧誘対策室として業務を実施していくに当たり、いずれの取組も必要なものであったと考えられる。また、令和5年度に行った取組の実施状況を踏まえて、引き続き行うべき取組に加えて、各世代に応じたより効果的な周知啓発についても取り組むなど、各種取組のブラッシュアップを行った。令和7年度以降の取組においても、これまでの取組の実施状況を踏まえ、各種取組をブラッシュアップしていくことが必要である。</p>
	<p>目標年度における効果測定に関する評価</p>	<p>事業開始から2年が経過したことを踏まえ、短期アウトカムについてそれぞれ点検すると、法附則第5条に基づく法の規定の検討に資する知見の集約については、必要な調査を実施したことで当該知見の確保を達成した。法人等における配慮義務や禁止行為等の規定の理解度については、法人等向けの説明会を継続的に実施してきた効果が認められると考えられ、法の更なる定着を図るため引き続き取り組んでまいりたい。その他のアウトカムについては、定量的な把握が困難であることもありその評価は困難だが、引き続き注視してまいりたい。</p>

	改善の方向性	<p>まず、法の目的である法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を達成するためには、被勧誘者向けの啓発と法人向けの説明の双方について、継続的に実施すること及び寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査活動等を行うことを通じて、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が更に定着することが求められる。</p> <p>よって、引き続き、国民向け及び法人向けに、法の規定や趣旨の周知啓発を継続し、充実することが求められる。その際、それまでの取組状況を踏まえつつ、対象とする者や法人ごとに整理をして、より効果的な周知啓発方法を選択する必要がある。</p> <p>次に、寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査について、その活動指標として調査対象情報件数を設定しており、中期的には、調査活動等を通じ、勧告又は命令による更なる被害の防止及び消費者庁の取締り活動の社会への広報による一般的抑止力の発揮を目指す。なお、消費者庁に寄せられる情報の件数については、周知啓発による被害の未然抑止に伴う件数の減少と情報提供窓口の認知に伴う件数の増加など様々な要因から指標が変動する可能性が考えられ、調査対象情報件数の多寡について、一概に評価することは困難であるとする。</p> <p>加えて、法附則第5条に係る対応については、法施行後2年を目途として、それまでの施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案しつつ、所要の検討を加えることとされており、令和7年度においては、これまで収集してきた検討に資する知見も活用しながら、当該附則に基づき適切に対応を行う必要がある。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	開始から2年余りの比較的新たな事業であるところ、昨年度については大幅に予算執行率が低下した。業務の必要性・効率性・有効性を精査した結果とも考えられるが、予算額と執行業務とのバランスに留意しつつ、執行率の向上に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	引き続き、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努めてまいりたい。			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 森・濱田松本法律事務所外国法共同事業	7,480	1	不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析	
	支出先名	支出額	法人番号		
	弁護士法人森・濱田松本法律事務所	7,480	6010005021423		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析業務 一般競争契約（総合評価）	7,480	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 株式会社ネオマーケティング	1,078	1	不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ネオマーケティング	1,078	4011001046358		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査 一般競争契約（最低価格）	1,078	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	C 株式会社ディアほか	708	2	法人等向け説明会の実施等	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ディア	509	8480001006338		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に係る運営支援業務 随意契約（少額）	509	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ニューアド社	199	1011301005280			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に関する新聞折込チラシの配布業務 随意契約（少額）	199	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D	株式会社日本広告社	7,004	1	不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社日本広告社		7,004	1011101048439		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施業務 一般競争契約（最低価格）		7,004	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	株式会社千寿ほか	4,736	2	パンフレットのデザイン作成・印刷・梱包・発送	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社千寿		4,538	1010801022050		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷・梱包・ 発送 一般競争契約（最低価格）		4,538	8	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社太陽美術		198	6010601003790		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」のデザイン等制作 随意契約（少額）		198	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	特定非営利活動法人リテル	693	1	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
支出先名	支出額	法人番号			
特定非営利活動法人リテル	693	2013305003383			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成業務 随意契約（少額）	495	1	--	--	
不当寄附勧誘防止法の若年層向け周知に係る映像コンテンツの作成業務 随意契約（少額）	198	1	--	--	

費目・用途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	用途	金額
A	弁護士法人森・濱田松本法律事務所	不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析業務	7,480
B	株式会社ネオマーケティング	不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査	1,078
C	株式会社ディア	不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に係る運営支援業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に係る運営支援業務	509
D	株式会社日本広告社	不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施業務	7,004
E	株式会社千寿	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷・梱包・発送	雑役務費	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の梱包・発送	--
--	--	--	印刷製本費	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷	--
F	特定非営利活動法人リテル	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成業務	495

国庫債務負担行為等による契約先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号
--	--	--	--

その他備考

--

消費者団体訴訟制度に関する環境整備

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者制度課				
	作成責任者	古川剛				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000458	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(5) 消費者団体訴訟制度に関する環境整備		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--	主要経費		その他の事項経費		

概要・目的	事業の目的	消費者団体訴訟制度（差止請求、被害回復）の適切かつ実効的な運用により、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られることで、安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。			
	現状・課題	<p>【現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> 制度の担い手である適格消費者団体、特定適格消費者団体（以下「団体」という。）の活動環境に関する支援が十分ではなく、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られていない。 適格消費者団体が行った差止請求及び特定適格消費者団体が行った被害回復裁判の情報を一元的に集約した「COCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト」を令和6年4月1日から公開するとともに、マスコットキャラクター（ここりす、てりす及びとりす）を用いた啓発動画やバナーのインターネット広告掲載を行った。 地方公共団体との情報連携のため、「適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合」を計6回開催した。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> 団体の行う差止請求は、事業者の不当な行為を差し止めるものであり、金銭を回収するものではないため、適格消費者団体は、地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しており、差止請求制度が十分に機能していない。 団体間の相互連携及び情報連携が十分にできていない。 団体とその他の団体（幅広い分野のNPOや地方公共団体など）との連携が十分にできていない。 消費者団体訴訟制度の認知度が16.9%と依然として低く、消費者などからの情報提供が不十分。 			
	事業の概要	<p>消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者の間には情報の質・量・交渉力の格差があること、訴訟には時間・費用・労力が掛かり、少額被害の回復に見合わないこと、個別のトラブルが回復されても、将来的に同種のトラブルがなくなるわけではないことなどの課題がある。このため、内閣総理大臣が認定した団体が、消費者に代わって事業者に対して不当行為の差止請求や被害回復のための訴訟を行う消費者団体訴訟制度が消費者と事業者間の紛争解決のための枠組みとして活用されるよう、消費者契約法（平成12年法律第61号）及び消費者の財産的被害等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）に基づき、日本全国における制度の適切かつ実効的な運用等を推進する。具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> 団体及び消費者団体訴訟等支援法人の認定・監督・支援 団体の相互連携、情報共有、NPOや地方公共団体との連携などに関する環境整備 団体が、消費者契約法等に基づいて行う、事業者の不当な行為に対する差止請求（被害回復は除く。）に関する事業に関する支援 消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発 			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--
	消費者の財産的被害等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	平成二十五年法律第九十六号	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）第5章1.（4）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf			
	消費者基本計画工程表 重点項目8	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf			

実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	予算額執行額表の2025年当初予算額、予算額内訳表の委員等旅費及び消費者政策調査費の記載に誤りがあったため修正を行いました。当初予算額を「146,582」千円から「106,733」千円、委員等旅費を「488」千円から「487」千円、消費者政策調査費を「137,217」千円から「97,369」千円にそれぞれ修正しております。 修正日：令和8年3月18日			

予算・執行

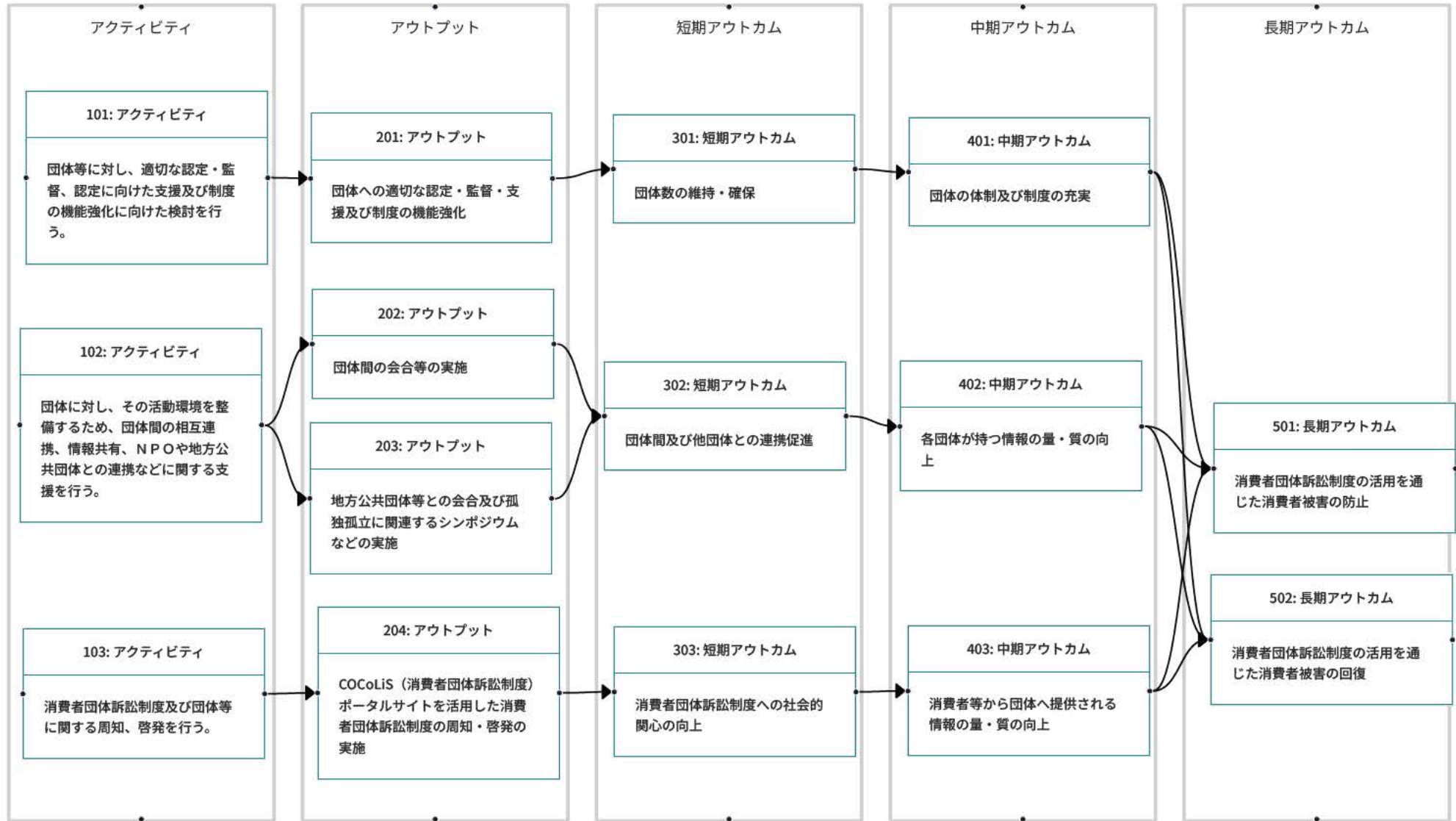
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		191,000	101,500	104,000	145,878	105,006
	当初予算		64,900	74,000	88,883	106,733	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		64,900	74,000	88,883	106,733	--
	執行額		44,000	45,022	60,953	--	--
	執行率		67.8%	60.8%	68.6%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	5,088	--		
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	6,866	6,846
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	2,011	1,861
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--	487	445
	当初予算	消費者政策調査費		--	97,369	95,854	

主な増減理由	シーリングの結果等も踏まえて減額となっているが、一部事業内容を見直し新しい分野や手法で差止請求関係業務を行う適格消費者団体による先行モデル事業について、増額要求を行っている。	その他特記事項	--
--------	---	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	団体等に対し、適切な認定・監督、認定に向けた支援及び制度の機能強化に向けた検討を行う。				
アウトプット	活動目標	団体への適切な認定・監督・支援及び制度の機能強化		活動指標	監督している適格消費者団体・特定適格消費者団体の数（延べ数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<ul style="list-style-type: none"> ・団体に対して助言・情報提供等を行う「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度の創設に伴い、令和5年8月31日に「消費者団体訴訟等支援法人の認定、監督等に関するガイドライン」を制定。同年12月に第1号として、特定非営利活動法人消費者スマイル基金を認定。 ・消費者被害情報を収集し、被害回復の可否や消費者裁判手続特例法に関する法的な課題等について検討する「消費者被害の実態調査業務」を2018年度以降、毎年実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(団体)	26	28	30	30
	活動実績／成果実績(団体)	27	30	30	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。				
短期アウトカム	成果目標	団体数の維持・確保		成果指標	団体からの認定の申請件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：1団体
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	5	7	10
	活動実績／成果実績(件)	2	5	7	--
	達成率(%)	100	100	100	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。				

中期アウトカム	成果目標	団体の体制及び制度の充実		成果指標	団体の体制及び制度の充実
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者被害の実態調査により、制度の利活用状況を把握し、引き続き制度の改善に向けた検討を行う。		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	団体の体制及び制度の充実度合いについて、数値で計測することが困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体の体制及び制度の充実が図られることにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。				
長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止		成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	33	28	54	--
	達成率(%)	66	56	108	--

アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-502

アクティビティ	団体等に対し、適切な認定・監督、認定に向けた支援及び制度の機能強化に向けた検討を行う。				
アウトプット	活動目標	団体への適切な認定・監督・支援及び制度の機能強化		活動指標	監督している適格消費者団体・特定適格消費者団体の数（延べ数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<ul style="list-style-type: none"> ・団体に対して助言・情報提供等を行う「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度の創設に伴い、令和5年8月31日に「消費者団体訴訟等支援法人の認定、監督等に関するガイドライン」を制定。同年12月に第1号として、特定非営利活動法人消費者スマイル基金を認定。 ・消費者被害情報を収集し、被害回復の可否や消費者裁判手続特例法に関する法的な課題等について検討する「消費者被害の実態調査業務」を2018年度以降、毎年実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(団体)	26	28	30	30
	活動実績／成果実績(団体)	27	30	30	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。				
短期アウトカム	成果目標	団体数の維持・確保		成果指標	団体からの認定の申請件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：1団体
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	5	7	10
	活動実績／成果実績(件)	2	5	7	--
	達成率(%)	100	100	100	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。				

中期アウトカム	成果目標	団体の体制及び制度の充実	成果指標	団体の体制及び制度の充実
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者被害の実態調査により、制度の利活用状況を把握し、引き続き制度の改善に向けた検討を行う。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	団体の体制及び制度の充実度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカム へのつながり	団体の体制及び制度の充実が図られることにより、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。			
------------------------	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第1項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	0	--
	達成率(%)	0	0	0	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、NPOや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	団体間の会合等の実施	活動指標	適格消費者団体等との情報連携の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者庁の主催により、適格消費者団体、特定適格消費者団体、その他の関係団体・機関（適格消費者団体を目指す団体、国民生活センターなど）の連携を図るため、「適格消費者団体連絡協議会」を年2回開催している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	19	15	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体間での情報交換などが行われることで、団体間の連携が促進され、ひいては協力関係が構築される。			
短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（1団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	
	活動実績／成果実績(団体)	47	--	
	達成率(%)	102.2	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。			

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体に集まる情報の量・質が向上することにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。			
--------------------	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		50	50	50
活動実績／成果実績(件)		33	28	54	--
達成率(%)		66	56	108	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-502

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、NPOや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	団体間の会合等の実施	活動指標	適格消費者団体等との情報連携の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者庁の主催により、適格消費者団体、特定適格消費者団体、その他の関係団体・機関（適格消費者団体を目指す団体、国民生活センターなど）の連携を図るため、「適格消費者団体連絡協議会」を年2回開催している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	19	15	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体間での情報交換などが行われることで、団体間の連携が促進され、ひいては協力関係が構築される。			
短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（1団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	
	活動実績／成果実績(団体)	47	--	
	達成率(%)	102.2	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。			

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカム へのつながり	各団体が持つ情報の量・質が向上することにより、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。			
------------------------	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第1項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2
活動実績／成果実績(件)		0	0	0	--
達成率(%)		0	0	0	--

アクティビティからの発現経路 102-203-302-402-501

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、NPOや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体等との会合及び孤独孤立に関するシンポジウムなどの実施	活動指標	適格消費者団体等と地方公共団体との連携を高めるための会合への参加地方公共団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和4年度から、適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム及びオンライン相談会を実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(団体)	10	10	47
	活動実績／成果実績(団体)	2	34	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	会合やシンポジウム等における参加自治体数が増えることで、団体と自治体が連携する機会が増え、ひいては協力関係が構築される。			
短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（1団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	
	活動実績／成果実績(団体)	47	--	
	達成率(%)	102.2	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。			

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体に集まる情報の量・質が向上することにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。			
--------------------	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		50	50	50
活動実績／成果実績(件)		33	28	54	--
達成率(%)		66	56	108	--

アクティビティからの発現経路 102-203-302-402-502

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、NPOや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体等との会合及び孤独孤立に関するシンポジウムなどの実施	活動指標	適格消費者団体等と地方公共団体との連携を高めるための会合への参加地方公共団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和4年度から、適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム及びオンライン相談会を実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(団体)	10	10	47
	活動実績／成果実績(団体)	2	34	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	会合やシンポジウム等における参加自治体数が増えることで、団体と自治体が連携する機会が増え、ひいては協力関係が構築される。			
短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（1団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	
	活動実績／成果実績(団体)	47	--	
	達成率(%)	102.2	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。			

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体が持つ情報の量・質が向上することにより、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。			
--------------------	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第1項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2
活動実績／成果実績(件)		0	0	0	--
達成率(%)		0	0	0	--

アクティビティからの発現経路 103-204-303-403-501

アクティビティ	消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	COCOLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトを活用した消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施	活動指標	COCOLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのコンテンツ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者団体訴訟制度を消費者にとってより身近なものとするため、令和6年4月からCOCOLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトの運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画を作成。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	0	15	20
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施により、制度の社会的関心が高まる。			
短期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度への社会的関心の向上	成果指標	COCOLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.9%（2024年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：18.8%（2024年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.9%（2024年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	--	
	達成率(%)	1,546.3	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の社会的関心が向上することで、消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上につながる。			

中期アウトカム	成果目標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上	成果指標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟等支援法人である特定非営利活動法人消費者スマイル基金が、国の委託を受け、適格消費者団体ポータルサイトの運営・管理を実施。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者等から団体へ提供される情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
↓ 後続アウトカム へのつながり	消費者からの情報提供の増加や質の向上により、団体における差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。				
長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	33	28	54	--
	達成率(%)	66	56	108	--

アクティビティからの発現経路 103-204-303-403-502

アクティビティ	消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトを活用した消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施	活動指標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのコンテンツ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者団体訴訟制度を消費者にとってより身近なものとするため、令和6年4月からCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトの運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画を作成。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	0	15	20
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施により、制度の社会的関心が高まる。			
短期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度への社会的関心の向上	成果指標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.9%（2024年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：18.8%（2024年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.9%（2024年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	--	
	達成率(%)	1,546.3	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の社会的関心が向上することで、消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上につながる。			

中期アウトカム	成果目標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上		成果指標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟等支援法人である特定非営利活動法人消費者スマイル基金が、国の委託を受け、適格消費者団体ポータルサイトの運営・管理を実施。		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者等から団体へ提供される情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	消費者からの情報提供の増加や質の向上により、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。				
長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復		成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第1項に基づく報告 ・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	0	--
	達成率(%)	0	0	0	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表			
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf			
	該当箇所	重点項目 8			

点検・評価

<p>事業所管部局による点検・改善</p>	<p>点検結果</p>	<p>本制度は、事業概要に記載したとおり、事業者に比べて弱い立場にある消費者の被害の未然防止・拡大防止、集団的な被害回復の観点で重要である。また、本制度は消費者利益の擁護のみならず、健全な事業者の発展にも寄与する。団体が事業者の問題のある行為の是正を促すこと（差止請求）は、自覚せずに問題のある行為を行っている事業者にとっては、その行為の改善につながり、信頼性向上に資する。また、自覚的に悪質な行為を行っている事業者に対しては、その行為が未然に差し止められ、市場から排除されることで、業界全体の信用性の向上が見込まれる。こういった効果とあわせて、集団的な被害回復が図られることで、消費者被害を回避した消費者や被害回復を受けた消費者による新たな消費につながり、健全な事業者への需要が喚起され、消費需要の増大につながり、ひいては健全な事業活動に還流することが期待される。</p> <p>なお、2023年の消費生活相談件数は91.4万件で、前年より増加しているという背景や近年、高齢化や取引のデジタル化が急速に進む中、事業者が意図するしないにかかわらず消費者被害が容易に発生し得る状況にある一方で、全ての消費者被害に対して行政が関与することは現実的には困難であることを鑑みると、民間団体が主体となって消費者被害の防止や回復に取り組むという本制度の重要性は増加し、その有効性は高い。</p> <p>また、令和4年において、消費者裁判手続特例法を改正。被害回復制度の更なる活用を促すため、消費者団体訴訟等支援法人制度を創設するとともに、被害回復裁判における和解の早期柔軟化などを図る制度改善を実施したところ。足下において、共通義務確認訴訟において和解に向けた協議が進行している事案も確認されており、改善の効果が発現しつつある。実際に、団体数は着実に増加してきており（2021年度：22団体、2022年度：23団体、2023年度：26団体、2024年度：26団体）、差止請求等の件数も増加している（2021年度：22件、2022年度：33件、2023年度：28件、2024年度：54件）。</p> <p>他方で、前述したとおり、差止請求制度は消費者及び事業者の双方にメリットがあるにもかかわらず、その業務に要した費用（弁護士費用や申入れに要した費用など）を消費者からも事業者からも得ることが難しい。これは、団体による差止請求が、特定の消費者において現に生じている被害を救済するための制度ではなく、将来に向けて不特定多数の消費者に対して生じ得る被害の防止を図る制度であること、また、事業者にとっては団体による差止請求が表面上ではメリットにならないことなどが要因である。</p> <p>このため、多くの団体が地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しているのが現状であり、財政的な課題を抱えていることから、消費者団体訴訟制度を通じた消費者被害の防止・回復の更なる促進のためには、現状のアクティビティだけではなく、財政面の支援が必要と考えられる。</p> <p>加えて、団体への情報面での支援が不十分であることや、制度の認知度が低く、消費者などからの情報提供が不十分であること等が考えられることから、引き続き団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施していく必要があると考えられる。</p>
<p>目標年度における効果測定に関する評価</p>	<p>共通義務確認訴訟は現在係争中の案件もあるため、引き続き状況を注視してまいりたい。</p>	<p>共通義務確認訴訟は現在係争中の案件もあるため、引き続き状況を注視してまいりたい。</p>
<p>改善の方向性</p>	<p>改善の方向性</p>	<p>点検結果でも記載したとおり、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、経済の成長に資することを踏まえると、本制度が事業者や業界にとっても、ひいては我が国経済全体にとってもメリットになることを消費者及び事業者に広く周知・広報していく。あわせて、行政としても団体の活動しやすい環境構築に向けた総合的な支援体制の整備を積極的に行い、団体に消費者と事業者との間をつなぐ社会インフラとしての活動を促すことで更なる制度の活用を促進する必要がある。</p> <p>具体的には、新たに団体を支援する主体として、「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度を創設したことから、今後は、新たに認定された消費者団体訴訟等支援法人も活用しながら、他団体との連携を促すことによる情報面等での環境整備や制度の活用促進に向けた総合的な支援体制を整備していく必要がある。特に、制度の中核を担う団体における財政面のひっ迫は喫緊の課題であり、差止請求制度の重要性や有効性、費用対効果などを踏まえ、令和7年度から実施している、差止請求関係業務について、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業について、規模を拡大する必要がある。</p> <p>また、周知・啓発については、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和6年4月からCOCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）の運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画の作成も行ったところ。さらに、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。</p>

外部有識者による点検	点検対象	--	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施するために必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努め、執行率についても向上するように検討すること。なお、一般競争入札における一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
詳細	所見を踏まえ、引き続き必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努める。 また、一般競争入札における一者応札については、事業開始時期や仕様書を見直す等しながら、可能な限り競争性を確保した方法を採用する。			

公開プロセス・ 秋の年次公開検 証（秋のレビ ュー）における取 りまとめ	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2024
	取りまとめ内容			
<p>本事業は、実際の消費行動の中にあつては、事業者と各消費者の立場が対等なものになりにくいことに着目し、消費者保護の一環として、一定要件を満たした消費者団体が個々の消費者に代わって事業者に対応できる団体訴訟権を設定するものであり、消費者保護を目指す諸事業の中にあつて高い重要性を有している。</p> <p>その重要性からして、本事業が今後とも安定的に継続していく必要があるという一致した認識のもと、そのために特に留意すべき事項として、① 事業遂行態勢の維持方策、② 国による財源補填の必要性、③ 本制度の国民への周知・広報活動という3点について提言を試みる。</p> <p>①事業遂行態勢の維持方策</p> <p>本事業の中心となる適格消費者団体及び特定適格消費者団体(以下「団体」という。)は、その実務に必要とされる専門知識と経験を有する者で構成されることを前提としている。ただ、その構成員の実務への関与の形態は様ではなく、また団体内に一定の能力が継続的に担保される仕組みには必ずしもなっていないきらいがある。例えば主要な役割を果たしてきた構成員の交代などで、一時的にせよ機能が弱体化するといったリスクが常に存在していると考えられる。自律を旨とする団体にあつては、第一義的には組織として能力の向上・蓄積が求められるが、加えて他の団体との連携、他の各種組織との連携、地方公共団体との連携など、外部能力の活用も有効な方策となるものと考えられる。また、令和4年の法改正を受けて、国が認定した消費者団体訴訟支援法人「スマイル基金」が各団体の一部業務を受託する道が拓かれるなど、新たな対策も講じられている。各団体の現状を踏まえると、今後とも事業遂行態勢の安定的な確保を図るための様々な手段が整備されると同時に、その積極的な活用が全団体にわたって図られることが不可欠である。</p> <p>②国による財源補填の必要性</p> <p>本事業を担う各団体は、その運営財源に関しても自律を旨としており、国の認定を受ける際にも、「経理的な基礎」という要素が掲げられてはいる。しかし、それは認定後の財源的な安定性を保証するものではなく、実際に取り扱う案件に要する費用が予測できるものとは限らないなど、人的資源以上に不確実性が高い。個々の団体の財源をめぐる状況は画一的なものではなく、構成員のボランティア活動による費用処理の回避、篤志家からの寄附、さらには地方公共団体からの受託業務といったものも含んでいるといわれるが、今後も財源不足を原因とする事業の停滞を避ける手立てを考へておく必要がある。令和5年度には、靈感商法を含めた悪質商法対策に係る別事業として「消費生活相談機能強化促進等補助金」が14団体に交付されたが、今後についても、レビューシートにも示されているとおり、本事業の円滑な推進に資する国の補助金の設定を考慮すべきものと思う。ただ、国の補助金に関しては、各団体の活動状況及び財源事情の把握を前提に、個々の事業進捗に欠かせない不足部分に的確に投入される必要があり、前記の補助金の効果検証等を参考に、交付要件を慎重に設計していく必要がある。</p> <p>③本制度の国民への周知・広報活動</p> <p>あらゆる国の施策について、国民への周知・広報は様々な形で行われているが、本事業については、本年度からポータルサイトを通じた活動が加わったものの、現状、消費者団体訴訟制度の認知度は著しく低いのではないかと考えられる。本事業に関しては、周知・広報活動に伴う認知度の向上が、消費者サイドからの問題提起、すなわち団体訴訟の積極的な活用に結びつく可能性があり、ひいては現在の団体の数、案件処理能力の見直しにも影響し得るものであり、より一層積極的に認知度向上の施策が展開されていく必要がある。その際、国民への制度そのものに関する情報伝達のみならず、実際に起きた事例の紹介の中でも、この制度がどのように活用されたか、あるいは活用され得たかという視点からの紹介が有効に作用するものと思う。</p> <p>消費者団体訴訟制度の維持発展には、自律を本旨とする各団体の自助努力と国による適切な支援が、ともに欠かせないものと思われ、またその前提として、国が、各団体の活動状況、課題・ニーズ、さらには活動環境の変化に関する情報を精緻に把握・評価していくことが求められる。また、事業管理する上でのアウトプット、アウトカムの設定等についても、EBPMの考え方のより一層の定着が必要な部分が残っているように見受けられる。</p> <p>それらを基礎に、この制度が国民の関心そして利益擁護の要請に広く応え、より大きな成果を上げることによって、消費者庁自身も展望するように「社会インフラ」のひとつに育っていくことを強く望むものである。</p>				

対応状況

① 事業遂行態勢の維持方策

- ・特定適格消費者団体・適格消費者団体、適格消費者団体を目指す消費者団体、消費者団体訴訟等支援法人、その他の関係者との連携を目的として「適格消費者団体連絡協議会」を開催した。
- ・団体がそれぞれの所在する各地方自治体等との連携を深め、情報連携体制を構築することを目的に、適格消費者団体と地方自治体の連携の場として「地方公共団体とのブロック会合」を開催した。
- ・適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム等を実施した。
- ・被害回復制度の更なる活用に向けた情報収集を目的として、消費者の財産的被害の発生又は拡大の状況を把握し、消費者裁判手続特例法による被害回復の可否を検討する実態調査を行った。
- ・団体の活動状況や消費者団体訴訟の結果を一覧化することで、消費者の訴訟参加や団体への新たな情報提供、情報の活用等の促進を目的として、ポータルサイトの運営・管理を委託した。

② 国による財源補填の必要性

- ・団体がより広範に差止請求関係業務に取り組むことができる環境を整備するため、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業を実施するための予算を確保した。

③ 本制度の国民への周知・広報活動

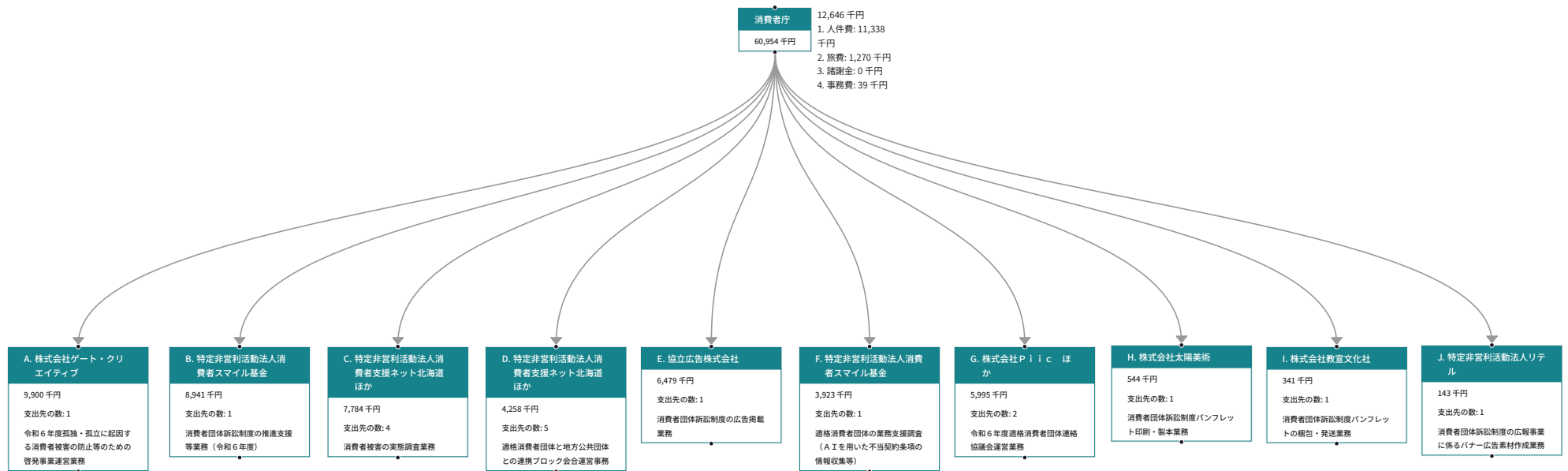
- ・消費者団体訴訟制度について新たな啓発動画を作成すると共に、消費者団体訴訟制度について広く国民に周知するためインターネット広告を用いた広報を実施した。

その他の指摘事項

--

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 株式会社ゲート・クリエイティブ		9,900	1	令和6年度孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ゲート・クリエイティブ		9,900	3010501036720		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務 一般競争契約（総合評価）		9,900	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 特定非営利活動法人消費者スマイル基金		8,941	1	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和6年度）	
	支出先名		支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者スマイル基金		8,941	5010005027116		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和6年度） 随意契約（その他）(特命随意契約)		8,941	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	C 特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道 ほか		7,784	4	消費者被害の実態調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道		2,256	7430005005201		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和6年度消費者被害の実態調査業務(北海道・東北・北関東地方) 一般競争契約（総合評価）		2,256	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先名		支出額	法人番号			
特定非営利活動法人消費者機構日本		1,918	9010005008351			

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度消費者被害の実態調査業務(南関東地方) 一般競争契約（総合評価）	1,918	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ		1,850	5220005007848		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度消費者被害の実態調査業務(中部地方) 一般競争契約（総合評価）	1,850	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者支援機構関西		1,759	6120005010084		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度消費者被害の実態調査業務(近畿・中国・四国・九州地方) 一般競争契約（総合評価）	1,759	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道 ほか	4,258	5	適格消費者団体と地方公共団体との連携ブロック会合運営事務	
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道		934	7430005005201		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合（北海道・東北ブロック）運営業務 随意契約（少額）	934	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者機構日本		911	9010005008351		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合（関東・甲信越ブロック）運営業務 随意契約（少額）	911	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者ネットおかやま		911	2260005003094		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合(中国四国)運営業務 随意契約（少額）		911	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
NPO法人消費者支援ネットくまもと		816	8330005007958		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
適格消費者団体等と地方公共団体との連携ブロック会合（南部九州ブロック）運営業務 随意契約（少額）		816	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者支援機構福岡		686	1290005006392		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合（北部九州ブロック）運営業務 随意契約（少額）		686	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	協立広告株式会社	6,479	1	消費者団体訴訟制度の広告掲載業務	
支出先名		支出額	法人番号		
協立広告株式会社		6,479	4011101005503		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
消費者団体訴訟制度の広告掲載業務 一般競争契約（最低価格）		6,479	12	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F 特定非営利活動法人消費者スマイル基金	3,923	1	適格消費者団体の業務支援調査（A I を用いた不当契約条項の情報収集等）		
支出先名	支出額	法人番号			
特定非営利活動法人消費者スマイル基金	3,923	5010005027116			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
適格消費者団体の業務支援調査（AIを用いた不当契約条項の情報収集等） 随意契約（その他）(特命随意契約)	3,923	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
G 株式会社P i i c ほか	5,995	2	令和6年度適格消費者団体連絡協議会運営業務		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社P i i c	3,135	9010701039096			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和6年度適格消費者団体連絡協議会（令和6年10月開催）運営業務 随意契約（その他）(特命随意契約)	3,135	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ゲート・クリエイティブ	2,860	3010501036720			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
名 令和6年度適格消費者団体連絡協議会（令和7年3月開催） 運営業務 一般競争契約（最低価格）	2,860	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
H 株式会社太陽美術	544	1	消費者団体訴訟制度パンフレット印刷・製本業務		
支出先名	支出額	法人番号			

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	株式会社太陽美術	544	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者契約法パンフレット増刷及び消費者団体訴訟制度パンフレット印刷・製本業務の経費の使用について 随意契約（少額）	544	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
I	株式会社教宣文化社	341	1	消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社教宣文化社	341	9011601001781		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務（「消費者契約法パンフレット及び消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務」として消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務と同一契約） 随意契約（少額）	341	0	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
J	特定非営利活動法人リテル	143	1	消費者団体訴訟制度の広報事業に係るバナー広告素材作成業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人リテル	143	2013305003383		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体訴訟制度の広報事業に係るバナー広告素材作成業務 随意契約（少額）	143	0	--	

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社ゲート・クリエイティブ	孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務	雑役務費	株式会社ゲート・クリエイティブに孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務を委託	9,900
B	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和6年度）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者スマイル基金に消費者団体訴訟制度の推進支援等業務を委託	8,941
C	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	令和6年度消費者被害の実態調査業務(北海道・東北・北関東地方)	雑役務費	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道に消費者被害の実態調査・検討会議の実施業務（北海道・東北・北関東地方）を委託	2,256
E	協立広告株式会社	消費者団体訴訟制度の広告掲載業務	雑役務費	協立広告株式会社に消費者団体訴訟制度のインターネット広告掲載業務を委託	6,479
F	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	適格消費者団体の業務支援調査（AIを用いた不当契約条項の情報収集等）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者スマイル基金に適格消費者団体の業務支援調査（AIを用いた不当契約条項の情報収集等）を委託	2,823
--	--	--	委託費	株式会社LegalOn Technologiesに適格消費者団体が試験的に運用する契約書レビューシステムの準備・提供を再委託	1,100,000
G	株式会社P i i c	令和6年度適格消費者団体連絡協議会（令和6年10月開催）運営業務	雑役務費	株式会社P i i cに令和6年度適格消費者団体連絡協議会（令和6年10月開催）運営業務を委託	3,135

国庫債務負担行為等による契約先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者契約に関する制度の企画立案

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者制度課				
	作成責任者	古川剛				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000462	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	1. 消費者政策の推進		(6) 消費者契約に関する制度の企画立案		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	

概要・目的	事業の目的	消費者契約法の適切な運用を行うとともに、時宜にあわせて必要な制度改善を図ることで、消費者にとって安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。			
	現状・課題	<p>【現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者法制度を理念から見直し、その在り方を再編し拡充するため、令和4年8月から「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を開催。令和5年11月に同懇談会の議論を踏まえ、消費者委員会へ更なる具体的な検討を求める諮問を行い、これを受け消費者委員会に「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」が設置された。専門調査会では、消費者取引全体の法制度の在り方、実効性の高い規律の在り方、デジタル化による技術の進展が消費者の関わる取引環境に与える影響についての基本的な考え方等についての調査審議が行われており、令和6年10月には中間整理が公表された。 令和5年12月から「解約料の実態に関する研究会」を開催し、令和6年12月に議論の整理を公表。 <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> デジタル化、高齢化の進展といった消費者を取り巻く環境の変化を捉え、第208回国会の消費者契約法等改正時の附帯決議において、既存の消費者法制度の枠組みでの対応には限界があり、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討が必要であると示されている。こういった指摘も踏まえ、消費者を取り巻く環境の急激な変化に対応するため、抜本的な制度的・政策的対応に向けた検討を遅滞なく進める必要がある。 			
	事業の概要	<p>消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者の間には情報の質及び量並びに交渉力の格差があることから、消費者の利益の擁護を図るため、平成13年4月1日に消費者契約法が施行された。同法は、消費者が事業者と結んだ契約（消費者契約）について、不当な勧誘による契約の取消しや不当な契約条項の無効等を規定しており、民事ルールである本法が活用されることで、消費者契約に関するトラブルの公正かつ円滑な解決に資することが期待される。本事業では、同法の適切な運用を行うとともに、同法を含む消費者法制度について、時宜にあわせた改善の方向性に係る検討などを実施している。</p> <p>具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者契約法を始めとする消費者法制度について見直しの検討や必要な調査等を行う。 消費者契約法の運用を行うとともに、消費者契約法の周知・啓発に取り組む。 			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）第5章1.（2）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf			
	消費者基本計画工程表 重点項目3	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf			
実施方法	直接実施				
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL	
	--	--	--	--	
備考	--				

予算・執行

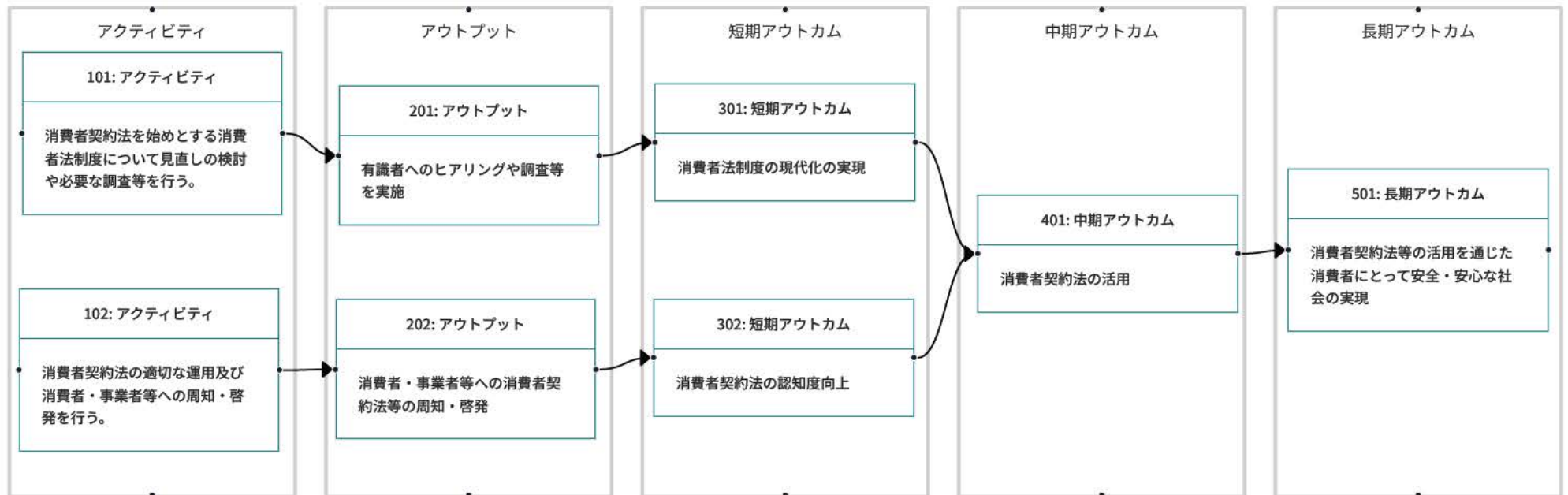
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	44,000	66,300	95,000	62,738	71,185
	当初予算	18,600	38,000	74,371	59,362	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	18,600	38,000	74,371	59,362	--
	執行額	26,000	19,948	47,346	--	--
	執行率	139.8%	52.5%	63.7%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	5,000	--		
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	33,251	45,039
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	20,598	20,540
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	3,030	3,270
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	772	723
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費		--	692	692
		当初予算	委員等旅費		--	1,019	921

主な増減理由	消費者契約法を中心に、規律の対象・射程の拡充、様々な規律手法の活用などを含む法改正を行うため、有識者が議論する検討会の運営費用や、必要な調査費用について、増額要求を行っている。	その他特記事項	--
--------	--	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	消費者契約法を始めとする消費者法制度について見直しの検討や必要な調査等を行う。			
アウトプット	活動目標	有識者へのヒアリングや調査等を実施	活動指標	消費者契約法、消費者法制度の在り方等に関する会合、有識者との意見交換・ヒアリング等の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<ul style="list-style-type: none"> 令和5年11月に消費者委員会へ「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」の議論を踏まえた更なる具体的な検討を求める諮問を行い、これを受け消費者委員会に「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」が設置された。令和6年10月には中間整理が公表された。 令和5年12月から「解約料の実態に関する研究会」を開催し、令和6年12月に議論の整理を公表した。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	30	30	30
	活動実績／成果実績(回)	28	65	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	有識者へのヒアリングや会合等の議論を踏まえ、具体的な検討・見直しを行うことで、消費者法制度の現代化の実現につながる。			
短期アウトカム	成果目標	消費者法制度の現代化の実現	成果指標	消費者法制度の現代化の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> 参考指標：消費者契約法等に関する学術研究の数：98件（令和6年度） 	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者法制度の現代化の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者法制度の現代化が実現することで、より一層消費者契約法が活用されることが期待される。			

中期アウトカム	成果目標	消費者契約法の活用	成果指標	消費者契約法の活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者契約法の活用の成果としては、事業者の意識向上・消費者のリテラシー向上により適正な消費者契約が締結されることや、消費者や適格消費者団体等の指摘により、事業者が不当条項等を修正すること等が考えられるが、これらを外部から計測することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法が実際に活用されることにより、消費者被害が防止・回復され、消費者にとって安全・安心な社会の実現につながる。			
長期アウトカム	成果目標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現	成果指標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	安全・安心な社会の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

アクティビティ	消費者契約法の適切な運用及び消費者・事業者等への周知・啓発を行う。				
アウトプット	活動目標	消費者・事業者等への消費者契約法等の周知・啓発		活動指標	消費者や事業者又は事業者団体に対して実施した消費者契約法等に関する研修・説明会等の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・悪質ホストクラブ問題に関して関係省庁等と連携し、注意喚起を呼びかけるチラシを作成するとともに、令和6年12月には全国の消費生活センターに一斉に同チラシを配布した。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		2024年度	
	当初見込み／目標値(回)	0		10	
	活動実績／成果実績(回)	12		18	
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法等の周知・啓発を実施することにより、消費者契約法の認知度が向上する。				
短期アウトカム	成果目標	消費者契約法の認知度向上		成果指標	消費者契約法の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<ul style="list-style-type: none"> 令和4年度：消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003 令和5年度：消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003 令和6年度：消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003/
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度	
	当初見込み／目標値(%)	40		40	
	活動実績／成果実績(%)	37		32.3	
	達成率(%)	92.5		80.8	
目標年度 2024年度			50		
2025年度			50		
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法の認知度が向上することで、消費者契約法の活用が期待される。				

中期アウトカム	成果目標	消費者契約法の活用	成果指標	消費者契約法の活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者契約法の活用の成果としては、事業者の意識向上・消費者のリテラシー向上により適正な消費者契約が締結されることや、消費者や適格消費者団体等の指摘により、事業者が不当条項等を修正すること等が考えられるが、これらを外部から計測することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法が実際に活用されることにより、消費者被害が防止・回復され、消費者にとって安全・安心な社会の実現につながる。			
長期アウトカム	成果目標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現	成果指標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	安全・安心な社会の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表（令和6年6月14日改定）		
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf		
	該当箇所	重点項目3		

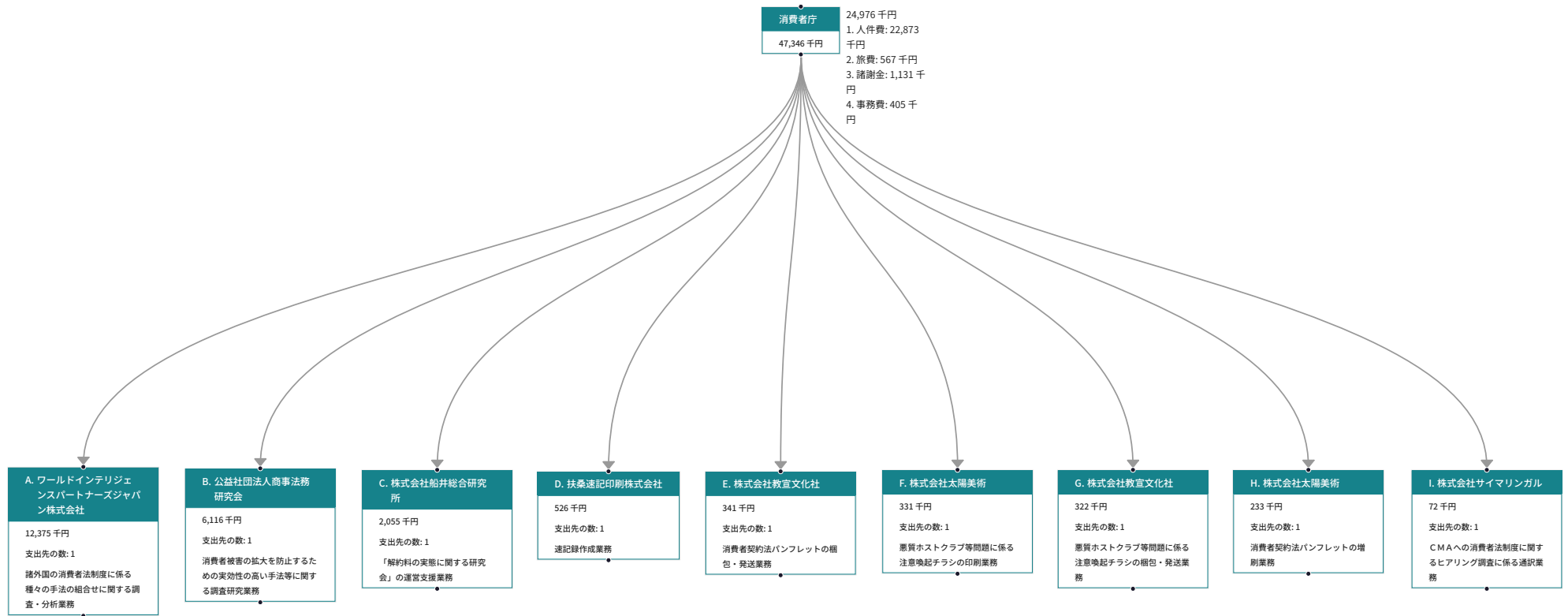
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>消費者契約法に代表される消費者法は、これまで累次の改正を繰り返してきたが、高齢化やデジタル化の進展等に伴い、消費者を取り巻く環境が日々変化している現代においては、これまでのように消費者法を個別課題ごとに都度対応するために改正を行っても、消費者取引の安心・安全を十全に実現するのは難しくなりつつある。</p> <p>その根拠として、令和5年の消費生活相談件数は前年より増加していること（91.4万件）、高齢化の進展により認知機能が不十分な消費者の割合が拡大していること（2023年時点で全人口の3割が高齢者）、人間関係やコミュニティーの希薄化、飛躍的な技術革新がもたらす消費社会の複雑多様化・取引の個別化等により、誰もが単独で十全な意思決定をすることがこれまでより一層困難になっていること、消費者が単独で取引に関わる機会が増え、自ら対処することが困難で周りも気付きにくいトラブルにさらされる可能性が高まっていること等、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくする状態が急速に拡大している等の社会的背景が挙げられる。</p> <p>このような消費者取引環境の変化を受け、衆・参両院からは「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」という附帯決議（消費者契約法の令和4年改正時）がなされており、我が国において、消費者契約法を中心に、既存の枠組み捉われないことなく、消費者法制度を抜本的に再編・拡充するための検討を進めていくことは立法府の要請に添った取組であるとともに、社会的背景を捉えた適切な取組であると考えられる。</p> <p>また、前述のとおり、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中においては、現行の消費者契約法も十分に活用されることで足下の消費者被害を防止していく必要がある。実際に、悪質ホスト問題に関して注意喚起を呼びかけるために作成した広報チラシについて、令和6年度は全国の消費生活センターに配布する等の対応を行っており、その結果はこれから測定していく必要があるものの、一定の有効性があると考えられる。こういった現状を踏まえ、現行法について適切に運用するとともに、その内容について事業者や消費者に広く周知することで、更なる活用を促していくことが重要である。</p> <p>以上により、国費を投入する必要性は高い事業であると考えられる。</p> <p>他方、本事業の課題としては、消費者法制度を理念から見直すことは、消費者が単独で検討するには広範なテーマであること、社会的な背景を十分に反映するため、消費者法制に限らず、多種多様な有識者の知見を取り込むとともに、海外の法制度に関する状況なども把握する必要があること、事業者に対する消費者契約法に係る周知・広報が不足していることなどが挙げられる。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	<p>消費者契約法の認知度は前年度と比して減少傾向ではあるが、令和6年4月からCOCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）の運用を始めたところ、本サイトの活用も含め引き続き効果的な周知・啓発について分析してまいりたい。</p>		
	改善の方向性	<p>消費者法制度の見直しに向けた検討については、消費者庁から消費者委員会に諮問を行い、消費者委員会に令和5年11月に設置された「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」においてより具体的な議論を開始し、令和7年7月には答申がなされた。本年度事業においては、答申の内容を十分に踏まえ、消費者契約法を中心に、規律の対象・射程の拡充、様々な規律手法の活用などを含む法改正を行うため有識者からなる検討会を設置し、引き続き法改正に向けた具体的な検討を進めていく。</p> <p>また、周知・啓発については、関連事業において、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和6年4月からCOCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）を運用しているところ。こういったサイトの活用も視野に入れつつ、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り		詳細	予算の増額に伴い、執行率の低下がみられるところ、引き続き必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り			
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)	
		--	--	--	
詳細	所見を踏まえ、引き続き必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努めてまいりたい。				
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--				
その他の指摘事項	--				

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社	12,375	1	諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社		12,375	2010001113277			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務 一般競争契約（総合評価）		12,375	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	公益社団法人商事法務研究会	6,116	1	消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	公益社団法人商事法務研究会		6,116	5010005018552			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究業務 一般競争契約（総合評価）		6,116	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C	株式会社船井総合研究所	2,055	1	「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社船井総合研究所		2,055	5120001180782			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務に係る請負契約 一般競争契約（最低価格）		2,055	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため		
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D 扶桑速記印刷株式会社	526	1	速記録作成業務		
支出先名	支出額	法人番号			
扶桑速記印刷株式会社	526	9010001027784			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
速記録作成（8月分） 一般競争契約（最低価格）	169	3	--	落札予定価格が非公表となっているため	
速記録作成（10月分） 一般競争契約（最低価格）	131	3	--	落札予定価格が非公表となっているため	
速記録作成（4月分） 一般競争契約（最低価格）	70	3	--	落札予定価格が非公表となっているため	
速記録作成（5月分） 一般競争契約（最低価格）	70	3	--	落札予定価格が非公表となっているため	
速記録作成（6月分） 一般競争契約（最低価格）	52	3	--	落札予定価格が非公表となっているため	
速記録作成（12月分） 一般競争契約（最低価格）	35	3	--	落札予定価格が非公表となっているため	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E 株式会社教宣文化社	341	1	消費者契約法パンフレットの梱包・発送業務		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社教宣文化社	341	9011601001781			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
消費者契約法パンフレットの梱包・発送業務（「消費者契約法パンフレット及び消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務」として消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務と同一契約） 随意契約（少額）	341	1	--	--	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F 株式会社太陽美術	331	1	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷業務		

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社太陽美術	331	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷業務 随意契約（少額）	331	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	株式会社教宣文化社	322	1	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの梱包・発送業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社教宣文化社	322	9011601001781		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの梱包・発送業務 随意契約（少額）	322	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	株式会社太陽美術	233	1	消費者契約法パンフレットの増刷業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社太陽美術	233	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者契約法パンフレットの増刷業務（「消費者契約法パンフレット『知っていますか？消費者契約法 ～早分かり！ 消費者契約法～』増刷及び消費者団体訴訟制度パンフレット『守ります。あなたの財産 COCoLis（消費者団体訴訟制度）』印刷・製本業務」にて消費者団体訴訟制度パンフレットの印刷・製本業務と同一契約） 随意契約（少額）	233	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
I	株式会社サイマリンガル	72	1	CMAへの消費者法制度に関するヒアリング調査に係る通訳業務	

	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	支出先名	支出額		法人番号			
		株式会社サイマリンガル		72	2010001106108		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
CMA（英国競争・市場庁）への消費者法制度に関するヒアリング調査（オンライン会議）に係る通訳業務 随意契約（少額）		72	1	--	--		

費目・用途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	用途	金額	
	A	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社	諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務	雑役務費	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社に諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務を委託	12,375
	B	公益社団法人商事法務研究会	消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究業務	雑役務費	公益社団法人商事法務研究会に消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究・研究会の運営業務を委託	6,116
	C	株式会社船井総合研究所	「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務に係る請負契約	雑役務費	株式会社船井総合研究所に「解約料の実態に関する研究会」の事前準備・当日の運営支援業務を委託	2,055

国庫債務負担行為等による契約先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者教育・普及啓発

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者教育推進課				
	作成責任者	黒田啓太				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000465	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(7) 消費者教育・普及啓発		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--	主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	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及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	○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。				
	事業の概要	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を実施。 ○地方公共団体等への消費者教育実施の支援(消費者力新教材の開発)・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/				
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分	
	消費者教育の推進に関する法律	平成二十四年法律第六十一号	--	--	--	
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	消費者基本計画 第5章4. 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf				
	消費者基本計画工程表 重点項目10、13	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf				
実施方法	直接実施					

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額の整理をそろえるに伴い、行政事業レビューに記載する予算額については消費者教育とエシカル消費の普及啓発についての予算額を記載している。一方で、タイトル及び内容と政策評価体系をそろえるに伴い、執行額・事業については、消費者教育の取組に関するものを記載している。			

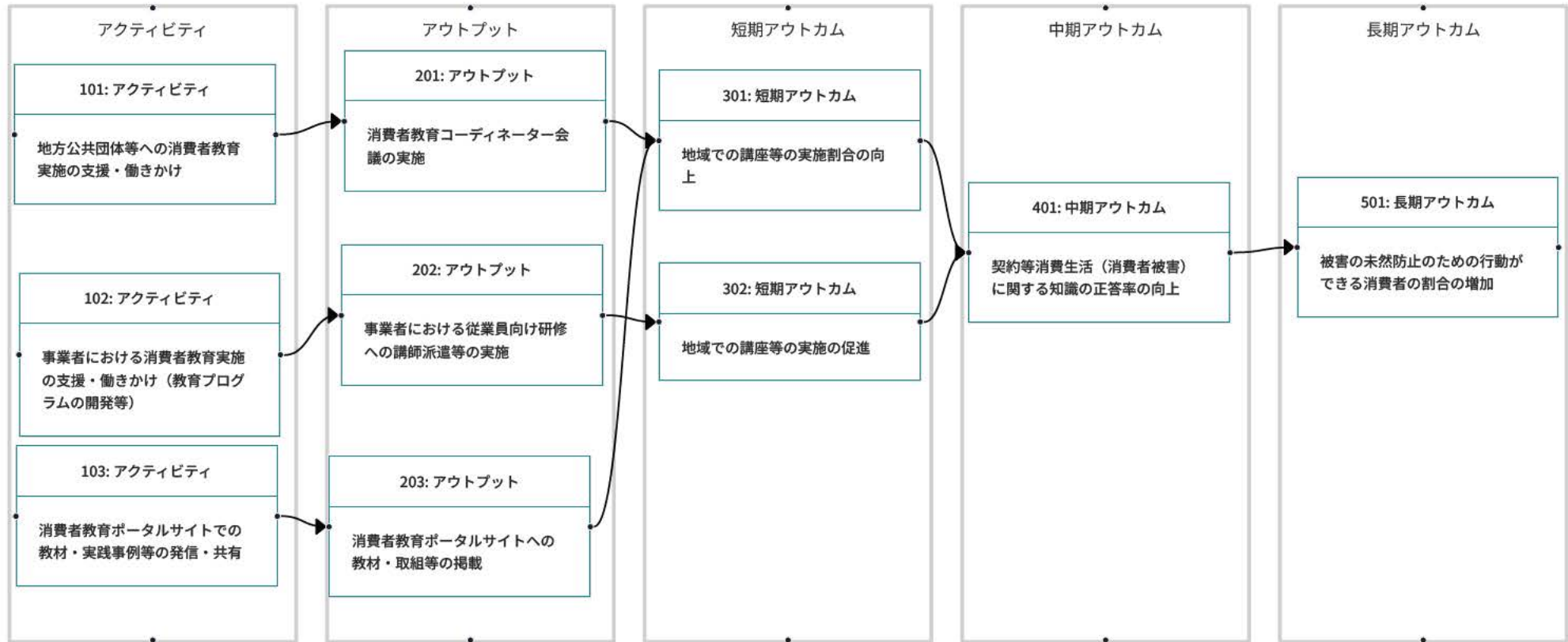
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	108,000	81,000	87,000	82,282	88,042
当初予算	83,000	75,000	68,675	82,510	--	
補正予算	120,000	--	--	--	--	
前年度から繰越し	--	120,000	--	--	--	
予備費等	△120,000	--	--	--	--	
計	83,000	195,000	68,675	82,510	--	
執行額	43,000	133,885	49,241	--	--	
執行率	51.8%	68.7%	71.7%	--	--	

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--		22,000	--
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	66,696	72,277
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	6,866	6,846
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当		--	3,001	3,217
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費		--	2,581	2,314
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	1,426	1,409
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費		--	966	1,017
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--	554	523
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	190	209
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 職員旅費		--	135	126
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金		--	95	104
主な増減理由	職域におけるeラーニング教材開発及び消費者のグリーン志向の消費行動の拡大に向けた調査・実証を実施するため、増額となっている。			その他特記事項	--	

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

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								
アウトプット	活動目標	消費者教育コーディネーター会議の実施		活動指標	消費者教育コーディネーター会議の参加者数				
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【実績が伸びたことに関わる取組】 2024年度の会議では2023年度に引き続き、グループワークによる課題共有・討議の形式を導入し、会議の回数も増やした。また、オンライン開催にしたことで、より参加しやすくなったことから、2025年度の目標数値を300件に修正。				
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--				
活動・成果目標と実績		2023年度		2024年度		2025年度			
	当初見込み／目標値(件)	100		150		300			
	活動実績／成果実績(件)	146		290		--			
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>消費者庁主催の下、消費者教育の多様な担い手と場をつなぐ「消費者教育コーディネーター」が担うコーディネート機能の発揮や活動スキルの向上に資することを目的として消費者教育コーディネーター会議を開催している。当会議への参加者数が増加することで、参加者が活動する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。</p> <p>※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。消費者教育コーディネーター会議においては、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。</p>								
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上		成果指標	地域での講座等の実施割合				
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度地方消費者行政の現況調査 令和6年度地方消費者行政の現況調査				
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--				
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度		2025年度	
	当初見込み／目標値(%)	--		40		55		55	
	活動実績／成果実績(%)	36.4		50		51		--	
	達成率(%)	--		125		92.7		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>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（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。</p>								

中期アウトカム	成果目標	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	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和4年度消費生活意識調査（第4回） 令和5年度消費生活意識調査（第4回） 令和6年度消費生活意識調査（第5回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	38	40	42
	活動実績／成果実績(%)	34.6	38.8	39.2	--
	達成率(%)	--	102.1	98	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につな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。
-----------------	---

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和4年度消費生活意識調査（第4回） 令和5年度消費生活意識調査（第4回） 令和6年度消費生活意識調査（第5回） ※令和4年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和6年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 72.5% 令和6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 27.6%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9	46.6	48	--
	達成率(%)	--	97.1	98	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

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）			
アウトプット	活動目標	事業者における従業員向け研修への講師派遣等の実施	活動指標	講師派遣等を通じた従業員向け研修の実施事業者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【目標値を増加した理由】 2023年度は新人職員が対象の従業員向け研修であったが、2024年以降は新人職員に加え、2023年度に開発した教育プログラムにより、壮年退職期の職員も対象としているため。2025年度も目標数値を300件に修正。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(社)	60	220	300
	活動実績／成果実績(社)	108	416	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者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。 ※令和5年度から実施している研修			
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施の促進	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度地方消費者行政の現況調査 令和6年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	10	10
	活動実績／成果実績(%)	6.3	5.4	--
	達成率(%)	--	54	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	各地域での充実した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られるため、本指標を中期アウトカムとして設定した。			

中期アウトカム	成果目標	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	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和4年度消費生活意識調査（第4回） 令和5年度消費生活意識調査（第4回） 令和6年度消費生活意識調査（第5回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	38	40	42
	活動実績／成果実績(%)	34.6	38.8	39.2	--
	達成率(%)	--	102.1	98	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につな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。				
--------------------	---	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和4年度消費生活意識調査（第4回） 令和5年度消費生活意識調査（第4回） 令和6年度消費生活意識調査（第5回） ※令和4年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和6年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 72.5% 令和6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 27.6%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9	46.6	48	--
	達成率(%)	--	97.1	98	--

アクティビティからの発現経路 103-203-301-401-501

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								
アウトプット	活動目標	消費者教育ポータルサイトへの教材・取組等の掲載		活動指標	消費者教育ポータルサイトのアクセス件数				
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--				
活動・成果目標と実績		2023年度		2024年度		2025年度			
	当初見込み／目標値(件)	380,000		550,000		1,000,000			
	活動実績／成果実績(件)	531,627		891,030		--			
↓ 後続アウトカムへのつながり	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・増加する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。								
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上			成果指標	地域での講座等の実施割合			
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度地方消費者行政の現況調査 令和6年度地方消費者行政の現況調査			
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--			
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度		2025年度	
	当初見込み／目標値(%)	--		40		55		55	
	活動実績／成果実績(%)	36.4		50		51		--	
	達成率(%)	--		125		92.7		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	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（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。								

中期アウトカム	成果目標	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	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和4年度消費生活意識調査（第4回） 令和5年度消費生活意識調査（第4回） 令和6年度消費生活意識調査（第5回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	38	40	42
	活動実績／成果実績(%)	34.6	38.8	39.2	--
	達成率(%)	--	102.1	98	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につな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。
-----------------	---

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和4年度消費生活意識調査（第4回） 令和5年度消費生活意識調査（第4回） 令和6年度消費生活意識調査（第5回） ※令和4年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和6年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 72.5% 令和6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 27.6%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9	46.6	48	--
	達成率(%)	--	97.1	98	--

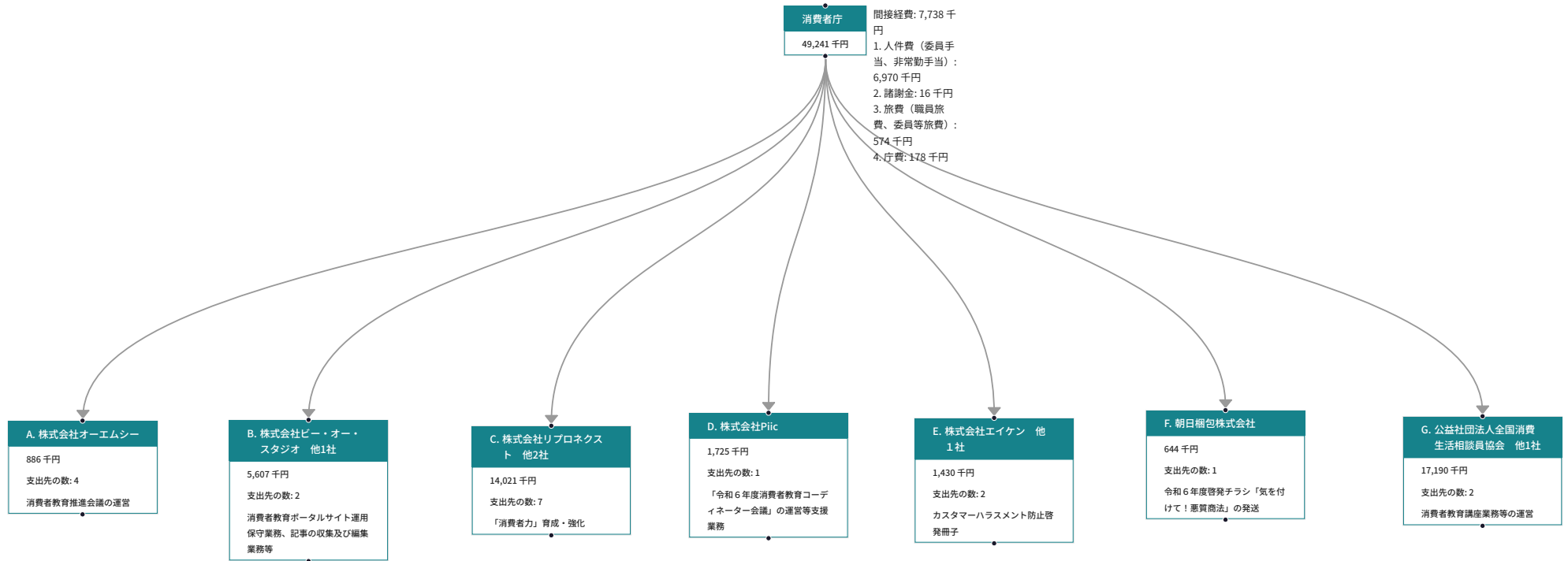
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表（令和6年6月14日改定）
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf
	該当箇所	10.エシカル消費の普及啓発 13.消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育の推進のための体制整備

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者教育基本方針に基づき、関係省庁と連携して周知・啓発に取り組んだほか、消費者力育成強化のための教材の活用促進を行った。消費者庁ウェブサイトやポータルサイト、SNS等を幅広く活用し、有効かつ効率的な普及啓発に努めた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	地方公共団体等への消費者教育の実施を働きかけたが、地域での講座実施率や消費生活に関する知識の正答率など目標に届かなかった指標があった。引き続き、地域での消費者教育の取組が充実・増加するよう地方公共団体への働きかけやポータルサイト等を通じた情報提供等を推進してまいりたい。		
	改善の方向性	引き続き効率的な執行に努め、事業の優先順位を見極めつつ実行してまいりたい。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	消費者被害に遭わない、未然に防ぐことができる自立した消費者の育成を図るために、引き続き消費者教育の有効かつ効率的な普及啓発に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
詳細	引き続き事業目的達成のため、ライフステージに応じた消費者教育の機会を提供していくことや、エシカル消費の効果的な普及啓発等に努めてまいりたい。			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 株式会社オーエムシー	886	4	消費者教育推進会議の運営	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社オーエムシー	886	9011101039249		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	886	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	扶桑速記印刷株式会社	--	9010001027784		
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 株式会社ビー・オー・スタジオ 他1社	5,607	2	消費者教育ポータルサイト運用保守業務、記事の収集及び編集業務等	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ビー・オー・スタジオ	3,960	7011001047196			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務 一般競争契約（最低価格）	3,960	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社シード・プランニング	1,647	9010001144299			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
消費者教育ポータルサイトに掲載する原稿編集に関する業務 一般競争契約（最低価格）	1,647	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
C 株式会社リプロネクスト 他2社	14,021	7	「消費者力」育成・強化		
支出先名	支出額	法人番号			

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
株式会社東京リーガルマインド	8,782	2010001093321			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「消費者力」育成・強化を目的とするVR動画等を活用した体験型教材の導入・普及に関する業務 一般競争契約（総合評価）	8,782	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社リプロネクスト	3,368	6110001032166			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「消費者力」育成・強化のための紙製VRゴーグル及びポスターの製作・印刷業務 随意契約（少額）	1,994	1	--	--	
「消費者力」育成・強化のための紙製VRゴーグル及びポスターの梱包・発送業務 随意契約（少額）	1,374	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
朝日梱包株式会社	991	9010601040880			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「消費者力」育成・強化のための紙製VRゴーグル及びポスターの梱包・発送業務 随意契約（少額）	991	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
カディンチェ株式会社	878	1010701024254			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「消費者力」育成・強化のためのVR機材の保管・配送と機材確認等に関する業務 随意契約（少額）	878	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社オカモトヤ	2	1010401006180			

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	VR用 ゴーグル用保護マスク 随意契約（少額）	2	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D	株式会社Piic	1,725	1	「令和6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	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社P i i c	1,725	9010701039096		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「令和6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 随意契約（少額）	1,725	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	株式会社エイケン 他1社	1,430	2	カスタマーハラスメント防止啓発冊子	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社エイケン	990	1011501005618		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	カスタマーハラスメント防止啓発冊子に利用するキャラクターのライセンスの利用及び監修業務 随意契約（少額）	990	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	グリオ森谷正人	440	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	カスタマーハラスメント防止啓発冊子のコンテンツ制作業務 随意契約（少額）	440	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	朝日梱包株式会社	644	1	令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	支出先名	支出額	法人番号		
	朝日梱包株式会社	644	9010601040880		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送 随意契約（少額）	644	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	公益社団法人全国消費生活相談員協会 他1社	17,190	2	消費者教育講座業務等の運営	
	支出先名	支出額	法人番号		
	公益社団法人全国消費生活相談員協会	9,151	2010405010418		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務 一般競争契約（最低価格）	9,151	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	公益財団法人消費者教育支援センター	8,039	5011105005399		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	事業者等における従業員向け消費者教育研修の実施・改善に係る業務 指名競争契約（最低価格）	8,039	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額	
	A	株式会社オーエムシー	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務	雑役務費	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務	886
	B	株式会社ビー・オー・スタジオ	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務	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	3,960
	C	株式会社東京リーガルマインド	「消費者力」育成・強化を目的とするVR動画等を活用した体験型教材の導入・普及に関する業務	雑役務費	「消費者力」育成・強化を目的とするVR動画等を活用した体験型教材の導入・普及に関する業務	8,782
	D	株式会社P i i c	「令和6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	雑役務費	「令和6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	1,725
	E	株式会社エイケン	カスタマーハラスメント防止啓発冊子に利用するキャラクターのライセンスの利用及び監修業務	雑役務費	カスタマーハラスメント防止啓発冊子に利用するキャラクターのライセンスの利用及び監修業務	990
	F	朝日梱包株式会社	令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送	雑役務費	令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送	644
	G	公益社団法人全国消費生活相談員協会	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務	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	9,151
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号			
	--	--	--			

その他備考

--

エシカル消費の普及啓発

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者教育推進課				
	作成責任者	黒田啓太				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000461	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	1. 消費者政策の推進		(8) エシカル消費の普及・啓発		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	

概要・目的	事業の目的	<p>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。</p> <p>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・グループに対して、その功績を称え顕彰することで、全国の消費者支援活動を活性化し、もって消費者利益の擁護及び増進を図る。</p> <p>また、毎年5月を「消費者月間」とし、消費者月間の間、消費者、事業者、行政等が一体となり、消費者問題に関する様々な啓発・教育事業を集中的に実施することで、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立を支援する。</p>			
	現状・課題	<p>○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組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。</p> <p>○エシカル消費の認知度は向上傾向にあり（R元：12.2% R4：26.9% R5：29.3%、R6：27.4%）、実践する意向のある消費者（R4：28.7% R5：27.6%、R6：28.6%）や、日常的に実践する消費者（R4：76.4% R5：75.0%、R6：75.8%）も一定数いる。</p> <p>○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。</p> <p>○表彰を通じ、全国の消費者支援活動を活性化し、消費者被害の防止・解決を図る。</p> <p>○消費生活における様々な課題の解決に向け、消費者月間における普及啓発事業の集中的実施を通して、消費者一人一人の取組を促進する。</p>			
	事業の概要	<p>上記事業目的を達成するため、主に以下の取組を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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 ○消費者支援功労者表彰の実施 ○毎年5月に行う消費者月間事業の実施 			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	消費者基本計画工程表 重点項目10	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf			
実施方法	直接実施				
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL	
	--	--	--	--	
備考	<p>予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額の整理をそろえることに伴い、行政事業レビューに記載する予算額については消費者月間の取組についての予算額を記載している。一方で、タイトル及び内容と政策評価体系をそろえることに伴い、執行額・事業については、エシカル消費と消費者月間の取組に関するものを記載している。</p>				

予算・執行

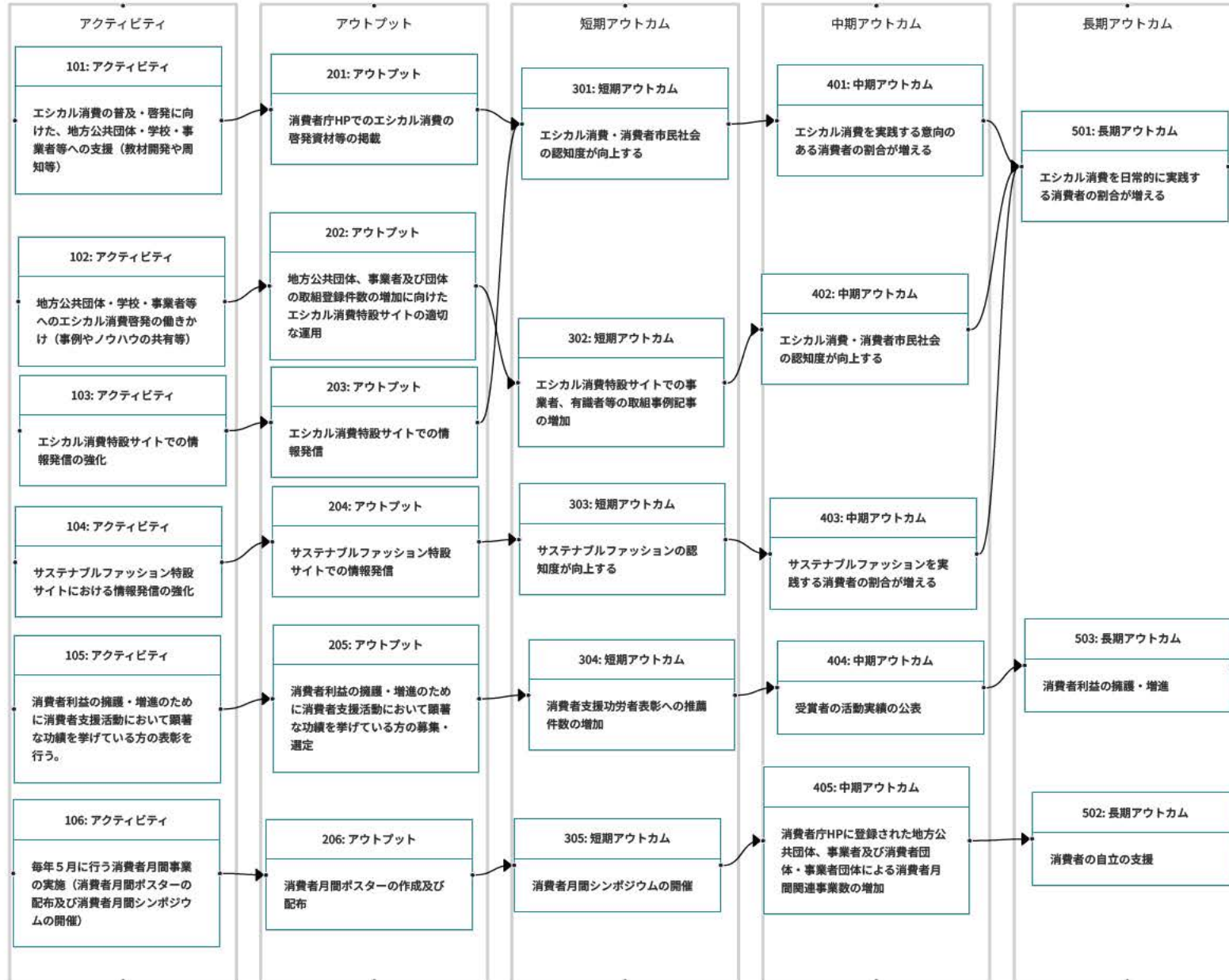
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	43,000	11,800	--	14,618	14,261
	当初予算	17,800	15,470	15,553	15,329	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	17,800	15,470	15,553	15,329	--
	執行額	12,000	20,007	34,667	--	--
	執行率	67.4%	129.3%	222.9%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	7,815	6,785
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	6,866	6,846
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	456	431
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	119	131
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--	73	68

主な増減理由	前年度限りの経費の削減や一部業務の見直しに伴って、減額となっている。	その他特記事項	--
--------	------------------------------------	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	エシカル消費の普及・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）			
アウトプット	活動目標	消費者庁HPでのエシカル消費の啓発資材等の掲載	活動指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(人)	48,000	53,000	53,000
	活動実績／成果実績(人)	532,341	34,413	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の啓発資材をより活用してもらうことで、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ることによって、エシカル消費に関する認知度も増加することにつながる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。			
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回） 【その他の成果指標】 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4% 令和6年度 消費者市民社会の認知度 24.8%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	--
	達成率(%)	91.6	85.6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することは、エシカル消費を実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。			

中期アウトカム	成果目標	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	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	27.6	28.6	--
	達成率(%)	86.3	89.4	--

↓ 後続アウトカム へのつながり	エシカル消費を実践する意向のある消費者が増加することは、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たため、本指標を長期アウトカムに設定した。
------------------------	---

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	75	75.8	--
	達成率(%)	96.2	97.2	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

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）			
アウトプット	活動目標	地方公共団体、事業者及び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	活動指標	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（累計）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁エシカル消費特設サイトの取組登録数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	330	400	400
	活動実績／成果実績(件)	383	384	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することは、エシカル消費を実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。			
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費特設サイトでの事業者、有識者等の取組事例記事の増加	成果指標	エシカル消費特設サイトでの事業者、有識者の取組事例等取材記事数（年度ごとの掲載記事数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁エシカル消費特設サイトの掲載記事数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	15	15	15
	活動実績／成果実績(%)	11	15	--
	達成率(%)	73.3	100	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費特設サイトでの事業者、有識者による取組事例等の取材記事を掲載することにより、エシカル消費の認知度が増加することにつながると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。			

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回） 【その他の成果指標】 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4% 令和6年度 消費者市民社会の認知度 24.8%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	--
	達成率(%)	91.6	85.6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することが、意識だけでなく実際に行動に移す消費者を増加することにつながることを考えたため、本指標を長期アウトカムを設定した。
-----------------	---

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	75	75.8	--
	達成率(%)	96.2	97.2	--

アクティビティからの発現経路 103-203-301-401-501

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				
アウトプット	活動目標	エシカル消費特設サイトでの情報発信		活動指標	エシカル消費特設サイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁エシカル消費特設サイトのアクセス数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		2024年度	
	当初見込み／目標値(件)	260,000		7,200,000	
	活動実績／成果実績(件)	313,210		5,107,392	
↓ 後続アウトカムへのつながり	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アクセス数が増加することにより、エシカル消費の認知度が増加することにつながると考え、本指標を短期アウトカムに設定した。				
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する		成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回） 【その他の成果指標】 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4% 令和6年度 消費者市民社会の認知度 24.8%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	32		32	
	活動実績／成果実績(%)	29.3		27.4	
	達成率(%)	91.6		85.6	
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することは、エシカル消費を実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。				

中期アウトカム	成果目標	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	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	27.6	28.6	--
	達成率(%)	86.3	89.4	--

↓ 後続アウトカム へのつながり	エシカル消費を実践する意向のある消費者が増加することは、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たため、本指標を長期アウトカムに設定した。			
------------------------	---	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	75	75.8	--
	達成率(%)	96.2	97.2	--

アクティビティからの発現経路 104-204-303-403-501

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			
アウトプット	活動目標	サステナブルファッション特設サイトでの情報発信	活動指標	サステナブルファッション特設サイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁サステナブルファッション特設サイトのアクセス件数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	30,000	320,000	320,000
	活動実績／成果実績(件)	313,305	215,305	--
↓後続アウトカムへのつながり	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アクセス数が増加することで、サステナブルファッションの認知度の増加につながる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。			
短期アウトカム	成果目標	サステナブルファッションの認知度が向上する	成果指標	サステナブルファッションの認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	45	45	45
	活動実績／成果実績(%)	42.7	40.4	--
	達成率(%)	94.9	89.8	--
↓後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッションの認知度が増加することが、サステナブルファッションを実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。			
中期アウトカム	成果目標	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	成果指標	サステナブルファッションを実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績			2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		72	72	72
	活動実績／成果実績(%)		68.2	69.2	--
	達成率(%)		94.7	96.1	--
↓ 後続アウトカム 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られることから、本指標を長期アウトカムに設定した。				
長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回）	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標 と実績			2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		78	78	78
	活動実績／成果実績(%)		75	75.8	--
	達成率(%)		96.2	97.2	--

アクティビティからの発現経路 105-205-304-404-503

アクティビティ	消費者利益の擁護・増進のために消費者支援活動において顕著な功績を挙げている方の表彰を行う。			
アウトプット	活動目標	消費者利益の擁護・増進のために消費者支援活動において顕著な功績を挙げている方の募集・選定	活動指標	消費者支援功労者表彰の表彰件数（個人・団体を含み、ベスト消費者サポーター章も含む。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	45	43	40
↓ 後続アウトカムへのつながり	受賞にふさわしい候補者を選定、表彰し、その取組を消費者支援活動を行っている関係者に広く周知するため			
短期アウトカム	成果目標	消費者支援功労者表彰への推薦件数の増加	成果指標	消費者支援功労者表彰への推薦件数（個人・団体を含む）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者教育推進課にて集計
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)	80	80	100
	活動実績／成果実績(件)	79	96	89
	達成率(%)	98.8	120	89
↓ 後続アウトカムへのつながり	表彰された方の活動実績を公表することで、消費者支援活動を行っている関係者の取組の参考となり、更なる支援活動が促されるため			

中期アウトカム	成果目標	受賞者の活動実績の公表	成果指標	受賞者の実績を踏まえ、消費者支援活動が拡大すること
	定性的なアウトカムに関する成果実績	受賞者の活動実績を取りまとめ、消費者庁HPに公表	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者支援活動を行っている方の支援活動状況を網羅的かつ定量的に把握することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	受賞者の活動実績の公表を通じて、消費者支援活動の取組の増加や深化することにより、消費者の権利・利益が擁護・増進される。			
長期アウトカム	成果目標	消費者利益の擁護・増進	成果指標	消費者利益の擁護・増進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者支援功労者表彰を例年実施することにより、消費者支援活動において顕著な実績を挙げている方の活動を称えとともに、消費者支援活動に関わっている関係者の一層の奨励を促し、消費者の権利・利益の擁護・増進に寄与している。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	表彰の実施により消費者支援活動の一層の奨励を行い、消費者利益の擁護・増進を図ることが目的となるが、消費者利益の擁護・増進をどの程度図ることができたのか客観的に計測することはできず、定量的な指標を示すことが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 106-206-305-405-502

アクティビティ	毎年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及び消費者月間シンポジウムの開催）							
アウトプット	活動目標	消費者月間ポスターの作成及び配布		活動指標	消費者月間ポスターの配布数			
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--			
活動・成果目標と実績		2023年度		2024年度		2025年度		
	当初見込み／目標値(枚)	6,500		6,500		6,500		
	活動実績／成果実績(枚)	5,837		5,056		4,952		
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者月間の周知ポスターの掲示を通して消費者月間の取組への認知と興味を促し、当該年度の消費者月間統一テーマに沿った消費者月間シンポジウムへの参加者数の増加を図る。							
短期アウトカム	成果目標	消費者月間シンポジウムの開催		成果指標	消費者月間シンポジウムへの参加人数（対面・オンライン含む。）			
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者月間シンポジウムの参加登録フォームへの投稿数 ※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2022年度は関係者を対象に実施。			
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--			
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		2024年度		目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(人)	250		250		250		250
	活動実績／成果実績(人)	--		152		158		275
	達成率(%)	--		60.8		63.2		110
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者月間シンポジウムへの参加者が増加することより、消費者のみならず、地方公共団体や事業者、関係団体においても消費者月間の取組への認知や消費者問題に関する理解が深まり、地方公共団体や事業者、関係団体による消費者月間関連事業の実施を促す。							

中期アウトカム	成果目標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者及び消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数の増加	成果指標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者及び消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2023/koukyou 令和6年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2024/koukyou 令和7年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2025/koukyou/
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)	100	100	100
	活動実績／成果実績(件)	81	70	52
	達成率(%)	81	70	52

↓ 後続アウトカムへのつながり
消費者、事業者及び行政が一体となって消費者問題に関する啓発・教育等の各種事業を集中的に行うことにより、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立を支援する。

長期アウトカム	成果目標	消費者の自立の支援	成果指標	消費者の自立の支援
	定性的なアウトカムに関する成果実績	例年、時節を捉えた消費者月間統一テーマを設定し、そのテーマに関連した消費者月間の各種取組を実施することで、消費者、事業者、行政が一体となって消費者問題に関する啓発・教育等の取組を享受し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため、自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立の支援に寄与している。	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	消費者利益の擁護及び増進がどの程度図られたのか客観的に計測することはできず、定量的な指標を示すことが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

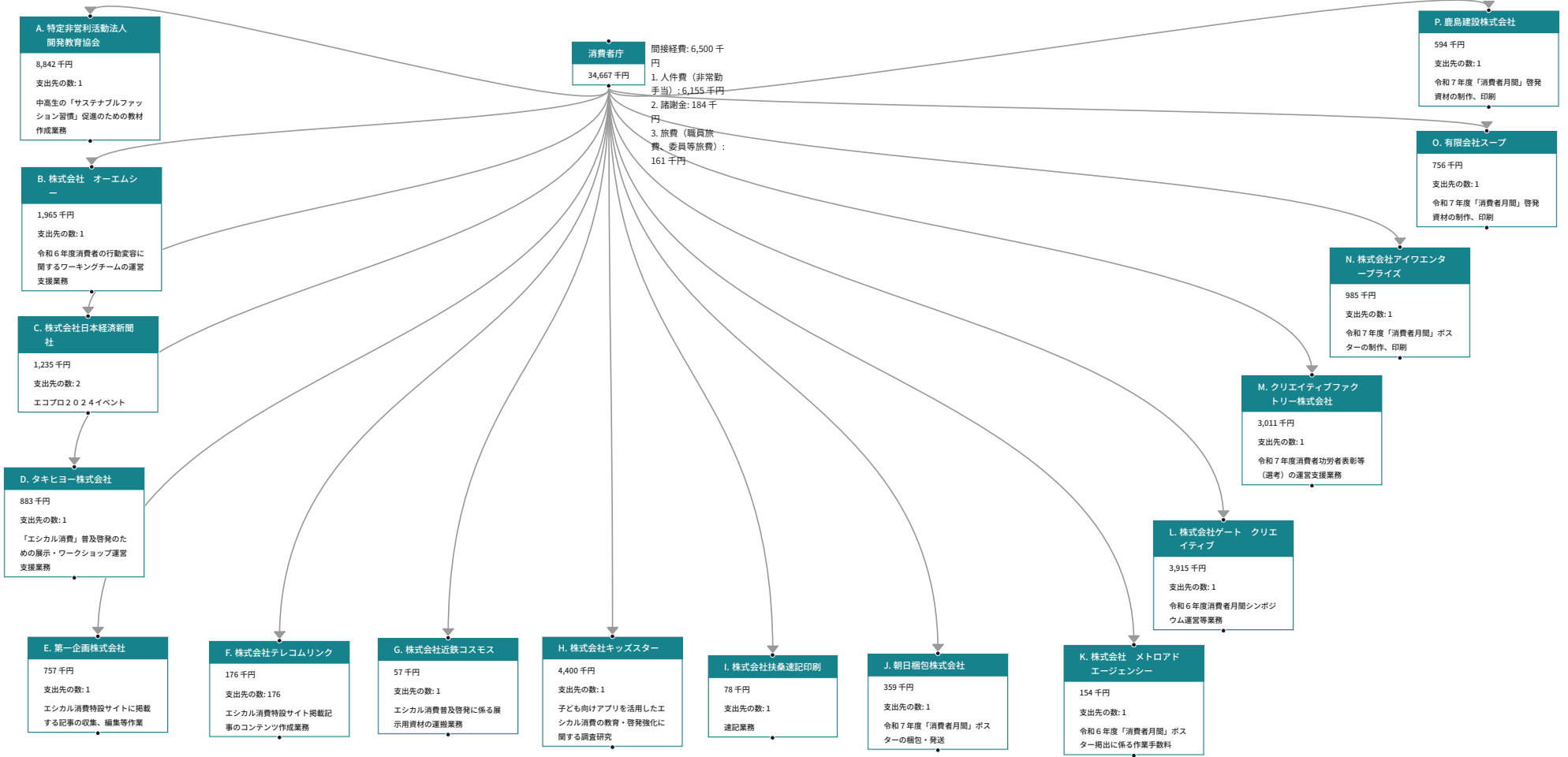
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、持続可能な社会の形成に寄与するよう、エンカル消費に関する動画等啓発資材の拡充を図るとともに、当該啓発資材を用いたイベントやワークショップを開催し、行動変容を促した。さらに、消費者庁HPやX、インスタグラム等SNSのコンテンツを作成し情報発信に努めた。特に、サステナブルファッションについては、特設サイトを設け、また中高生向けサステナブルファッション習慣促進教材の開発・公表を行うなど、サステナブルファッションの認知度の向上を図った。引き続き、イベント等の開催、情報発信に努め、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携した取組を促し、消費者市民社会の形成を図っていく必要がある。</p> <p>また、消費者支援功労者表彰においては、推薦者の募集から選定から表彰まで例年どおり実施し、消費者月間においても各自治体や公共交通機関へのポスター送付や消費者月間シンポジウムの開催を行った。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	<p>地方公共団体等への消費者教育の実施を働きかけたが、地域での講座実施率や消費生活に関する知識の正答率など目標に届かなかった指標があった。引き続き、地域での消費者教育の取組が充実・増加するよう地方公共団体への働きかけやポータルサイト等を通じた情報提供等を推進してまいりたい。また、エンカル消費やサステナブルファッションの認知度は、徐々に向上傾向にあるが、目標までは達していないため、引き続き、より効果的な普及啓発手段を検討する。</p>		
	改善の方向性	<p>エンカル消費やサステナブルファッションについて、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携し取り組めるよう、引き続き、的確な情報発信に努めるとともに、若年層向けの新教材の開発等を検討する。</p> <p>引き続きメリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努めることとする。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続きエンカル消費やサステナブルファッションの認知度の向上のため、エンカル消費の普及促進とともに、消費者への情報発信や地方公共団体や事業者等の取組への支援に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
	詳細	--	--	--
公開プロセス・秋の年次公開検証(秋のレビュー)における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 特定非営利活動法人 開発教育協会	8,842	1	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人開発教育協会	8,842	5010005007456		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務 一般競争契約（最低価格）	8,842	4	0	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 株式会社 オーエムシー	1,965	1	令和6年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社オーエムシー	1,965	9011101039249		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和6年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	1,965	4	0	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
C 株式会社日本経済新聞社	1,235	2	エコプロ2024イベント		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社日本経済新聞社	836	3010001033086			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「エコプロ2024（第26回）」展示会に係る出展使用料 随意契約（少額）	836	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社日経イベント・プロ	399	7010001195294			

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
	「エコプロ2024～トランスフォーメーション」展示会に伴う会場備品レンタル 随意契約（少額）	399	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D	タキヒヨー株式会社	883	1	「エンカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	タキヒヨー株式会社	883	7180001037793		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
	「エンカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務 随意契約（少額）	742	1	--	--
	エンカル消費の普及啓発のための～リサイクル素材ユニフォームの作製業務 随意契約（少額）	141	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	第一企画株式会社	757	1	エンカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業	
	支出先名	支出額	法人番号		
	第一企画株式会社	757	3100001004532		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由
	エンカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業 随意契約（少額）	757	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	株式会社テレコムリンク	176	176	エンカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社テレコムリンク	176	6180001049204		

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務 随意契約（少額）	176	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	株式会社近鉄コスモス	57	1	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社近鉄コスモス	57	3010001079328		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務 随意契約（少額）	57	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	株式会社キッズスター	4,400	1	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社キッズスター	4,400	6011001102514		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究 一般競争契約（総合評価）	4,400	2	0	予定確保が類推されるおそれがあるため
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
I	株式会社扶桑速記印刷	78	1	速記業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	扶桑速記印刷株式会社	78	9010001027784		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体との意見交換会における速記業務 随意契約（少額）	78	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
J 朝日梱包株式会社	359	1	令和7年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送		
支出先名	支出額	法人番号			
朝日梱包株式会社	359	9010601040880			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和7年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	342	1	--	--	
啓発パンフレットの発送に係る梱包資材の購入 随意契約（少額）	17	1	--	--	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
K 株式会社 メトロアドエージェンシー	154	1	令和6年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社メトロアドエージェンシー	154	1010401067272			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和6年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料 随意契約（少額）	154	1	--	--	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
L 株式会社ゲート クリエイティブ	3,915	1	令和6年度消費者月間シンポジウム運営等業務		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ゲート・クリエイティブ	3,915	3010501036720			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和6年度消費者月間シンポジウム運営等業務 一般競争契約（総合評価）	2,124	2	0	予定価格が類推されるおそれがあるため	
令和6年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務 一般競争契約（最低価格）	1,791	6	0	予定価格が類推されるおそれがあるため	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
M	クリエイティブファクトリー株式会社	3,011	1	令和7年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務	
支出先名		支出額	法人番号		
クリエイティブ・ファクトリー株式会社		3,011	3011301024114		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和7年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		3,011	4	0	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
N	株式会社アイワエンタープライズ	985	1	令和7年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社アイワエンタープライズ		985	1010401050798		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷 随意契約（少額）		985	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
O	有限会社スーブ	756	1	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	
支出先名		支出額	法人番号		
有限会社スーブ		756	6021002016506		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷 随意契約（少額）		756	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
P	鹿島建設株式会社	594	1	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
支出先名		支出額	法人番号		
鹿島建設株式会社		594	8010401006744		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和6年度消費者月間啓発用懸垂幕の掲出業務 随意契約（少額）		594	1	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額	
	A	特定非営利活動法人開発教育協会	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務	雑役務費	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務	8,842
	B	株式会社オーエムシー	令和6年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務	雑役務費	令和6年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務	1,965
	C	株式会社日本経済新聞社	「エコプロ2024（第26回）」展示会に係る出展使用料	雑役務費	「エコプロ2024（第26回）」展示会に係る出展使用料	836
	D	タキヒヨー株式会社	「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	雑役務費	「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	742
	E	第一企画株式会社	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業	雑役務費	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業	757
	F	株式会社テレコムリンク	エシカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務	雑役務費	エシカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務	176
	G	株式会社近鉄コスモス	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務	雑役務費	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務	57
	H	株式会社キッズスター	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究	雑役務費	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究	4,400
	I	扶桑速記印刷株式会社	消費者団体との意見交換会における速記業務	雑役務費	消費者団体との意見交換会における速記業務	78
	J	朝日梱包株式会社	令和7年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	雑役務費	令和7年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	342
	K	株式会社メトロアドエージェンシー	令和6年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料	雑役務費	令和6年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料	154
	L	株式会社ゲート・クリエイティブ	令和6年度消費者月間シンポジウム運営等業務	雑役務費	令和6年度消費者月間シンポジウム運営等業務	2,124
	M	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	令和7年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務	雑役務費	令和7年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務	3,011
	N	株式会社アイワエンタープライズ	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	印刷製本費	令和7年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	985
	O	有限会社スーブ	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	印刷製本費	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	754
	--	--	--	雑役務費	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	1

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
P	鹿島建設株式会社	令和6年度消費者月間啓発用懸垂幕の掲出業務	雑役務費	令和6年度消費者月間啓発用懸垂幕の掲出業務	594
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号		
	--	--	--		

その他備考

--

食品ロスの削減の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者教育推進課				
	作成責任者	田中誠				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000466	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(9) 食品ロスの削減の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--	主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	「食品ロスの削減の推進に関する法律」及びこれに基づく「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に基づく施策に、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として取り組むことにより、食品ロスの削減を推進する。 具体的には、消費者等への普及啓発や食品ロス削減に取り組む優良事例等の表彰の実施により、食品ロス削減に取り組む国民の割合を増やす。また、政府の食品ロス削減推進の取りまとめの立場から、食品ロス削減に関する調査を行い、今後の施策の方向性を検討するとともに、法律に基づく食品ロス削減推進会議等の運営により、関係省庁が相互に連携・協力して施策を実施する体制を整備する。				
	現状・課題	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標（433万トン→216万トン）及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標（547万トン→219万トン）の達成に向けて関係省庁と連携して施策を推進。 直近の2023年度の食品ロス量は464万トン（事業系231万トン、家庭系233万トン）と減少傾向にはあるものの、2030年度目標の達成まで事業系は残り13万トン、家庭系は残り17万トンであり、更なる施策の推進が必要なことから、2025年3月に閣議決定された第2次食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針に盛り込まれた施策の推進を図ることとしている。				
	事業の概要	上記事業の目的を達成するため、以下の取組を実施。 ○消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等）の実施 ○食品ロス削減推進表彰及び「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施 ○食品ロス削減に関する調査（諸外国等における制度に関する調査や家庭における食品ロスの実態調査等）の実施 ○食品ロス削減推進会議等の運営 ○食品寄附DX推進事業の実施				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品ロスの削減の推進に関する法律	令和元年法律第十九号	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/assets/consumer_education_cms201_250325_01.pdf			
	消費者基本計画 第4章 1. (4)	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf			
	第4次食育推進基本計画 第3 5.	https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/attach/pdf/kannrenhou-24.pdf			
実施方法	直接実施				
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL	
	--	--	--	--	
備考	--				

予算・執行

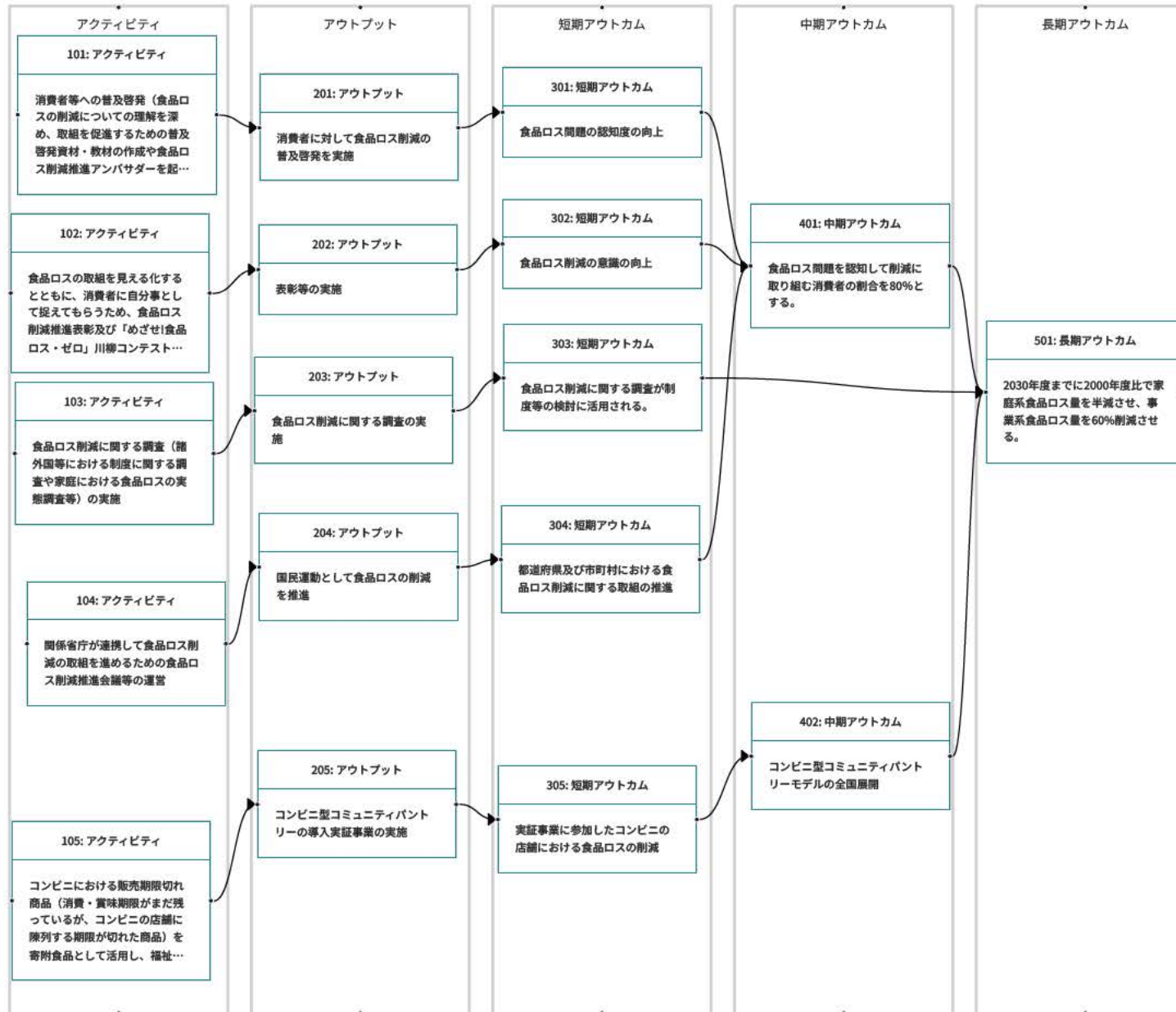
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	81,000	58,000	203,000	101,747	75,754
	当初予算	43,000	48,000	68,267	61,755	--
	補正予算	80,000	99,567	70,000	--	--
	前年度から繰越し	--	80,000	99,567	70,000	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	123,000	227,567	237,834	131,755	--
	執行額	48,000	118,988	132,328	--	--
	執行率	39%	52.3%	55.6%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	20,000	--		
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	60,009	67,162
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当		--	870	870
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費		--	686	662
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費		--	127	110
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金		--	63	104
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	--	6,846
	前年度から繰越し	--		--	70,000	--	

主な増減理由	令和8年度からフードバンク認証制度が本格運用開始予定であることを踏まえたフードバンクの認証取得支援(専門家派遣等)に係る経費を新規計上したため、増額となっている。	その他特記事項	--
--------	---	---------	----

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等）の実施				
アウトプット	活動目標	消費者に対して食品ロス削減の普及啓発を実施		活動指標	食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(枚)	10,000	10,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(枚)	70,000	80,000	45,000	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数の増加は、食品ロス問題の認知度が向上することにつながるから、本指標を短期アウトカムに設定した。				
短期アウトカム	成果目標	食品ロス問題の認知度の向上		成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回） 令和6年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	90
	活動実績／成果実績(%)	81.1	80.9	78.9	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題の認知度の向上は、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の増加につながるから、本指標を中期アウトカムに設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定（令和7年3月25日変更）」に基づき設定				

中期アウトカム	成果目標	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%とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回） 令和6年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.9	76.7	74.9	--	--	--	--	--
	達成率(%)	96.1	95.9	93.6	--	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和7年3月公表)」及び「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。</p>
--------------------	---

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

アクティビティ	食品ロスの取組を見える化するとともに、消費者に自分事として捉えてもらうため、食品ロス削減推進表彰及び「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施				
アウトプット	活動目標	表彰等の実施		活動指標	「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの応募件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み/目標値(件)	6,000	10,000	15,000	16,000
	活動実績/成果実績(件)	13,708	19,717	19,201	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁が優良事例の普及啓発を行うことや、消費者庁が実施した表彰に消費者が自ら取り組むことは、食品ロス問題の認知度の向上につながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。				
短期アウトカム	成果目標	食品ロス削減の意識の向上		成果指標	川柳コンテスト参加により食品ロス削減の意識が高まったと回答した者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績/目標/見込みの根拠として用いた統計・データ名(出典)	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み/目標値(%)	--	--	100	100
	活動実績/成果実績(%)	97.7	97.1	98.3	--
	達成率(%)	--	--	98.3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減の意識の向上は、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の増加につながることから、本指標を中期アウトカムに設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針(令和2年3月31日閣議決定(令和7年3月25日変更))」に基づき設定				

中期アウトカム	成果目標	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%とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回） 令和6年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.9	76.7	74.9	--	--	--	--	--
	達成率(%)	96.1	95.9	93.6	--	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和7年3月公表)」及び「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。</p>
--------------------	---

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-501

アクティビティ	食品ロス削減に関する調査（諸外国等における制度に関する調査や家庭における食品ロスの実態調査等）の実施				
アウトプット	活動目標	食品ロス削減に関する調査の実施		活動指標	諸外国等調査の調査箇所数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(箇所)	16	5	2	5
	活動実績／成果実績(箇所)	15	5	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減に関する調査を実施することは、食品ロス削減に関する調査の制度等の検討への活用につながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。				
短期アウトカム	成果目標	食品ロス削減に関する調査が制度等の検討に活用される。		成果指標	食品ロス削減に関する調査の制度等への活用実績
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法制検討の基礎資料として活用した。		実績／目標／見込み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目標を設定している理由	調査の制度等への検討状況は定量的に表すことが難しいため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	調査を実施した結果が直接食品ロス削減の効果につながるものではないため（調査結果が施策のブラッシュアップにつながり、ブラッシュアップされた施策の効果として、具体的な食品ロスの削減につながっていくもの。）。
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス削減に関する調査が制度等の検討に活用されることにより、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和7年3月公表)」及び「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。</p>				

アクティビティからの発現経路 104-204-304-401-501

アクティビティ	関係省庁が連携して食品ロス削減の取組を進めるための食品ロス削減推進会議等の運営				
アウトプット	活動目標	国民運動として食品ロスの削減を推進	活動指標	食品ロス削減推進会議、食品ロス削減推進会議幹事会、食品ロス削減関係省庁会議等の開催回数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	2	10	9	4
	活動実績／成果実績(回)	2	8	9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減推進会議の下、関係省庁が食品ロス削減に関する施策を実施することは、都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進につながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。				
短期アウトカム	成果目標	都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進	成果指標	都道府県及び市町村における食品ロス削減推進計画の策定数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	--	315	363
	活動実績／成果実績(自治体)	207	279	331	--
	達成率(%)	--	--	105.1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進は、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の増加につながることから、本指標を中期アウトカムに設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。				

中期アウトカム	成果目標	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%とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回） 令和6年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.9	76.7	74.9	--	--	--	--	--
	達成率(%)	96.1	95.9	93.6	--	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和7年3月公表)」及び「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。</p>
--------------------	---

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 105-205-305-402-501

アクティビティ	コンビニにおける販売期限切れ商品（消費・賞味期限がまだ残っているが、コンビニの店舗に陳列する期限が切れた商品）を寄附食品として活用し、福祉情報とも連携したアプリや保管設備の導入を支援する、コンビニ型コミュニティパントリーモデルの構築及び全国展開			
アウトプット	活動目標	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業の実施	活動指標	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業に参加するコンビニ店舗数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	※実証事業は2025年度から実施するため、2024年度実績値は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(コンビニ店舗数)	--	--	3
	活動実績／成果実績(コンビニ店舗数)	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	必要な食べ物を十分に入手することができない方々が時間や人目を気にせず、都合が良い時に未利用食品を取りに行ける拠点を整備することにより、実証事業に参加したコンビニ店舗における事業系食品ロスのより一層の削減への寄与が期待できることから、本指標を短期アウトカムに設定した。			
短期アウトカム	成果目標	実証事業に参加したコンビニの店舗における食品ロスの削減	成果指標	実証事業に参加したコンビニ店舗における通常時と比較した場合の食品廃棄に係る削減率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ ※実証事業は2025年度から実施するため、2024年度実績値は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	50
	活動実績／成果実績(%)	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業の有効性が示されると、全国の地域における同様の取組の後押しにつながるため、本指標を中期アウトカムに設定した。			

中期アウトカム	成果目標	コンビニ型コミュニティパントリーモデルの全国展開			成果指標	コンビニ型コミュニティパントリーを導入した自治体数		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ ※実証事業は2025年度から実施するため、2024年度実績値は記載不可。		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		

活動・成果目標と実績		2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	3	--	--	--	--	20
	活動実績／成果実績(自治体)	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>コンビニ型コミュニティパントリーモデルの全国への波及は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和7年3月公表)」及び「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。</p>							
--------------------	--	--	--	--	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。			成果指標	食品ロス量		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		

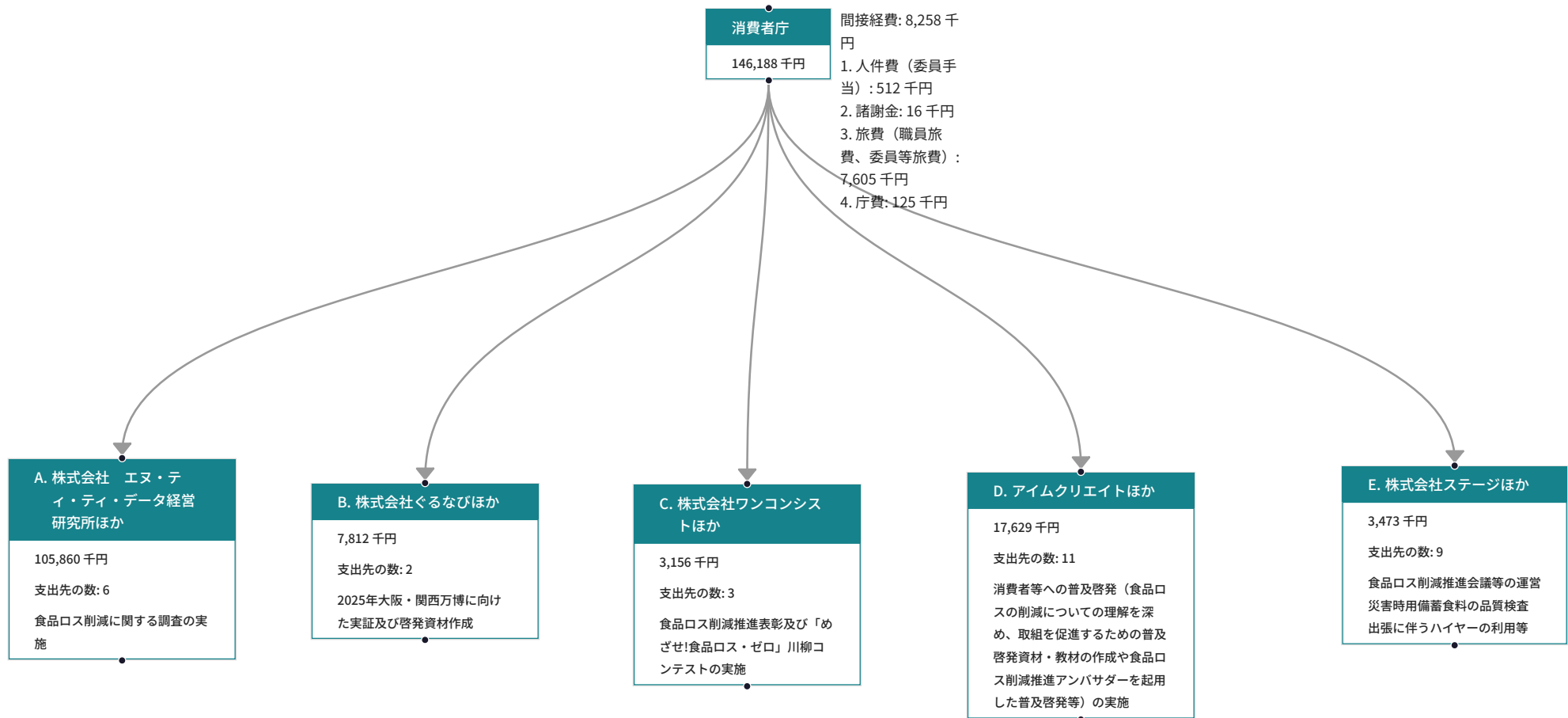
活動・成果目標 と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度	
	当初見込み/ 目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	435
	活動実績/ 成果実績(万t)	472	464	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和7年3月25日変更）									
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/assets/consumer_education_cms201_250325_01.pdf									
	該当箇所	P19									

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	各種コンテストの実施、10月の食品ロス削減月間の啓発ポスターの作成に加えて、全国のコンビニエンスストアと連携した「てまどり」キャンペーンを実施するなど全国規模での普及啓発を展開。さらに、食品ロス削減に取り組む企業や消費者を増やすために「食品ロス削減自主宣言」及び「食品ロス削減推進サポーター」制度を実施するとともに、諸外国における食品の期限表示制度や我が国における食品寄附に係る実態調査も実施し、食品ロス削減に関する制度的な課題等にも対応した。これらの取組を通じて「2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる」及び「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%とする」目標の達成を図っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	食品寄附や食べ残しの持ち帰りを促進するための枠組みづくりを推進するとともに、メリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努める。また、企業とのタイアップなどの非予算事業の強化にも着手する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。なお、一般競争入札による一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	可能な範囲内で、一者応札の要因を分析し、必要な見直し等を行いたい。			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 株式会社 エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所ほか	105,860	6	食品ロス削減に関する調査の実施	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	82,500	1010001143390		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	共通API等を用いた地域単位での食品寄附データ統合に向けた調査・実証事業 一般競争契約（総合評価）	82,500	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	有限責任監査法人トーマツ	15,400	5010405001703		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品寄附及び食べ残し持帰り促進のための枠組み調査・検討業務 一般競争契約（総合評価）	15,400	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	クオン株式会社	4,000	4010401056883		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	オンライン・コミュニティを活用した食品ロス削減推進及びエシカル消費推進のための調査業務 一般競争契約（総合評価）	4,000	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	2,860	3010401011971			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量に関する調査業務（データ取りまとめ） 一般競争契約（総合評価）	2,860	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先名	支出額	法人番号			

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
弁護士 石崎冬貴		770	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「持ち帰りの際及び持ち帰った後の注意事項」に関する判例調査 随意契約（少額）	770	1	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
弁護士 佐藤光子		330	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	食品寄附ガイドライン合意書リーガルチェック業務 随意契約（少額）	330	1	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
B 株式会社ぐるなびほか		7,812	2	2025年大阪・関西万博に向けた実証及び啓発資材作成		
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ぐるなび		5,128	1010001034565		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	2025年大阪・関西万博に向けた食品ロス削減実証事業 一般競争契約（総合評価）		4,928	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	万博用食品ロス削減啓発資材のデザイン制作業務 随意契約（少額）		200	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	アイムクリエイト		2,684	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	万博用食品ロス削減啓発資材の印刷業務 随意契約（少額）		2,484	1	--	--
万博用食品ロス削減啓発ポスターの印刷業務 随意契約（少額）		200	1	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
C 株式会社ワンコンシストほか	3,156	3	食品ロス削減推進表彰及び「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ワンコンシスト	1,597	8010001110590			
契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業 一般競争契約(最低価格)	1,597	6	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先名	支出額	法人番号			
Three合同会社	1,485	5010403011530			
契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト受賞作品のポスター制作業務 随意契約(少額)	957	1	--	--	
食品ロス削減推進表彰の応募促進ポスター・チラシのデザイン制作業務 随意契約(少額)	528	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社弘周舎	74	1010001016381			
契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	
「食品ロス削減推進表彰」の賞状筆耕 随意契約(少額)	74	1	--	--	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D アイムクリエイトほか	17,629	11	消費者等への普及啓発(食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等)の実施		
支出先名	支出額	法人番号			
アイムクリエイト	6,993	9999999999999			
契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策/落札率非公開の理由	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	食品ロス削減ガイドブックの印刷 随意契約（少額）	2,420	1	--	--
	食の環（わ）ピンバッチの追加製作 随意契約（少額）	1,815	1	--	--
	食の環（わ）ピンバッチ等の製作 随意契約（少額）	1,043	1	--	--
	「食べもののムダをなくそうプロジェクト」に係る啓発用チラシの印刷業務 随意契約（少額）	899	1	--	--
	10月食品ロス削減月間ポスター・食品ロス削減啓発ポスターの印刷 随意契約（少額）	816	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
吉本興業株式会社		4,235	2120001126730		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品ロス削減推進アンバサダーを起用した家庭系食品ロス削減啓発冊子データ制作業務 随意契約（少額）		2,420	1	--	--
食品ロス削減推進アンバサダーを起用した10月食品ロス削減月間の周知啓発の強化業務 随意契約（少額）		990	1	--	--
食品ロス削減推進アンバサダー活動業務 随意契約（少額）		825	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
Three 合同会社		1,309	5010403011530		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品ロス削減ガイドブックのデータ更新業務 随意契約（少額）		528	1	--	--
食品ロス削減ガイドブックのデータ更新業務 随意契約（少額）		385	1	--	--
食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量の啓発資料のデータ作成 随意契約（少額）		198	1	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	「食の環（わ）」プロジェクトのマークのデータ更新 随意契約（少額）	198	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社文響社		1,082	5010401087309		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
小学生向け食品ロス削減啓発冊子の増刷業務 随意契約（少額）		1,082	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社タウン情報全国ネットワーク		946	7010001022168		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
地域情報誌における食品ロス削減の普及啓発業務 随意契約（少額）		946	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社太陽美術		763	6010601003790		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品ロス削減の啓発用エコバッグの作製業務 随意契約（少額）		763	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社テレコムリンク		726	6180001049204		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品ロス削減ガイドブック及び啓発冊子のデジタルブック化業務 随意契約（少額）		528	1	--	--
食品ロス削減特設サイト用掲載画像の作成業務 随意契約（少額）		198	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社		720	9010601040880		

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	10月食品ロス削減月間ポスター及び食品ロス削減啓発ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	543	1	--	--
	食品ロス削減啓発冊子「食品ロス削減ガイドブック」の梱包発送 随意契約（少額）	177	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ジェイアール東日本企画		645	7011001029649		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「令和6年度食品ロス削減月間」ポスターデジタルサイネージ掲載 随意契約（少額）	645	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社メトロアドエージェンシー		154	1010401067272		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「令和6年度食品ロス削減月間」ポスター貼りに係る作業手数料 随意契約（少額）	154	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社サイマル・インターナショナル		56	6010001109206		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン～SDGs目標達成に向けて～」参考チラシの翻訳（英語、中国語、韓国語） 随意契約（少額）	56	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	株式会社ステージほか	3,473	9	食品ロス削減推進会議等の運営 災害時用備蓄食料の品質検査 出張に伴うハイヤーの利用等	
支出先名		支出額	法人番号		

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
株式会社ステージ	2,576	3013301015869			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和6年度食品ロス削減推進サポーター育成オンライン講座の運営業務 随意契約（少額）	968	1	--	--	
食品ロス削減推進会議のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	858	1	--	--	
食品ロス削減推進サポーター向けフォローアップ研修オンライン運営業務 随意契約（少額）	750	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
公益社団法人日本食品衛生協会	211	3011005000122			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「非常用・備蓄用 長期保存パックご飯」等の品質検査 随意契約（少額）	211	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
岡山交通株式会社	201	9260001000972			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
自見大臣の岡山県内視察出張に伴うハイヤーの利用 随意契約（少額）	201	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
万代タクシー株式会社	179	1110001004616			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
自見大臣のフードバンクつばめ等の視察出張に伴うハイヤーの利用 随意契約（少額）	179	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社サイマリンガル	143	2010001106108			

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品ロス削減に関するOECD会合（ウェブ会議）に関わる通訳業務及び業務に伴う二次利用 随意契約（少額）	143	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人		78	99999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自見大臣フランス・イギリス出張（4月28日～5月2日）における日本企業関係者との意見交換に係る経費の使用及び立替払 随意契約（少額）	78	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ビジョン		50	9011101033243		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	海外出張におけるWi-Fi機器のレンタル及び通信サービスの利用 （令和6年4月出張）イギリス 随意契約（少額）	38	1	--	--
	海外出張におけるWi-Fi機器のレンタル及び通信サービスの利用 （令和6年7月出張）韓国 随意契約（少額）	12	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
阪急阪神マーケティングソリューションズ株式会社		27	9120001226128		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	第19回食育推進全国大会におけるオプション備品レンタル料 随意契約（少額）	27	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
大和リース株式会社		8	4120001077476		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自見大臣の岡山県内視察出張に伴う会議室の利用 随意契約（少額）	8	1	--	--

費目・用途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	用途	金額	
	A	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	共通API等を用いた地域単位での食品寄附データ統合に向けた調査・実証事業	雑役務費	共通API等を用いた地域単位での食品寄附データ統合に向けた調査・実証事業	82,500
	B	株式会社ぐるなび	2025年大阪・関西万博に向けた食品ロス削減実証事業	雑役務費	2025年大阪・関西万博に向けた食品ロス削減実証事業	4,928
	C	株式会社ワンコンシスト	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業	雑役務費	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業	1,597
	D	アイムクリエイト	食品ロス削減ガイドブックの印刷	雑役務費	食品ロス削減ガイドブックの印刷	2,420
	E	株式会社ステージ	令和6年度食品ロス削減推進サポーター育成オンライン講座の運営業務	雑役務費	令和6年度食品ロス削減推進サポーター育成オンライン講座の運営業務	968

国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--