

インターネット通信販売等適正化事業

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 取引対策課				
	作成責任者	遠藤幹夫				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000477	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	(19) インターネット通信販売等適正化事業		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	特定商取引を公正にし、及び購入者等が受ける可能性のある損害を防止するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査及び執行のための基礎的かつ重要な資料作成を行うことを目的とする。				
	現状・課題	インターネット等を利用した通信販売について、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的・効率的に対応するため、本事業において特定商取引法の遵守状況を調査し、違反と特定された事例に対して、法と証拠に基づき厳正かつ適切に対処している。ネット通販事業者の販売手法が複雑化している中で、より個別性の高い誘引・広告手法が用いられるなど、調査・検証の困難度が増している。				
	事業の概要	特定商取引法の違反事業者に対する行政指導や行政処分等の要否を検討するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査業務の一部を外部に委託する。				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分	
	特定商取引に関する法律	昭和五十一年法律第五十七号	第十一条	--	--	
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3年6月15日改定）	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（令和5年6月13日改定）重点項目2	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

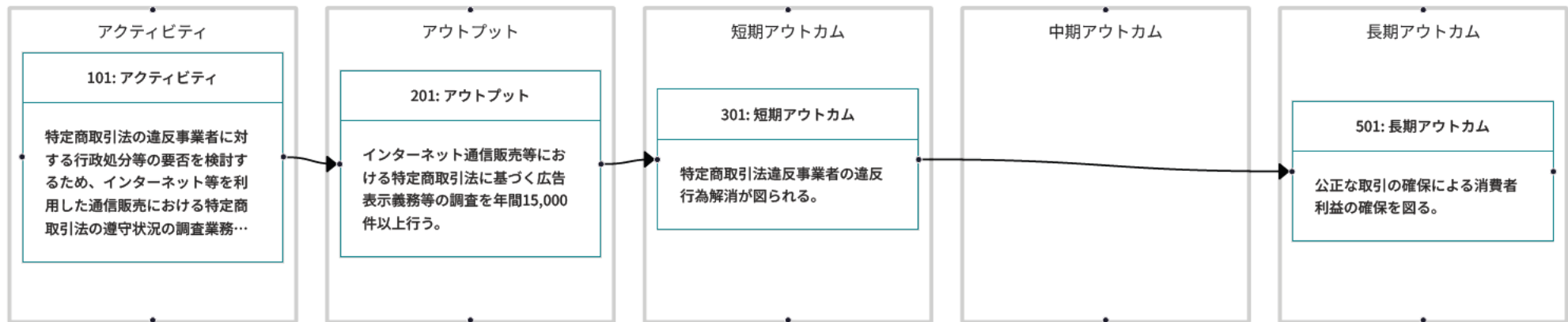
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		88,000	83,000	51,000	58,000	54,767
	当初予算		83,000	51,000	51,072	58,000	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		83,000	51,000	51,072	58,000	--
	執行額		51,000	51,072	51,072	--	--
	執行率		61.4%	100.1%	100%	--	--

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			58,000	54,767

主な増減理由		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	特定商取引法の違反事業者に対する行政処分等の要否を検討するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査業務の一部を外部に委託する。				
アウトプット	活動目標	インターネット通信販売等における特定商取引法に基づく広告表示義務等の調査を年間15,000件以上行う。		活動指標	インターネット通信販売等適正化事業の調査業務委託先による特定商取引法に基づく総調査数
	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）	--
	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)	15,000	15,000	15,000	15,000
	活動実績／成果実績(件)	18,335	15,052	14,523	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	総調査数のうち特定商取引法違反のおそれがある事例について委託業者から報告を受けた後、消費者庁において同法の違反の該当性について適正な調査を行い、注意喚起等必要な措置を検討、実施。				
短期アウトカム	成果目標	特定商取引法違反事業者の違反行為が解消が図られる。		成果指標	調査業務委託先からの報告を基に、消費者庁から販売事業者等に対して行った注意喚起の件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2020年度1105件 2021年度1340件 2022年度668件 2023年度1552件 2024年度1457件		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	注意喚起の件数は様々な要素によって決定されており、直接的に事業の成果の大小を表すものではないため。		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	調査結果を基に実施した注意喚起により事業者の違反行為の解消が図られることを期待。				
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。		成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。		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	公正な取引の確保による消費者利益の確保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	令和6年度は、インターネット通信販売等の広告表示等について14,523件のモニタリング調査を行い、委託事業からの報告を受けて消費者庁は、特定商取引法に基づき、通信販売事業者に対して、外部委託による調達も有効に活用しながら、国として1,457件の注意喚起（前年度1,552件）を行った。この結果、インターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の拡大を適切に防止することができた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	短期アウトカムの注意喚起については年度の目標数を設定しているわけではないが、注意喚起によりインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の拡大を適切に防止することができた。		
	改善の方向性	引き続き、インターネット通信販売等について必要な調査を行い、特定商取引法の厳正な執行によるインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の防止を図る。		
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	一般競争入札（総合評価）における一者応札解消のため、仕様書や技術等評価項目の見直し、業務の実施期間を十分に確保するなど複数の応札者が見込めるよう検討された。
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	仕様書・技術等評価項目の見直しや、業務実施期間の十分な確保などにより、競争性の確保を図ってまいりたい。			
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

51,072 千円

A. イー・ガーディアン株式
会社

51,072 千円

支出先の数: 1

委託事業に係る調査実施や人
材・経理等の全体管理、工程管
理等

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	イー・ガーディアン株式会社	51,072	1	委託事業に係る調査実施や人材・経理等の全体管理、工程管理等	
	支出先名		支出額	法人番号		
	イー・ガーディアン東北株式会社		46,839	7370001021927		
	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
	インターネット通信販売等適正化事業の業務に係る再委託 その他(再委託)		46,839	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	イー・ガーディアン株式会社		4,233	2010401066249		
	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
インターネット通信販売等適正化事業 一般競争契約（総合評価）		4,233	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため ※2023年度からの契約	
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	イー・ガーディアン東北株式会社	インターネット通信販売等適正化事業の業務に係る再委託	委託調査費	(再委託) 特定商取引法の広告表示義務の遵守状況等に係る調査・分析	
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

--

消費者取引の対策

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 取引対策課				
	作成責任者	遠藤幹夫				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000478	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	(20) 消費者取引の対策		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	特定商取引法及び預託法を適切に執行し、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等の規制対象取引に係る法違反行為に厳正かつ適切に対処することにより、取引の公正の確保及び消費者被害の防止を図る。				
	現状・課題	訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等について、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的・効率的に対応するため、本事業において違反と特定された事例に対して、特定商取引法及び預託法に基づき厳正かつ適切に対処している。				
	事業の概要	消費者を取り巻く商取引の形態や手法の変化を的確に捉え、消費者被害の発生を防止するための方策を検討する調査等を行う。また、特定商取引法等の所管法令に基づき、地方経済産業局と一丸となって、違反事業者に対する行政処分（業務停止命令・指示、その取締役らに対する業務禁止命令）等の法執行を厳正かつ適切に行う。				
	事業概要URL	https://www.no-trouble.caa.go.jp/				
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分	
	特定商取引に関する法律	昭五十一法律第五十七号	--	--	--	
	預託等取引に関する法律	昭六十一法律第六十二号	--	--	--	
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3年6月15日改定）	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（令和5年6月13日改定）重点項目2	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	--			

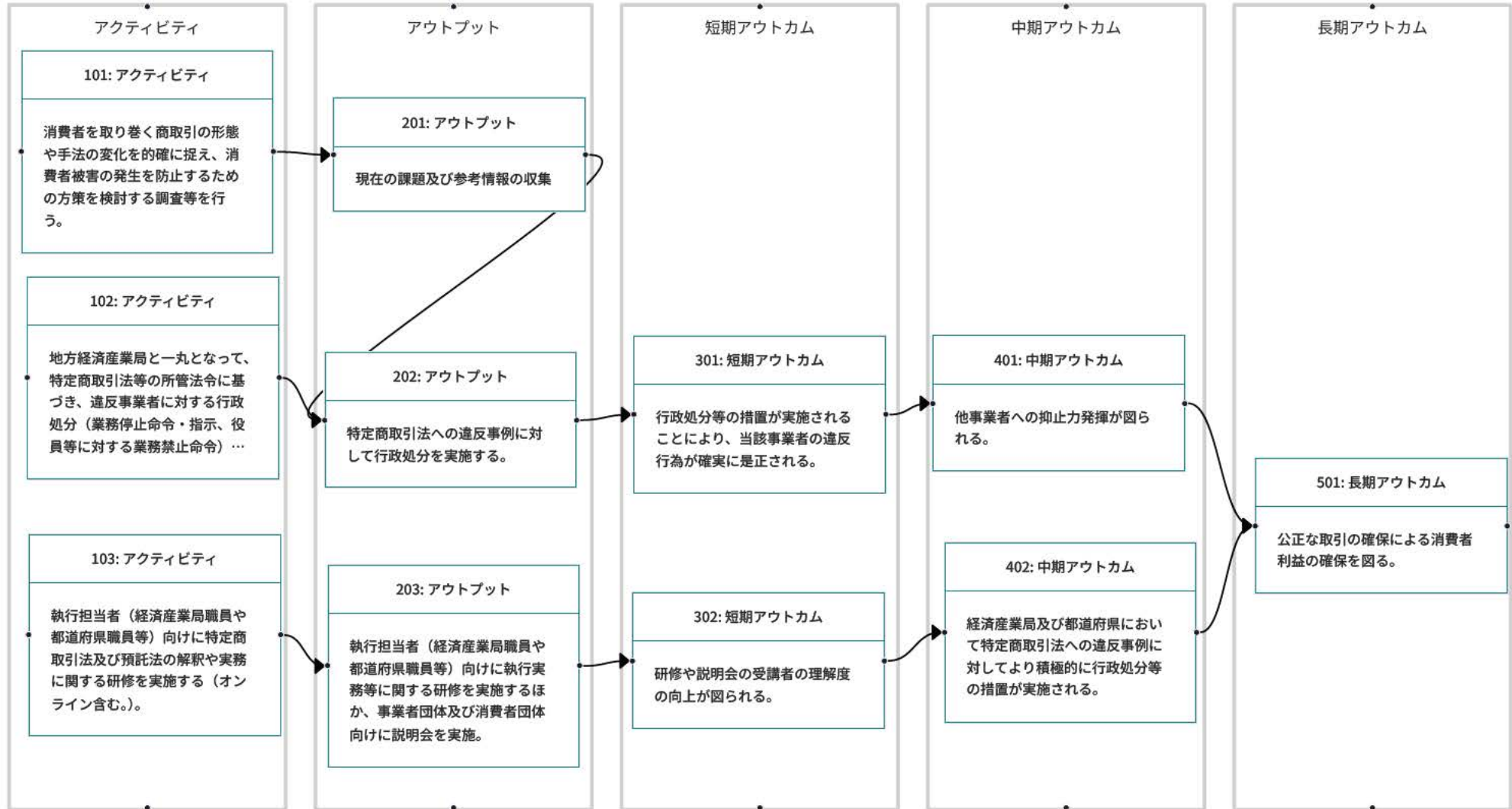
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	123,268	146,295	169,063	152,719	176,111
	当初予算	158,029	179,640	167,997	157,642	--
	補正予算	35,000	34,632	129,735	--	--
	前年度から繰越し	--	35,000	34,632	129,735	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	193,029	249,272	332,364	287,377	--
	執行額	124,000	187,884	160,478	--	--
	執行率	64.2%	75.4%	48.3%	--	--

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	--	15,236			
		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		--	115,691	115,336
		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		--	27,548	46,297
		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		--	8,666	8,666
		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		--	5,011	5,011
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	726	801
		前年度から繰越し	--		--	129,735	--
主な増減理由	--			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 101-201-202-301-401-501

アクティビティ	消費者を取り巻く商取引の形態や手法の変化を的確に捉え、消費者被害の発生を防止するための方策を検討する調査等を行う。				
アウトプット	活動目標	現在の課題及び参考情報の収集	活動指標	収集した情報の執行への活用	
	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	--	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(--)		--	--	
	活動実績／成果実績(--)		--	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	現在の課題及び参考情報の収集により得られた知見を執行に活用することにより違反事例に対する行政処分等の措置を適切に実施。				
アウトプット	活動目標	特定商取引法への違反事例に対して行政処分を実施する。	活動指標	国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分件数	
	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)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	34	95	69	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	違反事業者に対して行政処分等の措置を実施することにより、措置の対象となった違反行為の確実な是正が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	行政処分等の措置が実施されることにより、当該事業者の違反行為が確実に是正される。	成果指標	違反行為の解消	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分等の措置を実施した結果、違反行為が是正された。	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	違反行為の解消は事件ごとに様々であり、定量的に示す指標を設定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	特定商取引法に基づき実施した個別事案の行政処分について消費者庁ホームページ等において公表する。			
中期アウトカム	成果目標	他事業者への抑止力発揮が図られる。	成果指標	抑止効果による消費者被害の未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	抑止効果による消費者被害の未然防止が図られた。	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	抑止効果によってどの程度、消費者被害防止につながったか、定量的に示す指標を設定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	他事業者への抑止効果によって、消費者被害が防止されると、公正な取引が確保される。			
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	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	公正な取引の確保による消費者被害の防止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 102-202-301-401-501

アクティビティ	地方経済産業局と一丸となって、特定商取引法等の所管法令に基づき、違反事業者に対する行政処分（業務停止命令・指示、役員等に対する業務禁止命令）等の措置を厳正かつ適切に行う。				
アウトプット	活動目標	特定商取引法への違反事例に対して行政処分を実施する。	活動指標	国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分件数	
	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)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	34	95	69	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	違反事業者に対して行政処分等の措置を実施することにより、措置の対象となった違反行為の確実な是正が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	行政処分等の措置が実施されることにより、当該事業者の違反行為が確実に是正される。	成果指標	違反行為の解消	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分等の措置を実施した結果、違反行為が是正された。	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	違反行為の解消は事件ごとに様々であり、定量的に示す指標を設定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	特定商取引法に基づき実施した個別事案の行政処分について消費者庁ホームページ等において公表する。				
中期アウトカム	成果目標	他事業者への抑止力発揮が図られる。	成果指標	抑止効果による消費者被害の未然防止	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	抑止効果による消費者被害の未然防止が図られた。	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	抑止効果によってどの程度、消費者被害防止につながったか、定量的に示す指標を設定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	他事業者への抑止効果によって、消費者被害が防止されると、公正な取引が確保される。				

長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	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	公正な取引の確保による消費者被害の防止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 103-203-302-402-501

アクティビティ	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）向けに特定商取引法及び預託法の解釈や実務に関する研修を実施する（オンライン含む。）。			
アウトプット	活動目標	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）向けに執行実務等に関する研修を実施するほか、事業者団体及び消費者団体向けに説明会を実施。	活動指標	研修の受講者数
	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）	--
	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)	300	300	300
	活動実績／成果実績(人)	751	524	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）の特定商取引法及び預託法の法解釈や執行技術に関する理解を深める。			
短期アウトカム	成果目標	研修や説明会の受講者の理解度の向上が図られる。	成果指標	研修や説明会の受講者の内容の理解度
	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）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	庁外の関係者等も受講しており、理解度の定量的な把握が困難であるため。	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	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）において特定商取引法等に基づく執行の強化が図られる。			
中期アウトカム	成果目標	経済産業局及び都道府県において特定商取引法への違反事例に対してより積極的に行政処分等の措置が実施される。	成果指標	地方経済産業局及び都道府県による特定商取引法に基づく行政処分件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2022年度70件 2023年度47件 2024年度65件	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	処分件数は様々な要素によって決定されており、直接的に事業の成果の大小を表すものではないため。	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	経済産業局及び都道府県において特定商取引法への違反事例に対してより積極的に行政処分等の措置が実施されると、違反行為が解消されて公正な取引が確保される。			

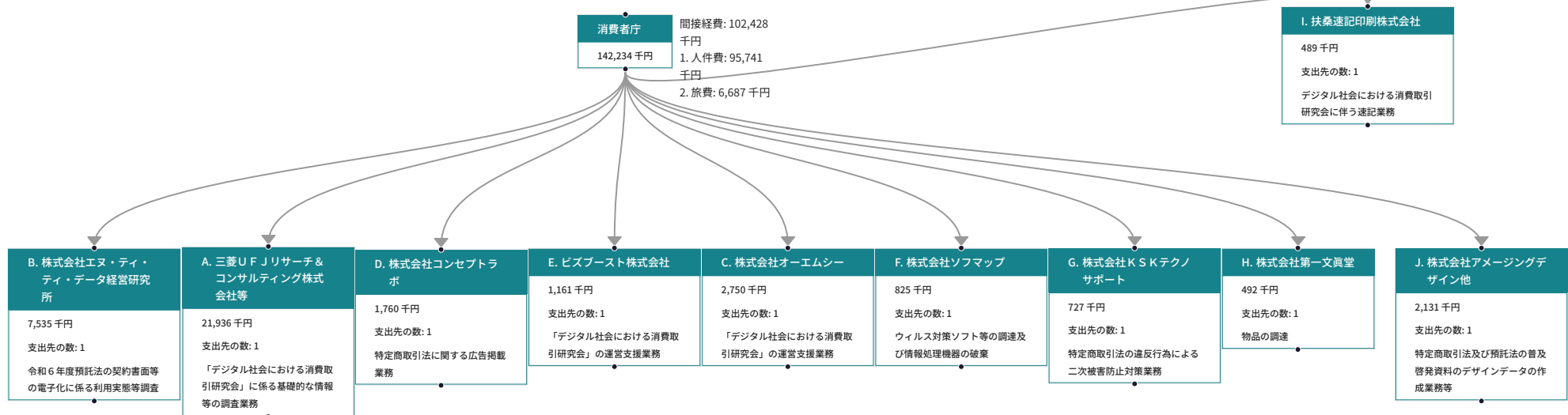
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和6年度は、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的・効率的に対応するため、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、法と証拠に基づいて厳正かつ適切に対処した。具体的には、令和6年度において、特定商取引法及び預託法に基づき、国として69件の行政処分を行った。		
	目標年度における効果測定に関する評価	行政処分については年度の目標数を設定しているわけではないが、地方経済産業局や都道府県による特定商取引法の行政処分により消費者被害を防止、低減することができた。		
	改善の方向性	引き続き、特定商取引法や預託法等の所管法令を厳正かつ適切に執行し、悪質事業者による消費者被害の防止を図る。		
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	主に一般競争入札により調達を行っているものの、一部の調達において一者応札となっている。複数者の応札がない理由を明らかにしつつ仕様書や調達時期等を工夫し、複数の応札者が見込めるように調達を検討されたい。
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	他の案件との関係で受託することが困難との理由により入札不参加となった者がみられた。仕様書や調達時期等を工夫し、競争性の確保を図ってまいりたい。			
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 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社等	21,936	1	「デジタル社会における消費取引研究会」に係る基礎的な情報等の調査業務	
	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	21,936	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
	「デジタル社会における消費取引研究会」に係る基礎的な情報等の調査業務 一般競争契約（総合評価）	21,936	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 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	7,535	1	令和6年度預託法の契約書面等の電子化に係る利用実態等調査	
	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	7,535	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
	令和6年度預託法の契約書面等の電子化に係る利用実態等調査 一般競争契約（総合評価）	7,535	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 株式会社オーエムシー	2,750	1	「デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社オーエムシー	2,750	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	
「デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	2,750	5	--	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 株式会社コンセプトラボ	1,760	1	特定商取引法に関する広告掲載業務		
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	
	株式会社コンセプトラボ	1,760	3010501040680		
	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
	特定商取引法に関する広告掲載業務 一般競争契約（最低価格）	1,760	9	--	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	ビズブースト株式会社	1,161	1	「デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	ビズブースト株式会社	1,161	9010801026259		
	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
	「デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	1,161	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	株式会社ソフマップ	825	1	ウィルス対策ソフト等の調達及び情報処理機器の破棄	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ソフマップ	825	9010001145446		
	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
	ウィルス対策ソフト等の購入 随意契約（少額）	777	1	--	--
	取引対策課所有情報処理機器の廃棄 随意契約（少額）	48	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K S Kテクノサポート	727	1	特定商取引法の違反行為による二次被害防止対策業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社K S Kテクノサポート	727	8013401002465		

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
	特定商取引法の違反行為による二次被害防止対策業務 随意契約（少額）	727	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	
H	株式会社第一文真堂	492	1	物品の調達	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社第一文真堂		492	5010401017488		
	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
	事務用椅子の購入 随意契約（少額）	237	1	--	--
	第4四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）	137	1	--	--
	第1四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）	85	1	--	--
	事務用椅子の購入 随意契約（少額）	33	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	扶桑速記印刷株式会社	489	1	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務	
支出先名		支出額	法人番号		
扶桑速記印刷株式会社		489	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
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	159	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	78	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	78	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	78	0	--	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	
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	61	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	34	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	
J	株式会社アメージングデザイン他	2,131	1	特定商取引法及び預託法の普及啓発資料のデザインデータの作成 業務等	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社アメージングデザイン		413	3011801024233		
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
特定商取引法及び預託法の普及啓発資料のデザインデータの作成 業務 一般競争契約（最低価格）		413	5	--	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		
その他		1,719	--		
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
その他 その他(その他)		1,719	--	--	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	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	「デジタル社会における消費取引研究会」に係る基礎的な情報 等の調査業務	再委託	ヒアリングのAppointmentのための英 語翻訳（再委託）	1,200
--	--	--	再委託	ヒアリングのAppointmentのための独 語翻訳（再委託）	1,250
--	--	--	再委託	ヒアリングのAppointmentのための韓 国語翻訳（再委託）	396
--	--	--	再委託	ヒアリングのための英語通訳（再委託）	450
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

--

取引デジタルプラットフォームにおける消費者利益保護等推進事業

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 取引対策課 取引デジタルプラットフォーム消費者保護室				
	作成責任者	落合英紀				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	005581	事業開始年度	2022	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	(21) 取引デジタルプラットフォームにおける消費者利益保護等推進事業		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	本事業は、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保することを目的とするものである。				
	現状・課題	令和4年5月に施行された取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（以下「法」という。）に基づき、取引デジタルプラットフォーム提供者には法第3条第1項に基づく取組、同条第2項に基づく当該取組の状況の開示の実施を促す必要がある。また、消費者が取引を行う際に取引デジタルプラットフォーム提供者による取組の開示の状況等を参照して、より積極的な取組を行っている取引デジタルプラットフォーム提供者が提供する取引デジタルプラットフォームの選択を可能とする必要がある。				
	事業の概要	本事業は、取引デジタルプラットフォーム提供者による法第3条第1項及び第2項に基づく取組を促進する観点から、法の運用状況に関する調査等を実施する。運用状況については、取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする団体、消費者団体、関係行政機関等から構成される取引デジタルプラットフォーム官民協議会（以下「官民協議会」という。官民協議会の事務局は消費者庁。）において審議する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/digital_platform/				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律	令和三年法律第三十二号		第三条、第六条、第七条	--	--
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）第4章1.（1）（取引デジタルプラットフォームにおける取引環境の整備）	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

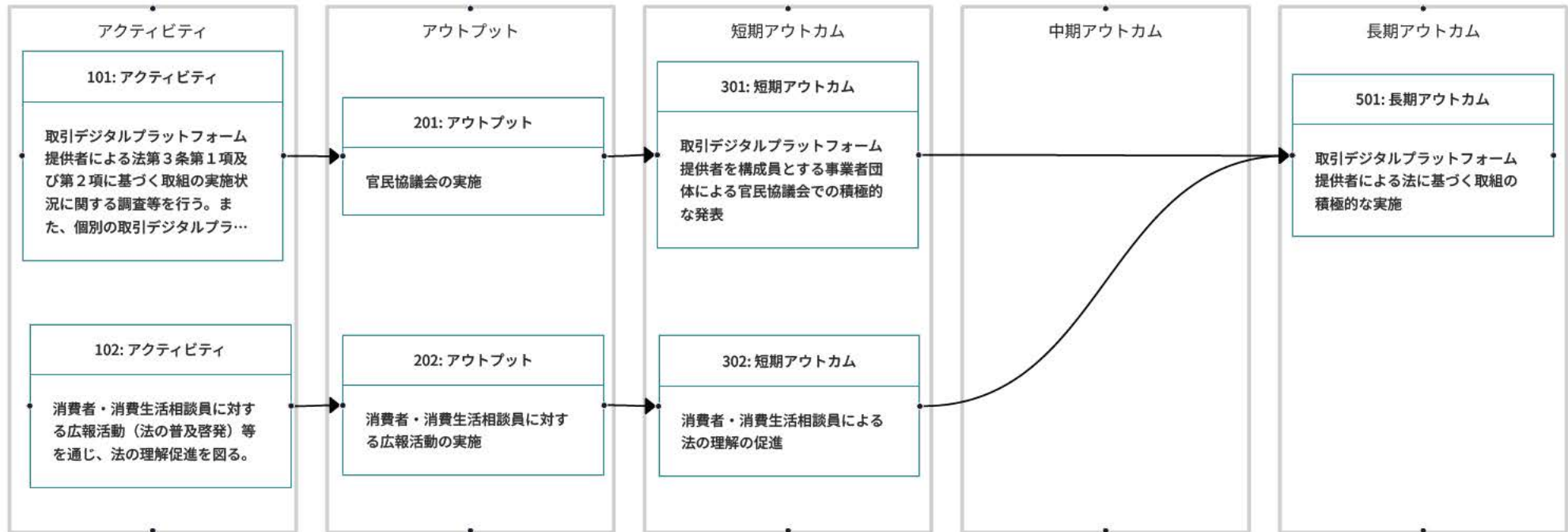
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		--	115,000	110,779	107,376	107,613
	当初予算		120,000	115,000	110,918	108,797	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		120,000	115,000	110,918	108,797	--
	執行額		88,000	63,386	88,135	--	--
	執行率		73.3%	55.1%	79.5%	--	--

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	--	92,507	91,343
		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	13,733
		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	--	2,037	1,958
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	520	579	

主な増減理由		その他特記事項
	一部事業について必要経費の見直しを行った。	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-501

アクティビティ	取引デジタルプラットフォーム提供者による法第3条第1項及び第2項に基づく取組の実施状況に関する調査等を行う。また、個別の取引デジタルプラットフォーム提供者による取組のうち、他の取引デジタルプラットフォーム提供者が参照して行うことが期待される取組（望ましい取組）の実施状況については、取引デジタルプラットフォーム提供者自身による積極的な開示を促す。 これらの取組の実施状況については、定期的に官民協議会において審議する。				
アウトプット	活動目標	官民協議会の実施		活動指標	官民協議会の開催回数
	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	2	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会は事業者団体、消費者団体、関係行政機関等が参加して公開で開催されるところ、この場において取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする事業者団体が積極的に発表を行うことによって取引デジタルプラットフォーム提供者が実施する取組の状況の共有を促す。				
短期アウトカム	成果目標	取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする事業者団体による官民協議会での積極的な発表		成果指標	官民協議会で発表を実施した取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする事業者団体の数
	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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(者)	7	7	7	7
	活動実績／成果実績(者)	6	5	6	--
	達成率(%)	85.7	71.4	85.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会における取引デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする事業者団体による積極的な発表及び他の構成員との意見交換等を通じ、取引デジタルプラットフォーム提供者が法に基づく取組の状況の自主的な開示を積極的に実施するよう促す。				

長期アウトカム	成果目標	取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく取組の積極的な実施	成果指標	法第3条第2項に基づき取組を開示している取引デジタルプラットフォーム提供者の数
	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	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(者)	7	14	14	21
	活動実績／成果実績(者)	13	13	16	--
	達成率(%)	185.7	92.9	114.3	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-501

アクティビティ	消費者・消費生活相談員に対する広報活動（法の普及啓発）等を通じ、法の理解促進を図る。				
アウトプット	活動目標	消費者・消費生活相談員に対する広報活動の実施		活動指標	消費生活相談員等向けの研修会の開催回数
	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)	1	2	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	広報の実施により、消費者・消費生活相談員による法の認知度の向上を促す。				
短期アウトカム	成果目標	消費者・消費生活相談員による法の理解の促進		成果指標	消費者による法の認知度
	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）	消費生活意識調査
	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	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	6	7.5	9	10
	活動実績／成果実績(%)	8.3	7.1	7.8	--
	達成率(%)	138.3	94.7	86.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者・消費生活相談員の認知度が向上することに伴い、消費者が取引を行う際に取り引デジタルプラットフォームにおける取組の開示の状況を参照し、取組を行っている取引デジタルプラットフォームが消費者に選択されるようになる。 これにより、取引デジタルプラットフォーム提供者が法に基づく取組の状況の自主的な開示を積極的に実施するよう促す。				

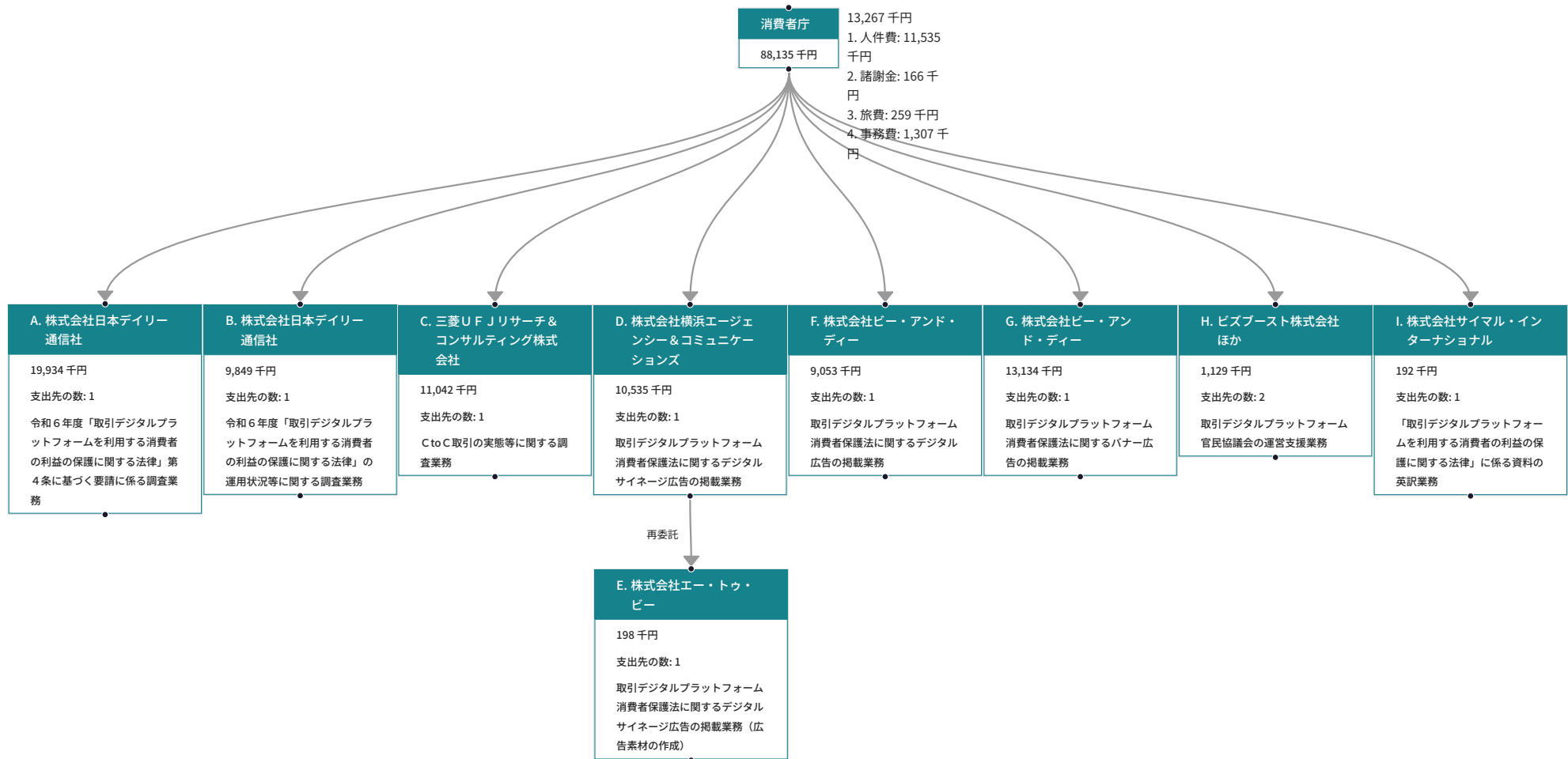
長期アウトカム	成果目標	取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく取組の積極的な実施		成果指標	法第3条第2項に基づき取組を開示している取引デジタルプラットフォーム提供者の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(者)	7	14	14	21
	活動実績／成果実績(者)	13	13	16	--
	達成率(%)	185.7	92.9	114.3	--
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	2024年度は官民協議会を2回開催（6月及び11月）し、取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく取組の状況等について審議を実施した。取引デジタルプラットフォーム提供者による取組の自主的な開示も実施されるなど、2023年度と比較しても法に基づく取組が着実に進められていると評価できる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	点検結果に記載のとおり		
	改善の方向性	2025年度においても、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売取引の適正化等に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保する観点から、引き続き、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の適切な運用に努めていく。		
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	--
	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ること。また、一般競争入札においては、原則、競争原理が働いているが、一者応札となったものについては、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	引き続き効率的・効果的な予算執行を図る。また、調達においては、一者応札となった要因を分析した上で、必要に応じて見直しを行う。			
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 株式会社日本デイリー通信社		19,934	1	令和6年度「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第4条に基づく要請に係る調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社日本デイリー通信社		19,934	7013301009883		
	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「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第4条に基づく要請に係る調査業務 一般競争契約(総合評価)		19,934	1	--	予定価格は非公表のため
	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 株式会社日本デイリー通信社		9,849	1	令和6年度「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社日本デイリー通信社		9,849	7013301009883		
	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「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務 一般競争契約(総合評価)		9,849	2	--	予定価格は非公表のため
	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 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社		11,042	1	C to C取引の実態等に関する調査業務	
	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		11,042	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
	C to C取引の実態等に関する調査業務 一般競争契約(総合評価)		11,042	4	--	予定価格は非公表のため
	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	株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ	10,535	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ		10,535	7020001024741		
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
取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）		10,535	5	--	予定価格は非公表のため
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	株式会社エー・トゥ・ビー	198	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成）	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社エー・トゥ・ビー		198	9010001012217		
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
取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成） その他(再委託)		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	株式会社ビー・アンド・ディー	9,053	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ビー・アンド・ディー		9,053	3010001071061		
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
取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）		9,053	5	--	予定価格は非公表のため
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		
G 株式会社ビー・アンド・ディー	13,134	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ビー・アンド・ディー	13,134	3010001071061			
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	
取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）	13,134	11	--	予定価格は非公表のため	
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 ビズブースト株式会社ほか	1,129	2	取引デジタルプラットフォーム官民協議会の運営支援業務		
支出先名	支出額	法人番号			
ビズブースト株式会社	990	9010801026259			
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	
取引デジタルプラットフォーム官民協議会の運営支援業務 随意契約（少額）	990	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
扶桑速記印刷株式会社	139	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	
速記業務 随意契約（少額）	139	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 株式会社サイマル・インターナショナル	192	1	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」に係る資料の英訳業務		
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	192	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	

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	
	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」に係る資料の英訳業務 随意契約（少額）	192	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	株式会社日本デイリー通信社	令和6年度「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第4条に基づく要請に係る調査業務	雑役務費	令和6年度「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第4条に基づく要請に係る調査業務	19,934
B	株式会社日本デイリー通信社	令和6年度「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務	雑役務費	令和6年度「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務	9,849
C	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	C to C取引の実態等に関する調査業務	雑役務費	C to C取引の実態等に関する調査業務	11,042
D	株式会社横浜エージェンシー&コミュニケーションズ	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務	10,535
E	株式会社エー・トゥー・ビー	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成）	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成）	198
F	株式会社ビー・アンド・ディー	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務	9,053
G	株式会社ビー・アンド・ディー	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務	13,134
H	ビズブースト株式会社	取引デジタルプラットフォーム官民協議会の運営支援業務	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム官民協議会の運営支援業務	990
I	株式会社サイマル・インターナショナル	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」に係る資料の英訳業務	雑役務費	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」に係る資料の英訳業務	192

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

--

不当表示等違反事件調査

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 表示対策課				
	作成責任者	岡田博己				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000479	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	(22) 不当表示等違反事件調査		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	本事業は、景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行うとともに、違反行為等について公表することにより、一般消費者の注意を喚起し、消費者利益を確保することを目的とする。				
	現状・課題	引き続き、景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行っていくことが必要である。				
	事業の概要	景品表示法を運用し、違反行為に対して厳正に対処する。				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	不当景品類及び不当表示防止法	昭和三十七年法律第百三十四号		--	--	--
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1（1）、2（2）①、④	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

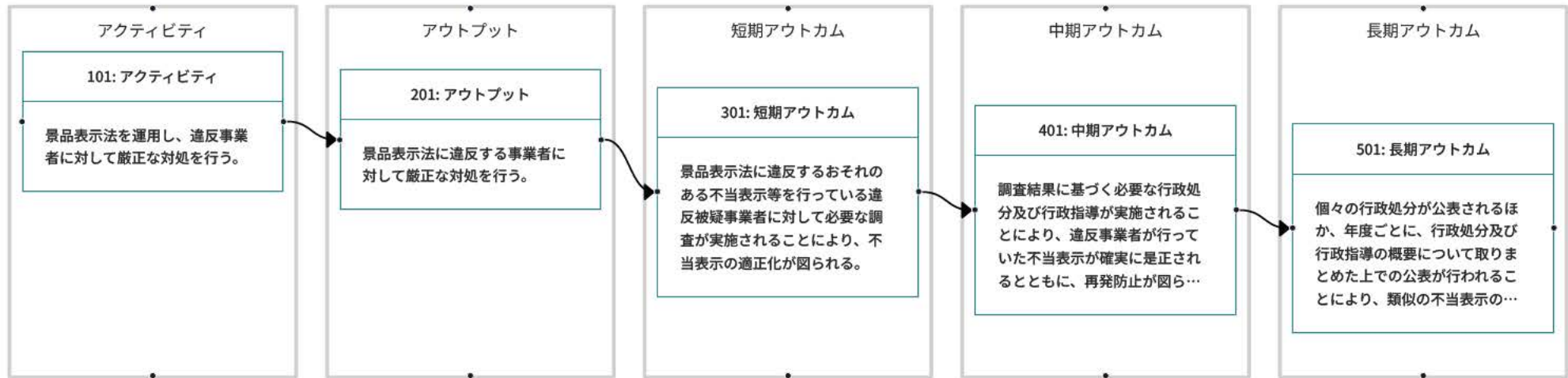
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		102,000	100,500	83,000	83,417	110,634
	当初予算		62,000	84,000	84,828	87,388	--
	補正予算		71,000	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	71,000	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		133,000	155,000	84,828	87,388	--
	執行額		47,000	119,145	75,300	--	--
	執行率		35.3%	76.9%	88.8%	--	--

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	--	27,122	--		
		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			--	62	54
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 参考人等旅費					
		当初予算			--	72,973	71,545
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費/非常勤職員手当					
		当初予算			--	352	170
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 委員等旅費					
	当初予算			--	1,068	1,176	
	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 諸謝金						
	当初予算			--	4,814	3,769	
	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 審査活動旅費						
	当初予算			--	8,119	33,920	
	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 審査活動費						

主な増減理由	インターネット上の広告における不当な表示に厳正・適切に対応するための監視・調査体制を強化するため。	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	景品表示法を運用し、違反事業者に対して厳正な対処を行う。				
アウトプット	活動目標	景品表示法に違反する事業者に対して厳正な対処を行う。		活動指標	措置命令件数、確約計画認定件数、課徴金納付命令件数及び指導件数
	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）	過去3年度分の活動実績/成果実績の平均値
	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)	237	207	180	228
	活動実績／成果実績(件)	170	141	372	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っている違反被疑事業者に対して必要な調査が実施されることにより、不当表示の適正化が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っている違反被疑事業者に対して必要な調査が実施されることにより、不当表示の適正化が図られる。		成果指標	不当表示の適正化
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和6年度においては、景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っていた違反被疑事業者に対して必要な調査を実施した。(R6：437件、R5：229件、R4：274件)		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	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、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	景品表示法に基づく調査の結果として、同法に違反する、または違反するおそれのある行為について、違反事業者に対して行政処分（措置命令及び課徴金納付命令）や行政指導が行われることにより、処分等の対象となった不当表示が確実に是正されるとともに、再発防止が図られる。				

中期アウトカム	成果目標	調査結果に基づく必要な行政処分及び行政指導が実施されることにより、違反事業者が行っていた不当表示が確実に是正されるとともに、再発防止が図られる。	成果指標	不当表示の是正及び再発防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和6年度においては、調査結果に基づき、違反事業者に対して、違反行為の差止め、違反行為の不作为命令、再発防止のために必要な措置、違反行為によって生じた一般消費者の誤認を排除するための措置など、個々の事案に応じて、不当表示の確実な是正及び再発防止に必要な措置を命じる行政処分（措置命令、確約計画の認定及び課徴金納付命令）や、行政指導を実施した。（R6：行政処分計34件、行政指導339件 R5：行政処分計56件、行政指導85件 R4：行政処分計58件、行政指導112件）	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	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、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	個々の行政処分が公表されるほか、年度ごとに、行政処分及び行政指導の概要について取りまとめた上での公表が行われることにより、類似の不当表示の適正化が図られるとともに、消費者に対する注意喚起が行われ、消費者利益が確保される。			

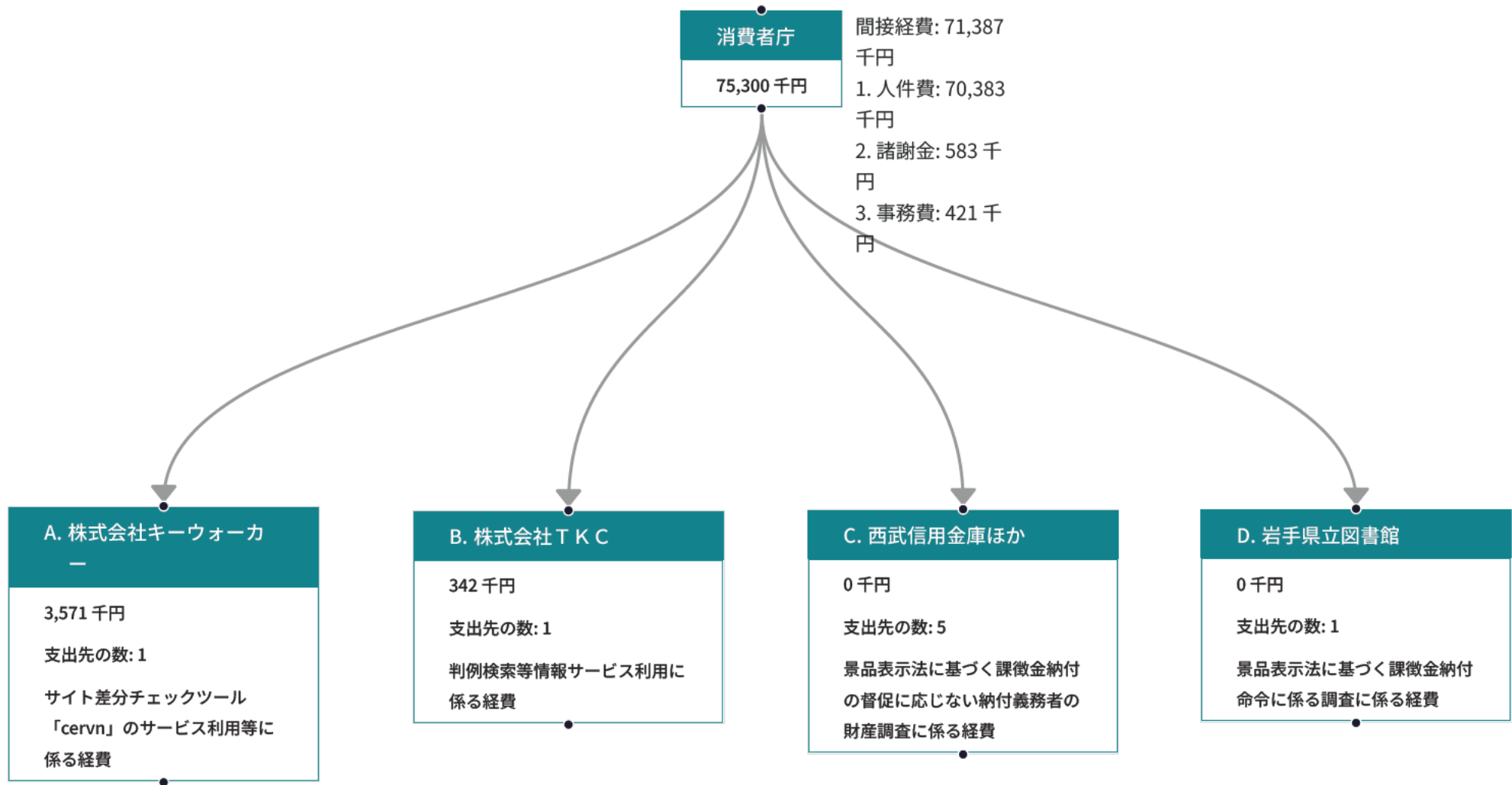
長期アウトカム	成果目標	個々の行政処分が公表されるほか、年度ごとに、行政処分及び行政指導の概要について取りまとめた上での公表が行われることにより、類似の不当表示の適正化が図られるとともに、消費者に対する注意喚起が行われ、消費者利益が確保される。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分（措置命令、確約計画の認定及び課徴金納付命令）については、いずれも処分時にその詳細について公表を行った。また、令和6年度の各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示についての適正化を図るとともに、消費者に対する注意喚起を行い、消費者利益の確保に努めた。	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	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、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>令和6年度においては、景品表示法に基づき、不当表示に対して必要な調査を実施し（437件）、調査結果に基づく行政処分（措置命令、確約計画の認定及び課徴金納付命令 計34件）及び行政指導（339件）を実施した。</p> <p>また、行政処分については、いずれも処分時にその詳細について公表を行ったほか、各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示についての適正化を図るとともに、消費者に対する注意喚起を実施した。</p> <p>これらにより、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保・消費者利益を確保するという目的の達成に十分寄与しているものとする。</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	令和7年度においても、引き続き、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保し、消費者利益を確保するため、厳正な法執行に努めていく。		
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	2023
	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。
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、一般消費者の自主的かつ合理的な選択の確保と消費者利益の確保に向けて、効果的な事業の推進を図るため、事業の必要性・効率性・有効性を検討していく。			
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 株式会社キーウォーカー	3,571	1	サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用等に係る経費	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社キーウォーカー	3,571	6010401058119		
	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
	サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用 随意契約（その他）(特命随意契約)	3,010	1	--	--
	サイト差分チェックツール「cervn」の利用者拡充 随意契約（その他）(特命随意契約)	561	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TKC	342	1	判例検索等情報サービス利用に係る経費		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社TKC	342	5060001002844			
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	
判例検索等情報サービス 随意契約（少額）	342	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		
C 西武信用金庫ほか	0	5	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費		
支出先名	支出額	法人番号			
西武信用金庫	0	2011205000146			
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	
景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の 財産調査に係る経費 随意契約（少額）	0	1	--	--	
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	
東京三協信用金庫		0	4011105001119		
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
景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）		0	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
朝日信用金庫		0	4010505000655		
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
景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）		0	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
川崎信用金庫		0	7020005008014		
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
景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）		0	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
多摩信用金庫		0	7012805000010		
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
景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）		0	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	岩手県立図書館	0	1	景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る調査に係る経費	
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		
		岩手県立図書館	0	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		
	景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る調査に係る経費 随意契約（少額）	0	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	株式会社キーウォーカー	サイト差分チェックツール「ce rvn」のサービス利用	役務費	サービス提供		3,010
	B	株式会社TKC	判例検索等情報サービス	役務費	サービス提供		342
	C	西武信用金庫	景品表示法に基づく課徴金納付 の督促に応じない納付義務者の 財産調査に係る経費	役務費	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応 じない納付義務者の財産調査に係る役務提 供		0
	D	岩手県立図書館	景品表示法に基づく課徴金納付 命令に係る調査に係る経費	役務費	景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る 調査に係る役務提供		0
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

--

表示適正化のための普及・啓発等

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 表示対策課				
	作成責任者	岡田博己				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000467	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	(23) 表示適正化のための普及・啓発等		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	景品表示法を始めとする所管法令について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援、インターネット上の表示についての監視を行うなど、違反行為の未然防止等を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。				
	現状・課題	<p>・近年、SNSを含めインターネット広告を掲載できる表示媒体の増加を通じて、インターネット広告市場の規模が拡大している。その結果、措置におけるインターネット広告の割合が年々増加する中、当庁に寄せられる法違反に係る申告件数も増加が続いている。しかしながら、急増する申告件数に対して調査を行うリソースの増加が追いついておらず、対応できない事案が年々増加する傾向にある。インターネット広告市場の拡大が今後も予想される中で、引き続きそのような傾向が続くものと考えられる。そこで、このような状況に対応するため、不当表示への厳正な法執行に加え、不当表示の未然防止にも注力することにより、不当表示を減少させることが重要である。</p> <p>・具体的には、不当表示の未然防止策として、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣することなどとして、同法の普及啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応するなど法令遵守の取組を支援することにより、違反行為の未然防止を行う。また、講演を受けた事業者に対して「今後どのように活用するか」を聞き取ることにより、講演内容をどの程度未然防止に活用したかを把握して、活用割合を高めるような講演内容とするよう必要な見直しをするなど、更なる未然防止に向けた取組を行う。さらに、インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、違反を未然に防止するための体制を構築する。</p>				
	事業の概要	<p>・景品表示法、家庭用品品質表示法、健康増進法及び住宅品質確保法についての普及・啓発活動を実施し、事業者及び事業者団体における法令遵守の取組を積極的に支援する。</p> <p>・インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。</p>				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	不当景品類及び不当表示防止法	昭和三十七年法律第百三十四号	--	--	--
	家庭用品品質表示法	昭和三十七年法律第百四号	--	--	--
	住宅の品質確保の促進等に関する法律	平成十一年法律第八十一号	--	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	第六十五条	--	--
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）第4章1（1）、2（2）①、④	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	112,000	266,026	158,000	133,877	101,403
	当初予算	69,000	116,950	115,052	108,205	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	40,000	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	109,000	116,950	115,052	108,205	--
	執行額	107,800	55,733	84,085	--	--
	執行率	98.9%	47.7%	73.1%	--	--

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		--	72,921	68,510
		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		--	24,928	24,853
		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		--	4,278	3,036
		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		--	2,697	2,697
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	1,904	1,037
		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		--	1,477	1,270

主な増減理由	規定経費の見直しによるもの	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	事業者団体、消費者団体及び地方公共団体等が主催する景品表示法等に関する講演会等に講師派遣を行い、同法等の普及啓発活動を行う。				
アウトプット	活動目標	景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣するなどして、同法等の普及啓発を行う。		活動指標	講師派遣件数
	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）	過去3年度分の活動実績/成果実績の平均値
	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)	104	116	158	182
	活動実績／成果実績(件)	172	201	173	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	参加者にとって分かりやすい講演会等が実施される。				
短期アウトカム	成果目標	講演会等の参加者が、景品表示法等について理解する。		成果指標	講演会等参加者の講演内容の理解度
	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）	参加者へのアンケートにおける過去の実績値
	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	100	100
	活動実績／成果実績(%)	97	95	96	--
	達成率(%)	97	95	96	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。				

中期アウトカム	成果目標	講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	講演会参加者の未然防止への活用度
	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）	過去の実績値
	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	100	100
	活動実績／成果実績(%)	86	84	84	--
	達成率(%)	86	84	84	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。
--------------------	--

長期アウトカム	成果目標	講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	講演会等の内容について、理解度及び活用度ともに高い評価が得られ、景品表示法等の普及啓発の点から消費者利益の確保に努めた。	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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止され、消費者利益が確保されたかを測定することは困難であるため、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	--

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	景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する。				
アウトプット	活動目標	景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する。		活動指標	相談対応件数
	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）	過去3年度分の活動実績/成果実績の平均値
	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)	21,418	21,574	21,463	21,087
	活動実績／成果実績(件)	21,074	21,692	20,494	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。		成果指標	不当表示の適正化・未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和6年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行った。		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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを提供する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、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	事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。				

中期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	不当表示の適正化・未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和5年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行い、相談者の景品表示法等の理解の促進に努めた。	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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを提供する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、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	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。			
長期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和6年度においても同等の水準となり、消費者利益の確保に努めた。	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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを提供する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然防止され、消費者利益が確保されたかを測定することは困難であるため、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	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-403-503

アクティビティ	インターネット上の虚偽・誇大表示などの健康増進法及び景品表示法の不当表示の可能性のある表示について監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。				
アウトプット	活動目標	インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、監視を行う。	活動指標	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務数	
	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)	2,000	2,000	8,000	8,000
	活動実績／成果実績(件)	2,000	2,000	8,000	8,000
↓ 後続アウトカムへのつながり	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務のうち、不当表示となるおそれがある等と判断された商品又は役務について、改善指導等が行われることにより、表示の改善が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	改善指導等が行われた商品又は役務の表示について、改善が図られる。	成果指標	健康増進法及び景品表示法のおそれのある表示の改善指導件数	
	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）	前年度の活動実績 ※なお、インターネット監視による措置として、従来は行政指導である「改善指導」措置を健康増進法においてのみ実施していたが、2024年度からは健康増進法に加え、景品表示法においても改善指導措置を実施することとなった。 これに伴い、2024年度は健康増進法及び景品表示法に基づく改善指導措置を受けた事業者数を計上している。 また、従来は健康増進法に関する件数を商品数ベースで記載していたが、上記の整理により、2021年度から2023年度までの健康増進法に基づく改善指導件数についても、事業者数ベースで記載することとした。	
	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			2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)		--	--	787	811
	活動実績／成果実績(件)		804	771	811	--
	達成率(%)		--	--	103	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	改善指導等が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善指導等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。					
中期アウトカム	成果目標	改善指導等が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善指導等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	不当表示の適正化・未然防止		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	改善指導が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善指導が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止に努めた。	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	結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、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	改善指導等が行われることにより、改善指導等の対象となった表示又は役務について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善指導等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。					
長期アウトカム	成果目標	改善指導等が行われることにより、改善指導等の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善指導等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。	成果指標	消費者利益の確保		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	改善指導等が行われることにより、改善指導等の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善指導等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られることを通じて、消費者利益の確保に努めた。	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	結果としてどの程度の不当表示が実際に未然防止され、消費者利益が確保されたか測定することは困難であるため、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	--		

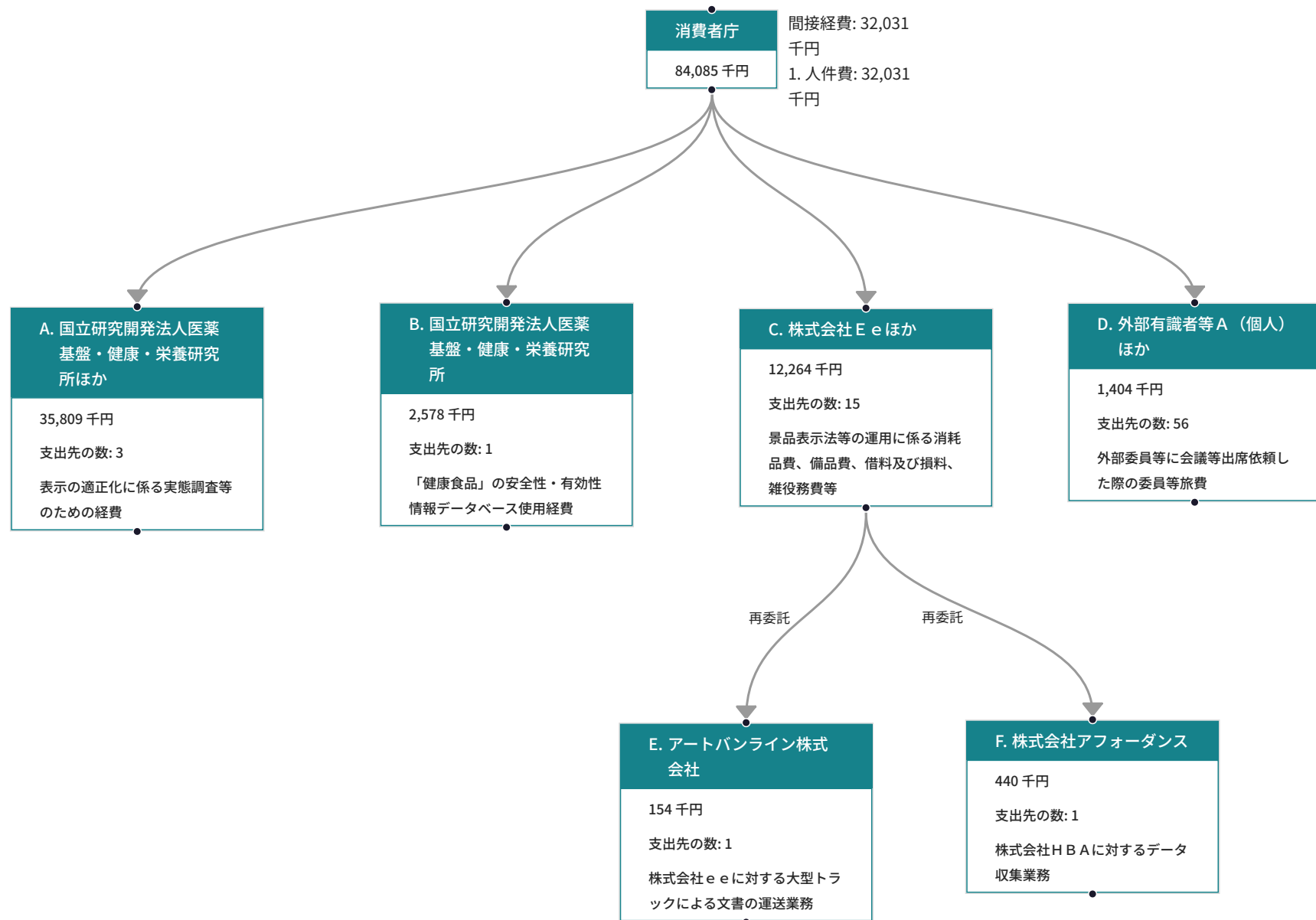
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和6年度においては、景品表示法等に係る講演会等を173件行い、講演会等への参加者の理解度は96%、未然防止への活用度は84%と高水準であり、また、20,494件の事業者等からの事前相談に対応しており、不当表示の未然防止に寄与したといえる。また、インターネット上の虚偽・誇大表示などの健康増進法及び景品表示法の不当表示の可能性のある表示について監視を行い、改善指導等を行うことにより違反行為の未然防止が図られた。これらにより、違反行為の未然防止等を図ることにより、一般消費者の利益を保護するという目的の達成に十分寄与しているものと考ええる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	令和7年度においても、引き続き、不当表示の未然防止を図るため、景品表示法等について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援等を行うほか、インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。		
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	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	引き続き事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適正な予算執行に努めること。また、一般競争入札においては、複数者の参加が認められるところ、引き続き競争原理が働くよう、入札条件や仕様書等について精査に努めること。
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	引き続き事業の必要性・効率性・有効性の観点から、必要経費について精査していく。また、一般競争入札に付す案件について、引き続き入札条件や仕様書等を精査し、複数者が入札に参加できるよう努める。		
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	--			
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 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所ほか	35,809	3	表示の適正化に係る実態調査等のための経費	
	支出先名	支出額	法人番号		
	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	21,687	9120905002657		
	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
	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業 随意契約（その他）(特命随意契約)	21,687	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社帝国データバンクビジネスサービス	12,969	2010001086143		
	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年度インターネットにおけるデジタル広告の監視業務 一般競争契約（最低価格）	12,969	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			
株式会社マクロミル	1,153	9010001157227			
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	
買取りサービスに関する消費者意識調査 随意契約（少額）	603	1	--	--	
No.1表示等に関する消費者意識調査 随意契約（少額）	550	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 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	2,578	1	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費		
支出先名	支出額	法人番号			
国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	2,578	9120905002657			
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	
	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費 随意契約（その他）(特命随意契約)	2,578	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	
C	株式会社 e e ほか	12,264	15	景品表示法等の運用に係る消耗品費、備品費、借料及び損料、雑 役務費等	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社 e e		2,618	5120001146263		
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
表示対策課における行政文書電子媒体変換業務 一般競争契約（最低価格）		2,083	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
令和6年度表示対策課における行政文書電子媒体変換業務（規 約班文書） 随意契約（少額）		535	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社 A I サポート		1,804	4013301039636		
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
インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務 一般競争契約（最低価格）		1,804	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		
日経印刷株式会社		1,793	7010001025732		
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
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）		902	1	--	--
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）		499	1	--	--
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）		392	1	--	--
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		
株式会社グローパス	1,430	8030001128284			
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5年改正景品表示法説明会に係る運営支援事業 一般競争契約（最低価格）	1,430	11	--	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HBA	1,063	8430001022439			
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	
Googleマップにおけるデータ収集業務 随意契約（少額）	900	1	--	--	
備品の購入 随意契約（少額）	163	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ニューコン工業	649	7011701006294			
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	
備品の購入 随意契約（少額）	649	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社TDモバイル	422	9010401175324			
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	
備品等の購入 随意契約（少額）	422	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
第一資料印刷株式会社	308	2011101012708			
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	
白表紙の印刷製本 随意契約（少額）	308	1	--	--	
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		
朝日梱包株式会社	297	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	
パンフレットの梱包発送 随意契約（少額）	190	1	--	--	
パンフレットの梱包発送 随意契約（少額）	107	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
ピクシディア株式会社	297	9010401088922			
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5年改正景品表示法に係る講習動画の作成業務 随意契約（少額）	297	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社第一文真堂	256	5010401017488			
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	
備品の購入 随意契約（少額）	229	1	--	--	
消耗品の購入 随意契約（少額）	16	1	--	--	
消耗品の購入 随意契約（少額）	12	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社商事法務	231	7010001074218			
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	
書籍の購入 随意契約（少額）	231	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
第一企画株式会社	206	3100001004532			

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
	パンフレットの改訂業務 随意契約（少額）	206	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社吉香		204	5010001031682		
	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
	家庭用品品質表示法に基づく告示の和文英訳業務 随意契約（少額）	115	1	--	--
	景表法施行令・内閣府令の翻訳 随意契約（少額）	89	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
その他		684	--		
	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
	消耗品の購入等 その他(少額随意契約)	684	--	--	--
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	外部有識者等 A（個人）ほか	1,404	56	外部委員等に会議等出席依頼した際の委員等旅費	
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 A（個人）		85	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
	旅費 その他(旅費)	85	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 B（個人）		64	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
	旅費 その他(旅費)	64	--	--	--

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		
外部有識者等 C (個人)		63	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
旅費 その他(旅費)		63	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 D (個人)		53	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
旅費 その他(旅費)		53	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 F (個人)		48	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
旅費 その他(旅費)		48	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 G (個人)		45	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
旅費 その他(旅費)		45	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 H (個人)		44	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
旅費 その他(旅費)		44	--	--	--
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	
	外部有識者等 I (個人)	44	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
	旅費 その他(旅費)	44	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 J (個人)	44	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
	旅費 その他(旅費)	44	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	914	--		
	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
旅費 その他(旅費)	914	--	--	--	
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	アートバンライン株式会社	154	1	株式会社 e e に対する大型トラックによる文書の運送業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	アートバンライン株式会社	154	5120901015088		
	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
株式会社 ee に対する大型トラックによる文書の運送業務 その他(再委託)	154	--	--	--	
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	株式会社アフォーダンス	440	1	株式会社 H B A に対するデータ収集業務	
	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	
		株式会社アフォーダンス	440	6430001042001		
	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
	株式会社HBAに対するデータ収集業務 その他(再委託)		440	--	--	--

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	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業	調査事業費	調査に係る人件費	21,687
B	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費	データベース運用費	安定的動作環境及び運用支援体制構築、バックアップ、セキュリティ対策	2,578
C	株式会社 e e	表示対策課における行政文書電子媒体変換業務	役務費	表示対策課における行政文書電子媒体変換業務に係る役務提供	2,083
D	外部有識者等 A（個人）	旅費	旅費	委員等旅費	85

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

--

食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用

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 食品表示課				
	作成責任者	宮長郁夫				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	005570	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	(24) 食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用		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	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度について、時代に即した適正化・充実を図るとともにこれを適切に運用するほか、食品表示制度を効果的に普及できるように消費者に対する戦略的な周知普及を行うことによって、一般消費者の利益の増進を図る。				
	現状・課題	時代に即した食品表示制度とするためには、消費者の食品表示の活用状況及び消費者から求められる政策ニーズを常に把握する必要がある。また、これらを踏まえ、見直された制度を安定的に運用するためには、監視業務に必要な公定検査法等を確立・整備する必要がある。さらに、時代に即して見直された本制度が消費者に広く知れ渡ることによって、本事業の目的の最大化が図られるものであり、表示事項一般に関する消費者へのセミナー等を通じた普及啓発を行い、制度の円滑な運用とその定着を図る必要がある。				
	事業の概要	①時代に即した食品表示制度への見直しを検討する際に必要となる、消費者の食品表示に対するニーズを把握するための調査の実施。（「食品表示に関する消費者意向調査」等の実施） ②食品表示制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を担保するために必要な公定検査法の開発。（食品表示制度の義務表示の対象となることが想定されるアレルギーの検査法の開発や遺伝子組換え食品の流通実態に即した検査法の改良等） ③流通する食品の表示実態及び食品表示に関する各種制度の実施状況の調査、これらを踏まえた制度内容の検証等 ④表示事項全般や各表示制度に関する消費者へのセミナーの実施や普及啓発資材の配布等				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号		第四条	--	--

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	
	・農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和2年11月30日農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議決定（令和5年12月25日改定））		https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-36.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和5年6月16日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和6年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf	
・消費者基本計画工程表（令和2年7月7日消費者政策会議決定（令和6年6月14日改定））		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・執行

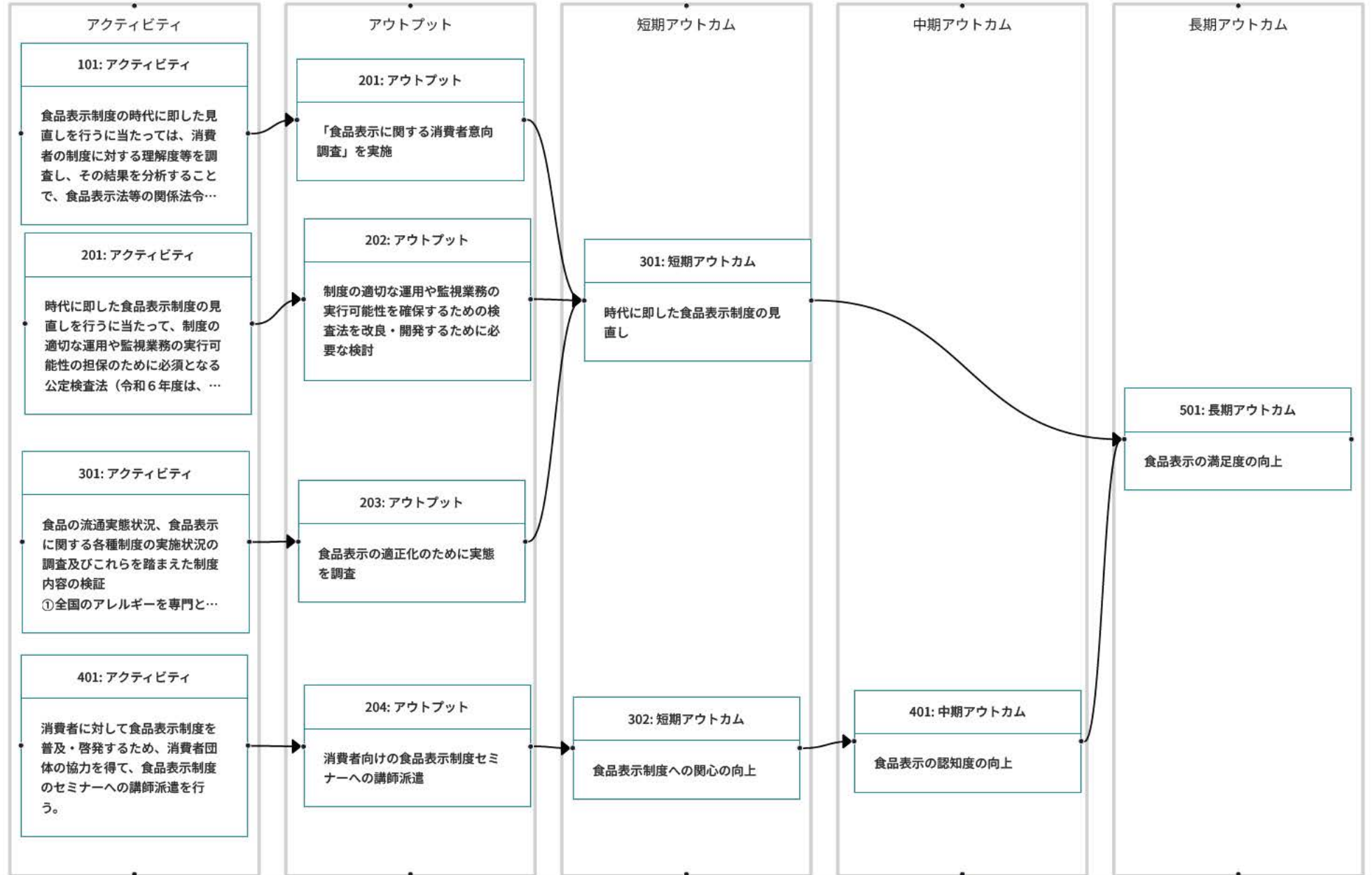
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		48,000	79,000	162,251	104,249	115,279
	当初予算		8,000	33,000	91,073	83,783	--
	補正予算		--	65,000	10,286	--	--
	前年度から繰越し		--	--	65,000	10,286	--
	予備費等		15,000	--	--	--	--
	計		23,000	98,000	166,359	94,069	--
	執行額		20,000	29,526	145,751	--	--
	執行率		87%	30.1%	87.6%	--	--

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	--	31,564	--		
		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			--	83,783	115,279
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">前年度から繰越し</div> --			--	10,286	--

主な増減理由	本事業の対象外となっている保健機能食品に関する事業の重要度が高まったため。	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

<p>アクティビティ</p>	<p>食品表示制度の時代に即した見直しを行うに当たっては、消費者の制度に対する理解度等を調査し、その結果を分析することで、食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握することが必要であるため、これらのデータを得るための「食品表示に関する消費者意向調査」を実施する。 なお、本調査は、消費者基本計画工程表（令和2年7月消費者政策会議決定）において、各種施策の効果を測定するための指標の根拠として位置付けており、継続的に実施する必要がある。</p>				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>「食品表示に関する消費者意向調査」を実施</p>		<p>活動指標</p>	<p>実施回数</p>
	<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>		<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）</p>	<p>--</p>
	<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>		<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2022年度</p>	<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
	<p>当初見込み／目標値(回)</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1</p>
	<p>活動実績／成果実績(回)</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>1</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>「食品表示に関する消費者意向調査」から得られた情報を参考にし、時代に即した食品表示制度の見直し等につなげる。</p>				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 <p>このほか、各種関係通知も改正。</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	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	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	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	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		2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	--
	達成率(%)	99	100	--

アクティビティからの発現経路 201-202-301-501

アクティビティ	時代に即した食品表示制度の見直しを行うに当たって、制度の適切な運用や監視業務の実行可能性の担保のために必須となる公定検査法（令和6年度は、遺伝子組換え対象農産物及びアレルギー表示の特定原材料）の改良・開発等を国の試験研究機関で実施。				
アウトプット	活動目標	制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を確保するための検査法を改良・開発するために必要な検討	活動指標	国立医薬品食品衛生研究所で検査・検討を行うテーマ数	
	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)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	2	2	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度の企画・立案と並行して、制度の安定運用に不可欠な公定検査法を確立し、それを踏まえた制度改正を実施。				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> 令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 <p>このほか、各種関係通知も改正。</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	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	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	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	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		2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	--
	達成率(%)	99	100	--

アクティビティからの発現経路 301-203-301-501

<p>アクティビティ</p>	<p>食品の流通実態状況、食品表示に関する各種制度の実施状況の調査及びこれらを踏まえた制度内容の検証</p> <p>①全国のアレルギーを専門とする医師の協力の下、「即時型食物アレルギーによる健康被害に関する全国実態調査」を実施し、その結果を公表</p> <p>②令和5年度に改定した消費者基本計画工程表などにに基づき開催した、有識者からなる「令和5年度食品表示懇談会」の取りまとめに基づき、令和6年度食品表示懇談会に設置した「食品表示へのデジタルツール活用検討分科会」及び「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」を開催</p> <p>③日本における分かりやすい栄養成分表示の取組として、日本版包装前面栄養表示の基本的な方向性等を検討するため、令和5年度に開催した「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会」の基本的な考え方についての取りまとめを踏まえ、「日本版包装前面栄養表示に関する検討会」を開催</p> <p>④令和5年12月に公表された「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を踏まえ、令和6年5月に、消費者庁において「食品期限表示の設定のためのガイドラインの見直し検討会」を設置し、策定から20年が経過した本ガイドラインについて、事業者の期限表示策定や食品ロス削減の取組の実態調査を行い、海外における期限表示制度も踏まえ、食品ロス削減の観点と、食品の安全性の確保に関する国際的動向に配慮しつつ科学的知見に基づく観点から、有識者の意見を伺い検討</p>				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>食品表示の適正化のために実態を調査</p>	<p>活動指標</p>	<p>調査事業実施件数</p>	
	<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<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）</p>	<p>--</p>	
	<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>	
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2022年度</p>	<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
	<p>当初見込み／目標値(件)</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>2</p>	<p>2</p>
	<p>活動実績／成果実績(件)</p>	<p>3</p>	<p>6</p>	<p>3</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>各検討及び調査から得られた知見を踏まえ、食品の安全性の確保及び消費者の合理的選択に資する時代に即した食品表示制度の見直しを実施。</p>				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> ・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 <p>このほか、各種関係通知も改正。</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	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	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	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	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		2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	--
	達成率(%)	99	100	--

アクティビティからの発現経路 401-204-302-401-501

アクティビティ	消費者に対して食品表示制度を普及・啓発するため、消費者団体の協力を得て、食品表示制度のセミナーへの講師派遣を行う。				
アウトプット	活動目標	消費者向けの食品表示制度セミナーへの講師派遣		活動指標	セミナーへの講師派遣回数
	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)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	8	10	11	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体を介した消費者向けの食品表示制度のセミナーの開催に積極的に取り組むことで、消費者の食品表示制度の関心が高まり、食品表示制度に関心を持った消費者や事業者から当庁の関連するウェブサイトへのアクセスが増加する。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心の向上		成果指標	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	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）	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	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		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
	活動実績／成果実績(回)	4,576,478	6,572,624	5,914,984	--
	達成率(%)	114.4	164.3	147.9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の制度への関心が高まり、食品表示の認知度が向上する。				
中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度の向上		成果指標	食品表示の認知度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	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	--

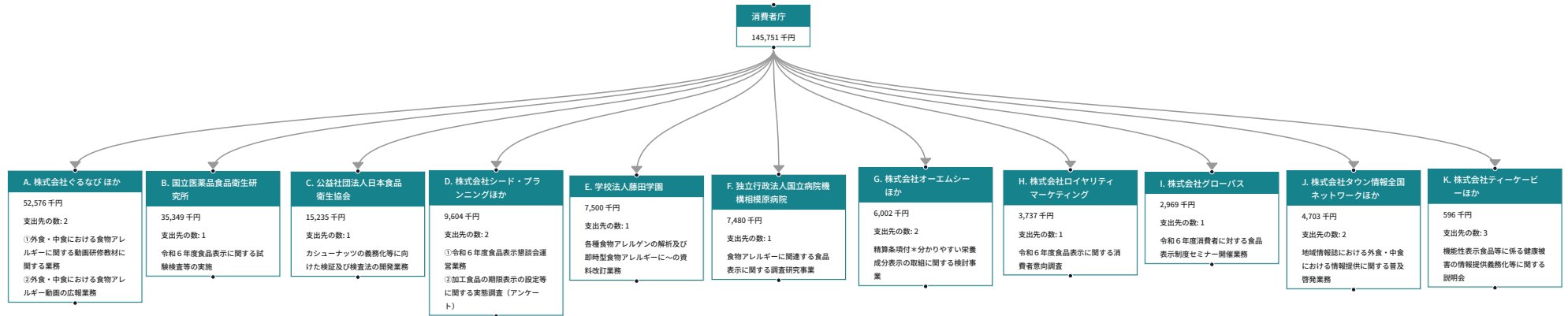
活動・成果目標 と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		65	65	65	65
	活動実績／成果実績(%)		56.3	56.5	60.8	--
	達成率(%)		86.6	86.9	93.5	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	<p>普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」もあいまって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。</p> <p>普及啓発による食品表示制度の認知度の向上により、認知者を拡大した上で、最終的な消費者の満足度を向上することが重要である。</p>					
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上		成果指標	食品表示の消費者の満足度	
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）	
	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			2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(%)		98	98	98	
	活動実績／成果実績(%)		97	98	--	
	達成率(%)		99	100	--	
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>食品表示制度における課題については、消費者の意向等の調査を行った上で、様々な関係者を交えて制度の検討を行うことが必要であり、設定される表示基準に係る表示の適正性を監視するための検査法の開発等を行うことと併せて、優先度が高く、かつ国において実施する必要がある。</p> <p>また、成果物は制度の検討・担保をする上で十分に活用されており、有効性についても妥当であると評価できる。さらに、上記の点検結果のとおり、経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。</p> <p>食品表示制度を効果的に普及啓発することは、消費者の安全・安心、健康づくりの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するために必要であることから、国費投入の必要性が認められ、かつ、成果実績は成果目標に見合ったものとなっていることから有効性についても妥当であると評価できる。</p> <p>また、上記の点検結果のとおり、経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	<p>本事業の結果、食品表示に対する消費者における満足度は高い水準となっており、引き続き、この水準が維持できるよう適切に実施する。</p>		
	改善の方向性	<p>引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に実施するとともに、本制度の普及・啓発のために必要な事業を実施する。また、コロナ禍において定着した新しい生活様式に見合った普及・啓発の方策についても検討する。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2017
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	<ul style="list-style-type: none"> 食品表示は大変重要なテーマであり、国際的な表示原則との整合性を踏まえつつ、国内の消費者ニーズに即した表示の簡素化や合理化が進められていると考えられる。 外食・中食におけるアレルギー表示の対応等についてスピード感や、周知・普及の戦略性に課題があり、より迅速かつ的確な対応を求めたい。 		
	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	<p>一般競争入札による調達を行っており競争性は確保できている。</p> <p>引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図られたい。</p>
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、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図ってまいりたい。			
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 株式会社ぐるなび ほか		52,576	2	①外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務 ②外食・中食における食物アレルギー動画の広報業務			
	支出先名		支出額	法人番号				
	株式会社ぐるなび		50,945	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		
	外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務 一般競争契約（総合評価）		49,955	3	95			
	外食・中食における食物アレルギー動画の広報業務 随意契約（少額）		990	1	--	--		
	支出先名		支出額	法人番号				
	株式会社アライ印刷		1,631	6010901000777				
	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		
	動画広報資材の印刷 随意契約（少額）		1,631	--	--	--		
	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 国立医薬品食品衛生研究所		35,349	1	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施			
	支出先名		支出額	法人番号				
	国立医薬品食品衛生研究所		35,349	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		
	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施 その他(支出委任)		35,349	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			
	C 公益社団法人日本食品衛生協会		15,235	1	カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務			
	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	
	公益社団法人日本食品衛生協会	15,235	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
	カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務 随意契約（その他）(特命随契)	15,235	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。
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	株式会社シード・プランニングほか	9,604	2	①令和6年度食品表示懇談会運営業務 ②加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（アンケート）	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社シード・プランニング	8,535	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
	令和6年度食品表示懇談会運営業務 一般競争契約（最低価格）	7,637	3	29	--
	加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（アンケート） 随意契約（少額）	898	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社MOV E R & COMP A N Y	1,069	2010701021052		
	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
	加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（ヒアリング） 一般競争契約（最低価格）	1,069	--	--	--
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	学校法人藤田学園	7,500	1	各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	学校法人藤田学園	7,500	4180005007630		
	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
	各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務 随意契約（その他）(特命随契)	7,500	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。

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 独立行政法人国立病院機構相模原病院	7,480	1	食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業		
支出先名	支出額	法人番号			
独立行政法人国立病院機構相模原病院	7,480	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	
食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業 随意契約（その他）(特命随契)	7,480	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	
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 株式会社オーエムシーほか	6,002	2	精算条項付＊分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社オーエムシー	4,113	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	
分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業 一般競争契約（最低価格）	4,113	5	30	--	
支出先名	支出額	法人番号			
一般社団法人日本農林規格協会	1,889	7010005004369			
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	
①令和6年度「魚介類の名称のガイドライン」検討委託業務 ②日本版包装前面栄養表示の様式案作成支援業務 一般競争契約（最低価格）	1,889	--	--	--	
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 株式会社ロイヤリティマーケティング	3,737	1	令和6年度食品表示に関する消費者意向調査		
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ロイヤリティマーケティング	3,737	1011001058851			

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年度食品表示に関する消費者意向調査 一般競争契約（最低価格）	3,737	4	48	--
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	株式会社グローパス	2,969	1	令和6年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社グローパス	2,969	8030001128284		
	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年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務 一般競争契約（最低価格）	2,969	6	79	--
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	株式会社タウン情報全国ネットワークほか	4,703	2	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務	
	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	2,805	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外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）	957	1	--	--
	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）	946	1	--	--
	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）	902	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社アカンパニーテクノロジーズ	1,898	9011001129348		
	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	
	外食・中食における食物アレルギー動画の広告配信業務 一般競争契約（最低価格）	1,898	--	--	--
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	株式会社ティーケーピーほか	596	3	機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ティーケーピー		456	7010001105955		
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
機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会 一般競争契約（最低価格）		456	3	33.3	--
支出先名		支出額	法人番号		
大江ビルサービス株式会社		67	9120001076143		
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
機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会 一般競争契約（最低価格）		67	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
公益財団法人名古屋国際センター施設		73	--		
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
機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会 一般競争契約（最低価格）		73	--	--	--

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	株式会社ぐるなび	外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務	事業費	動画作成	45,414,000
--	--	--	税額	消費税	4,541,400
B	国立医薬品食品衛生研究所	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施	支出委任	調査・研究	32,135
--	--	--	税額	消費税	3,214
C	公益社団法人日本食品衛生協会	カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務	事業費	調査・研究	13,850
--	--	--	税額	消費税	1,385
D	株式会社シード・プランニング	令和6年度食品表示懇談会運営業務	事業費	役務	6,943
--	--	--	税額	消費税	694
E	学校法人藤田学園	各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務	事業費	役務	6,818
--	--	--	税額	消費税	682
F	独立行政法人国立病院機構相模原病院	食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業	事業費	調査・研究	6,800
--	--	--	税額	消費税	680
G	株式会社オーエムシー	分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業	事業費	会議	3,739
--	--	--	税額	消費税	374
H	株式会社ロイヤリティマーケティング	令和6年度食品表示に関する消費者意向調査	事業費	調査	3,397
--	--	--	税額	消費税	340
I	株式会社グローパス	令和6年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務	事業費	研修運営	2,700
--	--	--	税額	消費税	269
J	株式会社タウン情報全国ネットワーク	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務	事業費	普及・啓発	870
--	--	--	税額	消費税	87

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
K	株式会社ティーケーピー	機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会	事業費	普及・啓発	415
--	--	--	税額	消費税	41

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

--

保健機能食品に関する制度等の適正化・運用

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 食品表示課				
	作成責任者	宮長郁夫				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000485	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	(25) 保健機能食品制度等の適正化・運用		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	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度のうち、保健表示事項（食品表示基準に基づく栄養成分表示及び機能性表示食品制度、健康増進法の規定に基づき消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品等）について、時代に即した適正化・充実を図るとともに、これを適切に運用することによって、一般消費者の利益の増進を図る。			
	現状・課題	<p>保健表示事項の対象は、保健機能食品（特定保健用食品、機能性表示食品及び栄養機能食品）、栄養成分表示及び病者用食品等の特別用途食品（特定保健用食品を除く。以下同じ。）である。保健機能食品に関する制度等については、厚生労働省等による健康・栄養政策との連動、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等との国際整合性等も踏まえつつ、一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資するよう、分かりやすく、時代に即した見直しを行う必要がある。本制度をめぐる情勢の変化を多角的に捉えるため、各種調査等を継続して実施する必要がある。</p> <p>また、機能性表示食品については、届出制度として事業者の責任において情報を開示することで成立しているものであり、特別用途食品及び特定保健用食品の各制度と併せて安定的に運用するためには、事業者による本制度への適正な対応（これらの食品群の平時の品質管理の方法として、栄養成分等、関与成分、機能性関与成分の含有量等の確認を行うことで、品質管理の質を高めること）を図り、もって、消費者の本制度への信頼度を高め、適切に活用してもらうことが必要である。</p> <p>さらに、消費者が保健機能食品に関する制度等を正しく利活用できるよう、制度の適切な運用及び普及啓発を図る必要があるとともに、特定保健用食品の製品情報の公開を充実させたデータベースを安定的に運用することで、消費者にとって正しい情報を基に適切な商品選択に資する制度とすることが必要である。</p>			
	事業の概要	<p>①保健表示事項に関する制度等における課題等への対応に必要な各種調査等（諸外国における制度や国内外の表示の実態等の状況、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等の情報収集、整理等）の実施。</p> <p>②販売されている特別用途食品、特定保健用食品及び機能性表示食品について、販売されている商品を買上げ、関与成分等の含有量の分析等を実施。</p> <p>③機能性表示食品における信頼性確保等に向けた、新規の機能性関与成分に係る機能性表示の裏付けとなる安全性・機能性の課題について専門家の意見を聴く仕組みや、GMPに基づく製造管理が届出者の遵守事項とされたことに伴う立入検査に必要な体制の運用等。</p> <p>④表示事項全般や各表示制度に関する普及啓発資材の作成。</p> <p>⑤消費者に対して商品選択に資する情報提供を行うためのデータベースの運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載。</p>			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/foods_with_health_claims/			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号	第四条	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	第四十三条	--	--

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	
	・消費者基本計画工程表（令和2年7月7日消費者政策会議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和6年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf	
	・健康・医療戦略（令和7年2月18日閣議決定）		https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kenkouiryousuisin/ketteisiryousakugiri/r070218senryaku.pdf	
紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応（令和6年5月31日 紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合）		https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/benikouji/dai2/taiou.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

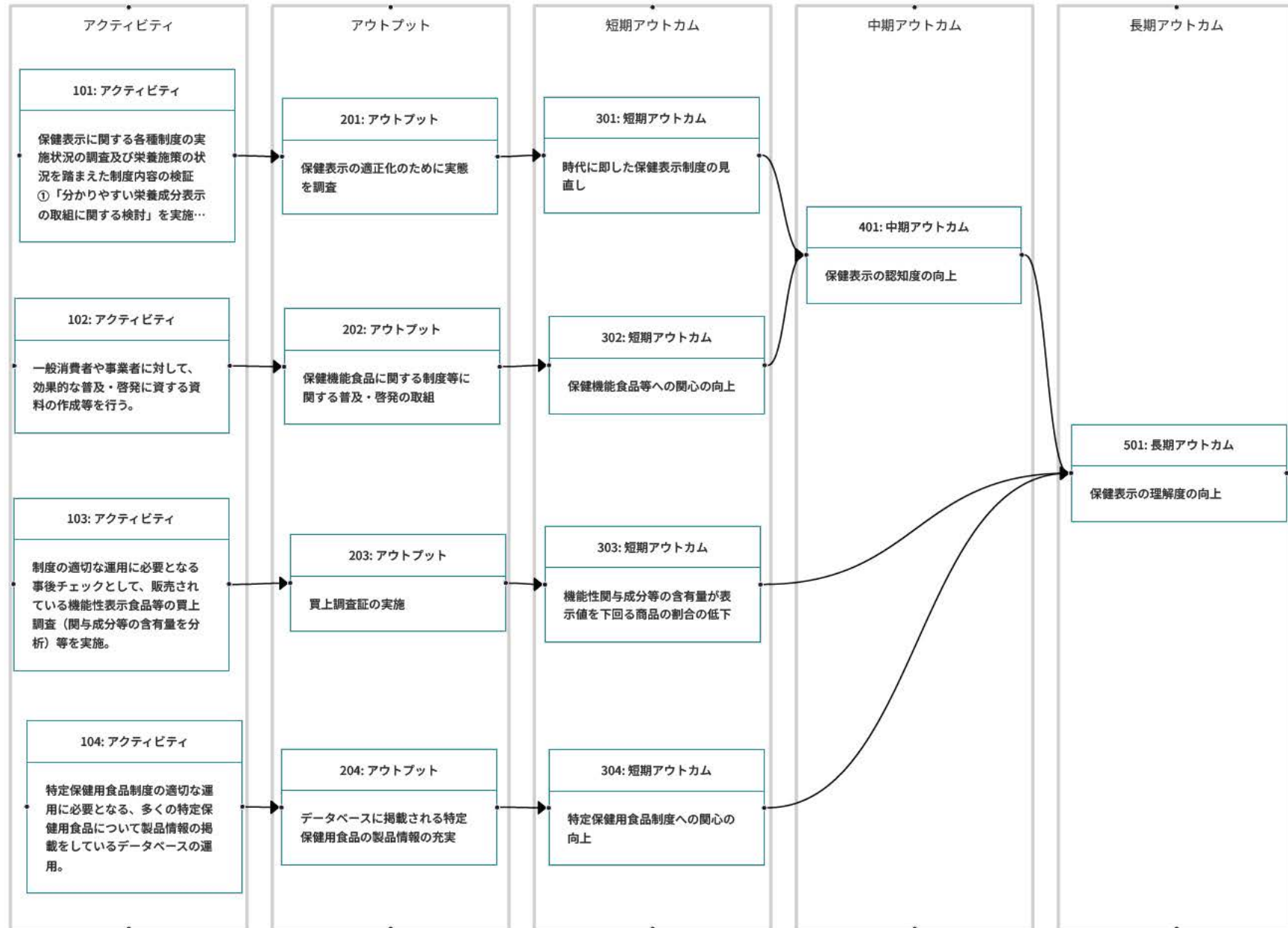
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	55,000	42,000	43,397	413,316	231,804
	当初予算	8,000	11,000	34,106	226,785	--
	補正予算	--	--	91,260	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	50,340	--
	予備費等	--	--	13,278	--	--
	計	8,000	11,000	138,644	277,125	--
	執行額	2,000	13,572	69,381	--	--
	執行率	25%	123.4%	50%	--	--

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 / 非常勤職員手当			--	96,250	92,786
		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			--	76,718	84,402
		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			--	49,929	7,584
		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			--	3,888	3,888
	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 / 食品衛生基準政策費 / 食品衛生基準科学研究費補助金			--	--	30,000
		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			--	--	13,144
		前年度から繰越し --			--	50,340	--

主な増減理由	機能性表示食品の信頼性を高めるための措置を講じたため。	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、「新たな消費者トラブル等の動向調査」（消費者政策課）から流用の上執行した。
--------	-----------------------------	---------	---

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

<p>アクティビティ</p>	<p>保健表示に関する各種制度の実施状況の調査及び栄養施策の状況を踏まえた制度内容の検証 ①「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討」を実施 ②「保健機能食品等の規格基準に関する海外調査」を実施</p>				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>保健表示の適正化のために実態を調査</p>	<p>活動指標</p>	<p>調査事業実施件数</p>	
	<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<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）</p>	<p>--</p>	
	<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>	
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2022年度</p>	<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
	<p>当初見込み／目標値(件)</p>	<p>3</p>	<p>3</p>	<p>3</p>	<p>2</p>
	<p>活動実績／成果実績(件)</p>	<p>1</p>	<p>5</p>	<p>2</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>各検討及び調査から得られた知見を踏まえ、食品の安全性の確保及び消費者の合理的選択に加え国民の健康の保護及び増進に資する時代に即した保健表示制度の見直しを実施。</p>				

短期アウトカム

成果目標

時代に即した保健表示制度の見直し

成果指標

制度改正

定性的なアウトカムに
関する成果実績

・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。

・紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応（令和6年5月31日紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合取りまとめ）を踏まえ、以下のとおり食品表示基準を改正。

- ①届出者の遵守事項として、健康被害と疑われる情報を収集し、健康被害と疑われる情報を得た場合には、速やかに都道府県知事等に提供するとともに、消費者庁長官に提供すること等を規定。
- ②届出日以降の科学的知見の充実により機能性関与成分について特定の保健の目的が期待できる旨の表示をすることが適切でないと消費者庁長官が認めた食品は、機能性表示食品の要件を満たさないことを規定。
- ③届出者の遵守事項として、錠剤、カプセル剤等食品についてはGMPに基づく製造管理を規定。
- ④「機能性及び安全性について国による評価を受けたものではない旨」、「疾病の診断、治療、予防を目的としたものではない旨」、また、摂取する上での注意事項として、医薬品等との相互作用や過剰摂取防止のための注意喚起を具体的に記載する等、表示の方法や表示位置などの方式等を見直し。
- ⑤届出者の遵守事項として、届出者は、遵守事項を遵守していることを届出後一年ごとに自己評価し、その結果を毎年消費者庁長官に報告することを規定。
- ⑥ア) 当該食品に関する表示の内容、イ) 食品関連事業者名及び連絡先等の食品関連事業者に関する基本情報、ウ) 安全性及び機能性の根拠に関する情報、エ) 生産・製造及び品質の管理に関する情報、オ) 健康被害の情報収集体制及びカ) その他必要な事項について、届け出られるべき情報として具体的に規定するほか、様式等については内閣府告示で定めることを規定。
- ⑦届出実績がない新規の機能性関与成分について、届出資料の確認に特に時間を要すると消費者庁長官が認める場合には、販売前の届出資料の提出期限について、原則60営業日を特例として120営業日とすることを規定。

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>・特別用途食品（特定保健用食品を除く。）について、これまで「特別用途食品の表示許可等について」（令和元年9月9日消食表第296号消費者庁次長通知。以下「次長通知」という。）に規定していた必要的表示事項について、健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令（平成21年内閣府令第57号）に規定し、法令上明確化するとともに、経口補水液を販売する際の留意事項等について次長通知に規定。</p> <p>このほか、各種関係通知も改正。</p>		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者ニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	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

消費者の目に付くような表示制度の見直し等により、食品表示の認知度が向上する。

中期アウトカム	成果目標	保健表示の認知度の向上	成果指標	一般消費者における栄養成分表示の認知度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ） 栄養成分表示を参考に行っている者の割合 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	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(%)	70	70
	活動実績／成果実績(%)	47.2	--
	達成率(%)	67.4	--

↓ 後続アウトカムへのつながり

国民の健康の増進に資する保健表示は、その認知度を高めることはもちろんのこと、適切に活用してもらう必要があるため「理解度」をアウトカムとした。

消費者及び事業者の両面から認知度の向上を図るとともに理解度を向上させることが重要である。

長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上	成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	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(%)	70	70	70	70
	活動実績／成果実績(%)	36.7	35.5	44.2	--
	達成率(%)	52.4	50.7	63.1	--

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	一般消費者や事業者に対して、効果的な普及・啓発に資する資料の作成等を行う。				
アウトプット	活動目標	保健機能食品に関する制度等に関する普及・啓発の取組		活動指標	保健機能食品に関する制度等に関する普及・啓発の取組件数
	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)	45	45	45	45
	活動実績／成果実績(件)	50	58	113	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者及び事業者向けの普及・啓発に取り組むことで、保健機能食品等へ関心を持った消費者及び事業者から当庁の関連するウェブサイトへのアクセスが増加する。				
短期アウトカム	成果目標	保健機能食品等への関心の向上		成果指標	保健機能食品等に関する消費者庁ウェブサイトへのアクセス回数
	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）	消費者庁調べ 【変更理由】2023年度から消費者庁ウェブサイトの更改のため目標値を見直した。
	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		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(回)	2,000,000	110,000	110,000	150,000
	活動実績／成果実績(回)	1,920,784	104,951	138,252	--
	達成率(%)	96	95.4	125.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発により、消費者の制度への関心が高まり、食品表示の認知度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	保健表示の認知度の向上	成果指標	一般消費者における栄養成分表示の認知度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ） 栄養成分表示を参考にしている者の割合 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	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(%)		70	70
	活動実績／成果実績(%)		47.2	--
	達成率(%)		67.4	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国民の健康の増進に資する保健表示は、その認知度を高めることはもちろんのこと、適切に活用してもらう必要があるため「理解度」をアウトカムとした。 消費者及び事業者の両面から認知度の向上を図るとともに理解度を向上させることが重要である。
--------------------	--

長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上	成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	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(%)	70	70	70	70
	活動実績／成果実績(%)	36.7	35.5	44.2	--
	達成率(%)	52.4	50.7	63.1	--

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	制度の適切な運用に必要な事後チェックとして、販売されている機能性表示食品等の買上調査（関与成分等の含有量を分析）等を実施。				
アウトプット	活動目標	買上調査証の実施		活動指標	買上調査を実施した品目数
	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）	特別用途食品（特定保健用食品を除く。）に係る栄養成分等、特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業 【成果指標の変更理由】明確な成果目標を設定するための見直し
	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(品)	100	100	100	1,000
	活動実績／成果実績(品)	119	101	100	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	販売されている機能性表示食品等の買上調査を実施し、その結果を届出等の質の向上に反映させることで制度の適正化を図る。				
短期アウトカム	成果目標	機能性関与成分等の含有量が表示値を下回る商品の割合の低下		成果指標	機能性表示食品等において関与成分等の含有量が届出等資料の記載どおりと確認できた商品の割合
	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）	特別用途食品（特定保健用食品を除く。）に係る栄養成分等、特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業 【成果指標の変更理由】アクティビティ変更に伴う見直し
	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(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98.1	97.6	--	--
	達成率(%)	99.9	100.4	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	機能性表示制度の届出が適切に行われていない事業者を適切に指導することにより、事業者の側から保健表示制度に関する理解度の向上を図る。				

長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上	成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	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(%)	70	70	70	70
	活動実績／成果実績(%)	36.7	35.5	44.2	--
	達成率(%)	52.4	50.7	63.1	--

アクティビティからの発現経路 104-204-304-501

アクティビティ	特定保健用食品制度の適切な運用に必要なとなる、多くの特定保健用食品について製品情報の掲載をしているデータベースの運用。				
アウトプット	活動目標	データベースに掲載される特定保健用食品の製品情報の充実	活動指標	データベースに掲載されている販売中の特定保健用食品の製品情報の掲載率	
	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）	消費者庁調べ 【成果指標の変更理由】よりよい成果指標設定のための見直し	
	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(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本データベースを充実させることにより、消費者が商品選択の際に、本ウェブサイト（ https://hfnet.nibiohn.go.jp/specific-health-food/detail4722/ ）を参考とする、特定保健用食品（トクホ）制度により関心の高い消費者が増加する。				
短期アウトカム	成果目標	特定保健用食品制度への関心の向上	成果指標	「健康食品」の有効性・安全性情報へのアクセス回数	
	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）	「健康食品」の有効性・安全性情報へのアクセス回数 【成果指標の変更理由】よりよいアウトカム設定のための見直し	
	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)	--	--	1,000,000	--
	活動実績／成果実績(件)	432,715	702,791	933,512	--
	達成率(%)	--	--	93.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	もともと保健機能食品の関心がある消費者に対して、その関連情報の活用を推進することにより保健機能食品制度全体の理解度の向上を図る。				

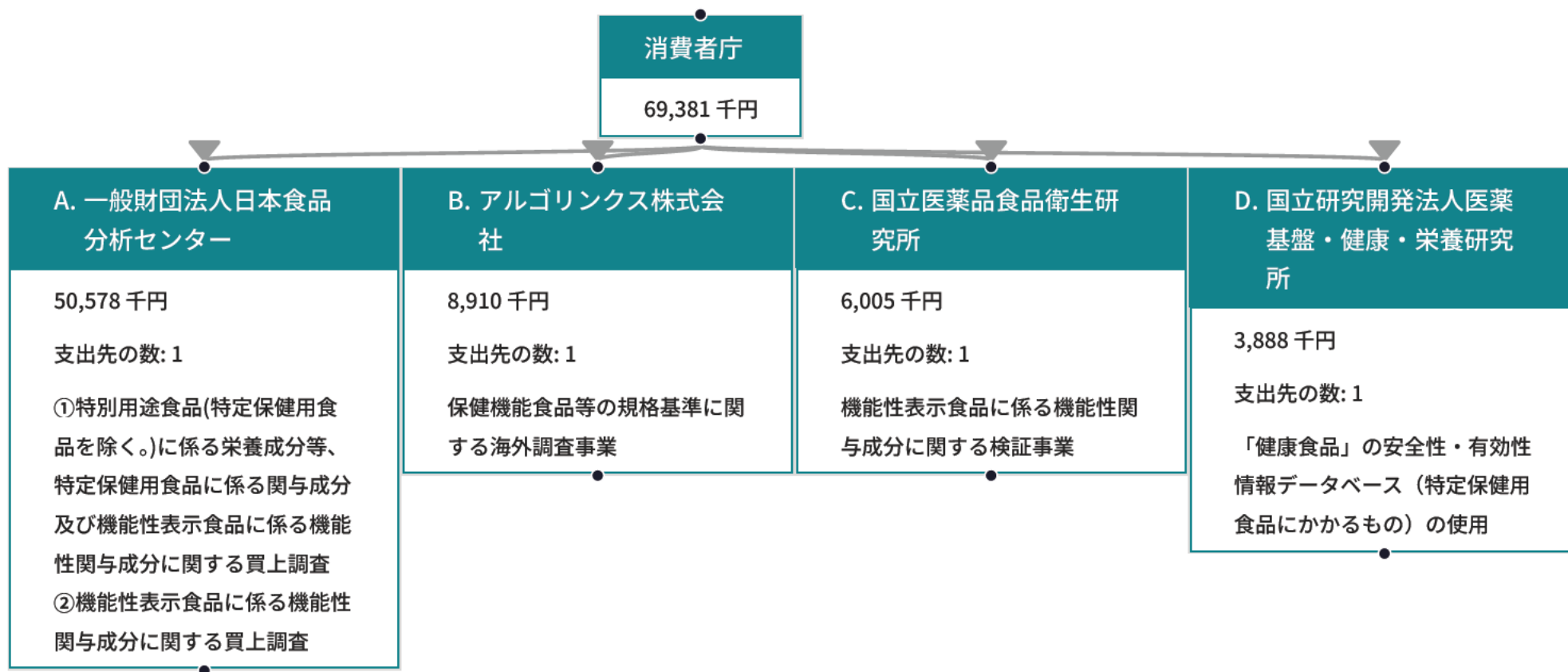
長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上		成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	70	70	70	70
	活動実績／成果実績(%)	36.7	35.5	44.2	--
	達成率(%)	52.4	50.7	63.1	--
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	<ul style="list-style-type: none"> ・本事業で実施した各種調査等（諸外国における制度や国内外の表示の実態等の状況、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等の情報収集、整理等）の結果は、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく関係府令、それらの運用通知の改正等を行うに当たって必要となる根拠となる。本事業は、国民の健康に資する保健表示に関する制度等の適切な企画・立案・運用を可能としており、国費を投入し優先して実施する必要がある。 ・機能性表示食品等を国において無作為に買い上げて適正な表示がなされていることを確認することは、消費者の制度への信頼性を高めるためにも、国費投入の必要性が認められ（特に、機能性表示食品制度については、事業者の責任において表示される届出制度となった背景から、事業創設から事後チェックが求められている。）、継続的な調査が必要である。 ・データベースは特定保健用食品についての情報発信を行う唯一の公的な情報源であり、消費者の商品選択に資する観点から、国費投入の必要性が認められる。また、成果物は消費者の商品選定に資する情報として活用されており、有効性も認められる。 		
	目標年度における効果測定に関する評価	本事業の結果、既に当該表示に関心のある層からのデータベース等の活用は進んでいるものの、消費者の健康に資する保健表示の活用に向けた制度検討を進める必要がある。		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、保健機能食品に関する制度等の適切な運用を図るとともに、データベースの安定的な運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載や情報提供を行うほか、ニーズに即した制度の見直しを進める。		
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	保健機能食品制度は国民の関心の高いところである。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、保健機能食品に関する制度を適切に運用していくこと。
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	引き続き、適切な予算執行に努め、保健機能食品に関する制度を適切に運用してまいりたい。			
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 一般財団法人日本食品分析センター	50,578	1	①特別用途食品(特定保健用食品を除く。)に係る栄養成分等、特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査 ②機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査	
	支出先名	支出額	法人番号		
	一般財団法人日本食品分析センター	50,578	3011005000295		
	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 機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査 随意契約(公募)	40,920	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。
令和6年度 特別用途食品(特定保健用食品を除く。)に係る栄養成分等、特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査 随意契約(公募)	9,658	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	
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 アルゴリンクス株式会社	8,910	1	保健機能食品等の規格基準に関する海外調査事業		
支出先名	支出額	法人番号			
アルゴリンクス株式会社	8,910	8010901035978			
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	
保健機能食品等の規格基準に関する海外調査事業 随意契約(公募)	8,910	3	44	--	
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 国立医薬品食品衛生研究所	6,005	1	機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業		
支出先名	支出額	法人番号			
国立医薬品食品衛生研究所	6,005	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	
機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業 その他(支出委任)	6,005	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 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	3,888	1	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース（特定保健用食品にかかるもの）の使用	
	支出先名	支出額	法人番号		
	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	3,888	9120905002657		
	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
「健康食品」の安全性・有効性情報データベース（特定保健用食品にかかるもの）の使用 随意契約（その他）(特命随契)	3,888	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	

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	一般財団法人日本食品分析センター	令和6年度 機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査	事業費	調査	37,200
--	--	--	税額	消費税	3,720
B	アルゴリンクス株式会社	保健機能食品等の規格基準に関する海外調査事業	事業費	役務	8,100
--	--	--	税額	消費税	810
D	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース（特定保健用食品にかかるもの）の使用	事業費	役務	3,535
--	--	--	税額	消費税	353

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

--

食品表示対策の推進

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 食品表示課				
	作成責任者	宮長郁夫				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000483	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	(26) 食品表示対策の推進		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	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度について、適正に運用するために恒常的に必要となる取組を実施する。				
	現状・課題	・時代に即した食品表示制度を検討するに当たり、①特に、アレルギー表示や特別用途食品等の科学的・専門的見地に立脚した制度を適正に運用するためには、企画・立案に係る各種調査のみならず、恒常的に専門家の意見を聴取する必要があるとともに、②国際基準であるコーデックス規格との整合性をとるため、また、我が国の意見を国際基準に反映させるためにも、コーデックス規格策定に向けた議論を行う国際会議に恒常的に出席する必要がある。 ・食品表示制度を安定的に運営するためには、①整備されたインフラを確実に運用するとともに、②効果的な媒体を用いた普及啓発活動により、消費者の本制度への関心の向上及び事業者による本制度への適正な対応を図り、もって、本制度への認知度を高め、適切に運用してもらう必要がある。				
	事業の概要	①食品表示制度の見直しを検討する際に必要となる、専門家の意見を聴取するための検討会等を実施。 ②コーデックス規格策定に向けた議論を行うコーデックス委員会へ出席。特に食品表示部会（CCFL）及び同栄養・特殊用途食品部会（CCNFSDU）については、当課が政府代表団の団長として出席。 ③食品表示制度に関する効果的な普及啓発資材の印刷。 ④機能性表示の届出書類の確認、特定保健用食品の申請書類の確認、各種制度に関する照会事務への対応及び製造所固有記号の申請事務への対応。				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分	
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号	第四条	--	--	
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	第四十三条	--	--	

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	
	・消費者基本計画工程表（令和2年7月消費者政策会議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和5年6月16日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和6年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf	
	・健康・医療戦略（令和7年2月18日閣議決定）		https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kenkouiryousuisin/ketteisiryou/kakugi/r070218senryaku.pdf	
・紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応（令和6年5月31日 紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合）		https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/benikouji/dai2/taiou.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

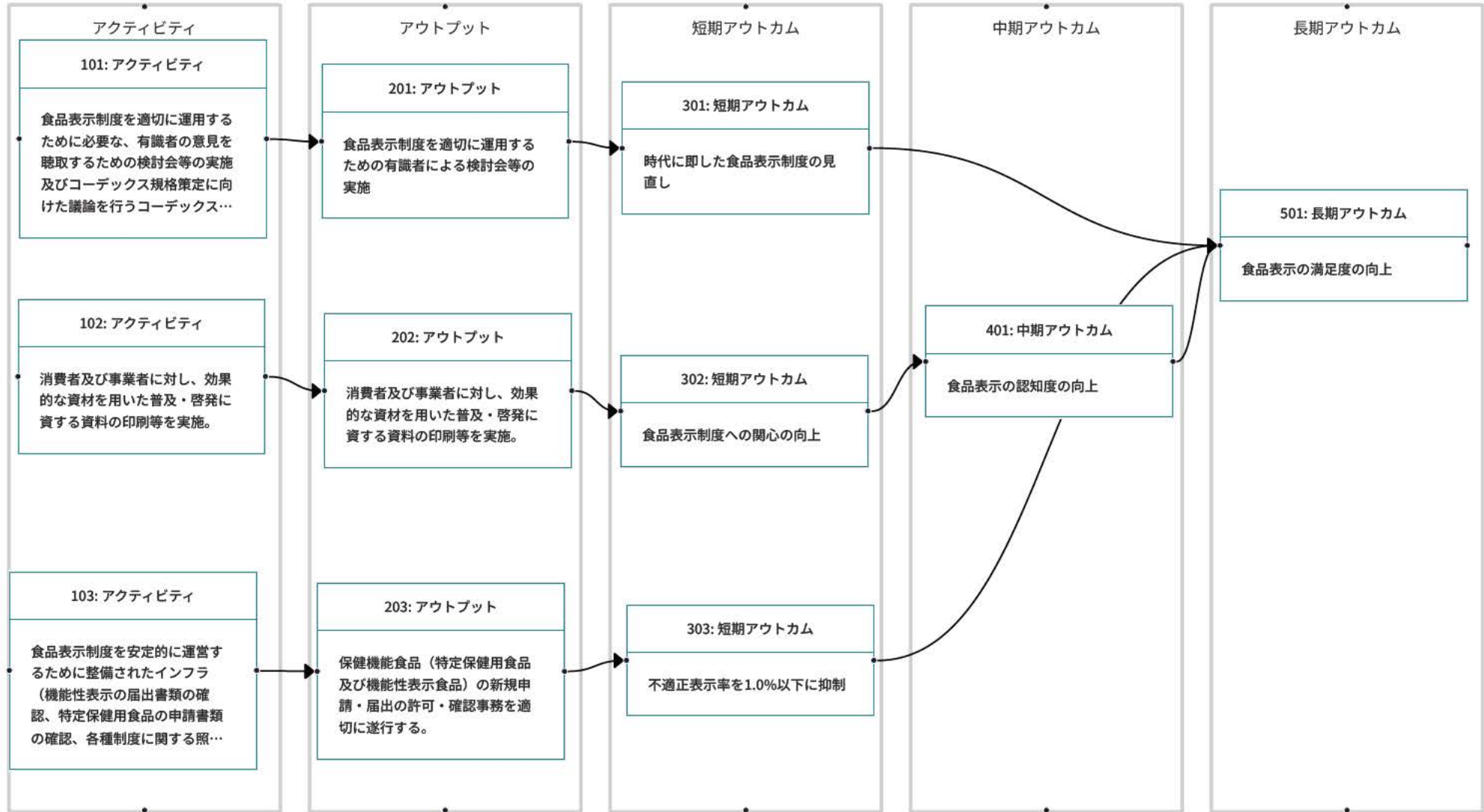
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		98,000	92,000	89,656	97,248	103,879
	当初予算		96,000	92,000	96,107	102,791	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		96,000	92,000	96,107	102,791	--
	執行額		95,000	97,218	89,491	--	--
	執行率		99%	105.7%	93.1%	--	--

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		--	54,930	54,930
		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		--	37,728	38,645
		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		--	5,743	5,541
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	3,156	3,497
		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		--	1,234	1,266

主な増減理由		その他特記事項
	単価の増加によるもの	--

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

<p>アクティビティ</p>	<p>食品表示制度を適切に運用するために必要な、有識者の意見を聴取するための検討会等の実施及びコーデックス規格策定に向けた議論を行うコーデックス委員会への出席。 具体的な実施内容としては、 ①食物アレルギー制度の特定原材料等の品目の見直しの検討等 ②特別用途食品の許可の検討の際に有識者の意見を聴取するための検討会を実施 ③コーデックス規格の策定に係る議論を行うコーデックス委員会等の国際会議等への出席</p>				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>食品表示制度を適切に運用するための有識者による検討会等の実施</p>	<p>活動指標</p>	<p>制度の適正化・充実を図るための検討会等の開催件数</p>	
<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<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）</p>	<p>検討会等の開催件数</p>		
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>		
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2022年度</p>	<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
<p>当初見込み／目標値(回)</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	<p>4</p>	
<p>活動実績／成果実績(回)</p>	<p>10</p>	<p>6</p>	<p>4</p>	<p>--</p>	
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>各検討会の結果を踏まえ、食品の安全性の確保及び消費者の合理的選択に資する時代に即した食品表示制度の見直しを実施。</p>				

短期アウトカム

成果目標

時代に即した食品表示制度の見直し

成果指標

制度改正

定性的なアウトカムに
関する成果実績

・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。

・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。

・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。

・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。

・紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応（令和6年5月31日紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合取りまとめ）を踏まえ、以下のとおり食品表示基準を改正。

①届出者の遵守事項として、健康被害と疑われる情報を収集し、健康被害と疑われる情報を得た場合には、速やかに都道府県知事等に提供するとともに、消費者庁長官に提供すること等を規定。

②届出日以降の科学的知見の充実により機能性関与成分について特定の保健の目的が期待できる旨の表示をすることが適切でないとして消費者庁長官が認めた食品は、機能性表示食品の要件を満たさないことを規定。

③届出者の遵守事項として、錠剤、カプセル剤等食品についてはGMPに基づく製造管理を規定。

④「機能性及び安全性について国による評価を受けたものではない旨」、「疾病の診断、治療、予防を目的としたものではない旨」、また、摂取する上での注意事項として、医薬品等との相互作用や過剰摂取防止のための注意喚起を具体的に記載する等、表示の方法や表示位置などの方式等を見直し。

⑤届出者の遵守事項として、届出者は、遵守事項を遵守してい

実績／目標／見込みの
根拠として用いた統計・データ名（出典）

--

		<p>ることを届出後一年ごとに自己評価し、その結果を毎年消費者庁長官に報告することを規定。</p> <p>⑥ ア) 当該食品に関する表示の内容、イ) 食品関連事業者名及び連絡先等の食品関連事業者に関する基本情報、ウ) 安全性及び機能性の根拠に関する情報、エ) 生産・製造及び品質の管理に関する情報、オ) 健康被害の情報収集体制及びカ) その他必要な事項について、届け出られるべき情報として具体的に規定するほか、様式等については内閣府告示で定めることを規定。</p> <p>⑦ 届出実績がない新規の機能性関与成分について、届出資料の確認に特に時間を要すると消費者庁長官が認める場合には、販売前の届出資料の提出期限について、原則 60 営業日を特例として 120 営業日とすることを規定。</p> <p>・特別用途食品（特定保健用食品を除く。）について、これまで「特別用途食品の表示許可等について」（令和元年 9 月 9 日消食表第 296 号消費者庁次長通知。以下「次長通知」という。）に規定していた必要的表示事項について、健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令（平成 21 年内閣府令第 57 号）に規定し、法令上明確化するとともに、経口補水液を販売する際の留意事項等について次長通知に規定。</p> <p>このほか、各種関係通知も改正。</p>		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	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	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	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	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	--	98	98	--
	達成率(%)	--	100	100	--

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	消費者及び事業者に対し、効果的な資材を用いた普及・啓発に資する資料の印刷等を実施。				
アウトプット	活動目標	消費者及び事業者に対し、効果的な資材を用いた普及・啓発に資する資料の印刷等を実施。		活動指標	食品表示に関する普及・啓発資材（パンフレット、ポスター等）の配布枚数
	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)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(枚)	293,748	12,763	11,461	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	作成した普及啓発資材を用いて、適切に普及・啓発に取り組むことで、食品表示へ関心を持った消費者及び事業者から当庁の関連するウェブサイトへのアクセスが増加する。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心の向上		成果指標	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	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）	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	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		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
	活動実績／成果実績(回)	4,576,478	6,572,624	5,914,984	--
	達成率(%)	114.4	164.3	147.9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の食品表示制度への関心が高まり、食品表示の認知度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度の向上		成果指標	食品表示の認知度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	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	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	65	65	65	65
	活動実績／成果実績(%)	56.3	56.5	60.8	--
	達成率(%)	86.6	86.9	93.5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」もあいまって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。普及啓発による食品表示制度の認知度の向上により、認知者を拡大した上で、最終的な消費者の満足度を向上することが重要である。
--------------------	--

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上		成果指標	食品表示の消費者の満足度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	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	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	--	98	98	--
	達成率(%)	--	100	100	--

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	食品表示制度を安定的に運営するために整備されたインフラ（機能性表示の届出書類の確認、特定保健用食品の申請書類の確認、各種制度に関する照会事務への対応及び製造所固有記号の申請事務への対応）の安定的な運用。				
アウトプット	活動目標	保健機能食品（特定保健用食品及び機能性表示食品）の新規申請・届出の許可・確認事務を適切に遂行する。	活動指標	保健機能食品（特定保健用食品及び機能性表示食品）の新規申請・届出確認数	
	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)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(回)	1,443	1,444	1,596	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>食品表示基準の見直しに伴う制度の安定的な運用のために、外部（消費者・事業者等）からの照会対応に適切に対応することで、不適正表示が減少する。</p> <p>なお、本事業における照会事項には、アウトプットに示した保健機能食品以外にも、各種制度に関する照会事務への対応及び製造所固有記号の申請事務への対応も存在し、その問合せ件数は以下のとおり。</p> <p><各種制度に関する照会への対応> 2022年度：20,272件、2023年度：9,614件、2024年度：16,728件</p> <p><製造所固有記号の申請事務への対応> 2022年度：8,371件、2023年度：8,883件、2024年度：8,763件</p> <p>これらの照会事務を通じて、制度が安定的に運用されていることが考えられ、その指標（短期アウトカム）として、不適正表示率を設定した。</p>				
短期アウトカム	成果目標	不適正表示率を1.0%以下に抑制	成果指標	加工食品の義務表示事項の不適正表示率	
	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）	一斉取締りの実施に伴う、加工食品における不適切表示の割合	
	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(%)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(%)	1.3	--	--	--
	達成率(%)	76.9	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>不適正表示率を継続的に低いレベルに抑えた結果、消費者からの本制度に対する信頼は高まり、これは時代に即した制度の見直しと相まって、消費者の本制度への満足度が向上する。</p>				

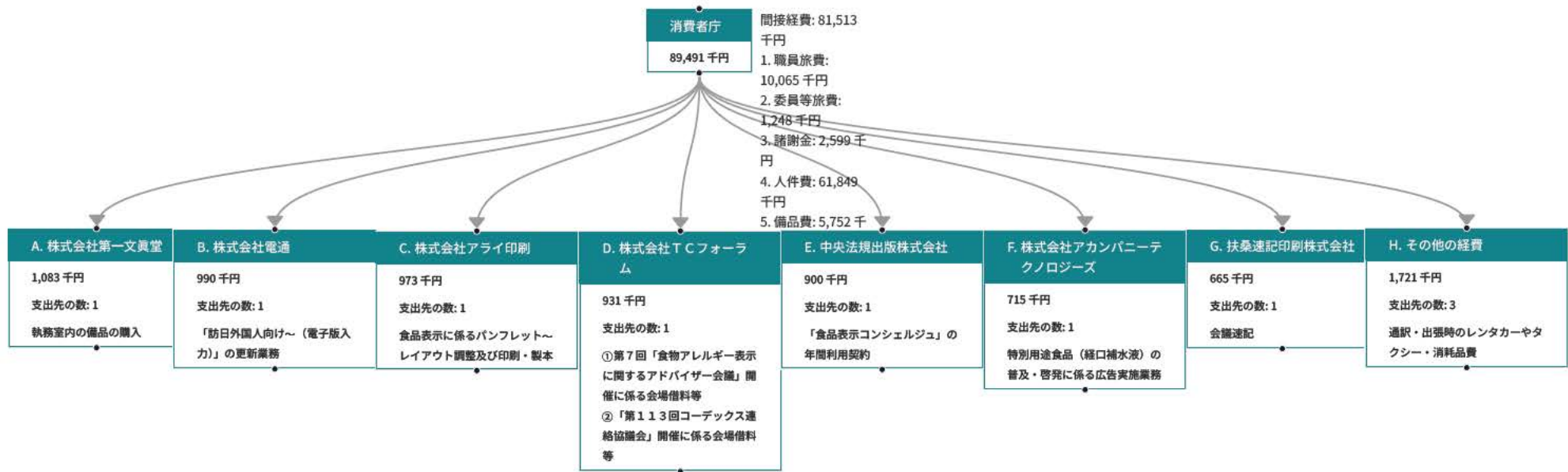
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上		成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	--	98	98	--
	達成率(%)	--	100	100	--
事業に関連する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	食品表示制度の運用は、消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保並びに国民の健康の増進に資するために不可欠であり、優先度が高く、かつ国において実施する必要があるが、上記の点検結果のとおり、活動実績が見込みに見合ったものであり、また、経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	本事業の結果、食品表示に対する消費者における満足度は高い水準となっており、引き続き、この水準が維持できるよう適切に実施する。		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に運用する。		
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	2023
	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	調達全般が少額のため随意契約による契約となっているが、引き続き複数社からの見積もりをとるなどにより競争性を確保しつつ適切な予算執行に努められたい。
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	可能な範囲で、より競争性の高い発注が行えるよう努めていきたいと考えているが、特定の表示事項が制度化されるまでの過程には、必要な要素が多くあり、予め計画を立てて進めることが困難なものがあることについてご理解いただきたい。			
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 株式会社第一文真堂		1,083	1	執務室内の備品の購入	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社第一文真堂		1,083	5010401017488		
	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
	執務室内の備品の購入 一般競争契約（最低価格）		1,083	--	--	
	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 株式会社電通		990	1	「訪日外国人向け～（電子版入力）」の更新業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社電通		990	5010401143788		
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	
「訪日外国人向け～（電子版入力）」の更新業務 随意契約（少額）		990	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		
C 株式会社アライ印刷		973	1	食品表示に係るパンフレット～レイアウト調整及び印刷・製本		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社アライ印刷		973	6010901000777			
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	
食品表示に係るパンフレット～レイアウト調整及び印刷・製本 随意契約（少額）		973	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TCフォーラム		931	1	①第7回「食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議」開催に係る会場借料等 ②「第113回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等		
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TCフォーラム	931	2120001077610		
	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113回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等 随意契約（少額）	503	1	--	--
	第7回「食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議」開催 に係る会場借料等 随意契約（少額）	428	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	中央法規出版株式会社	900	1	「食品表示コンシェルジュ」の年間利用契約	
	支出先名	支出額	法人番号		
	中央法規出版株式会社	900	1200001003377		
	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
	「食品表示コンシェルジュ」の年間利用契約 随意契約（その他）(特命随契)	900	1	--	業務に必要な情報を提供できる事業者が一者であったため
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	株式会社アカンパニーテクノロジーズ	715	1	特別用途食品（経口補水液）の普及・啓発に係る広告実施業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社アカンパニーテクノロジーズ	715	9011001129348		
	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
	特別用途食品（経口補水液）の普及・啓発に係る広告実施業務 随意契約（少額）	715	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	扶桑速記印刷株式会社	665	1	会議速記	
	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	
	扶桑速記印刷株式会社	665	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
	会議速記 随意契約（少額）	665	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	その他の経費	1,721	3	通訳・出張時のレンタカーやタクシー・消耗品費	
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他の経費	1,620	--		
	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
	書籍・備品等の購入 一般競争契約（最低価格）	1,620	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	タクシー会社	83	--		
	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
	タクシーの利用 一般競争契約（最低価格）	83	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	レンタカー会社	18	--		
	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
	レンタカーの利用 一般競争契約（最低価格）	18	--	--	

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
	B	株式会社電通	「訪日外国人向け～（電子版入力）」の更新業務	事業費	役務	900
	--	--	--	税額	消費税	90
	C	株式会社アライ印刷	食品表示に係るパンフレット～レイアウト調整及び印刷・製本	事業費	印刷製本費	885
	--	--	--	税額	消費税	88
	D	株式会社TCフォーラム	「第113回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等	事業費	会議	457
	--	--	--	税額	消費税	46
	E	中央法規出版株式会社	「食品表示コンシェルジュ」の年間利用契約	役務提供	アカウントの貸出し	900
	F	株式会社アカパニーテクノロジーズ	特別用途食品（経口補水液）の普及・啓発に係る広告実施業務	事業費	広告	650
	--	--	--	税額	消費税	65
	G	扶桑速記印刷株式会社	会議速記	事業費	速記	605
	--	--	--	税額	消費税	60

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

--

消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告

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 参事官（調査研究・国際担当）				
	作成責任者	森島英之				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000491	事業開始年度	2014	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	(27) 消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告		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	消費者白書（「消費者政策の実施の状況」及び「消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」）を作成し、消費者問題の現状等に対する消費者の理解促進を通じて、消費者被害の拡大及び発生防止を図る。				
	現状・課題	消費者の意識や行動等について、様々なツールを用いて調査を実施し、消費者問題の現状や求められる政策ニーズ等を把握する。 また、消費者白書について、消費者にとって有益な情報を記載するとともに、より多くの消費者に対して情報提供・周知啓発を行う。				
	事業の概要	<ul style="list-style-type: none">調査・研究<ul style="list-style-type: none">①消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策に関する調査・研究を実施する。②消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。消費者白書 次の情報を取りまとめ、消費者白書の作成・公表を行う。<ul style="list-style-type: none">①政府が講じた消費者政策の実施状況（消費者基本法に基づくもの）②消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果（消費者安全法に基づくもの）③その他、調査・研究の結果				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	消費者基本法	昭和四十三年法律第七十八号		第十条の二	--	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号		第十三条	--	--

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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.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	--			

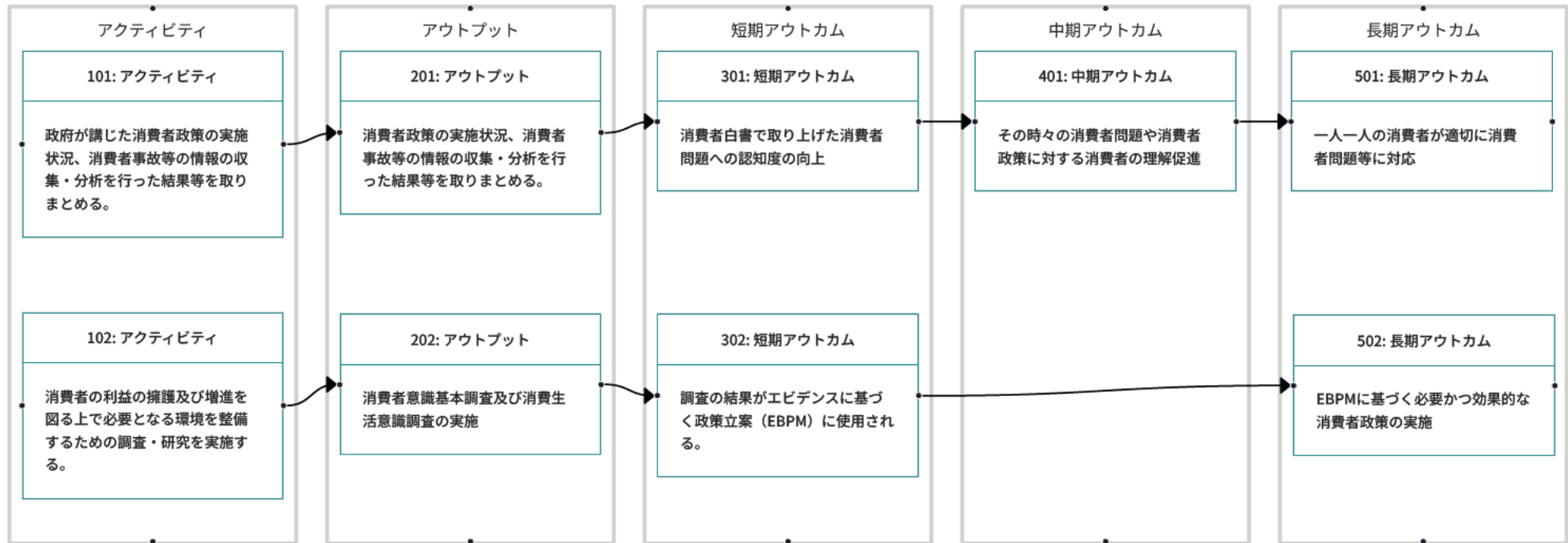
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		123,000	86,000	69,000	72,400	73,566
	当初予算		66,000	75,000	69,629	73,821	--
	補正予算		△60	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	811	--	--
	計		65,940	75,000	70,440	73,821	--
	執行額		60,000	61,281	59,887	--	--
	執行率		91%	81.7%	85%	--	--

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		--	59,470	52,427
		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	20,540
		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		--	324	304
		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		--	182	169
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	112	126
	主な増減理由	--			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	政府が講じた消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。				
アウトプット	活動目標	消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。		活動指標	消費者白書の作成・公表回数
	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(回数)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(回数)	1	1	1	1
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者に消費者白書で取り上げたその時々消費者問題等の内容を知ってもらうことにより、消費者問題や消費者政策の認知度が高まるため。				
短期アウトカム	成果目標	消費者白書で取り上げた消費者問題への認知度の向上		成果指標	消費者白書が全国紙（5大紙）で報道された回数
	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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(回数)	4	7	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	7	7	5	--
	達成率(%)	175	100	71.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者白書の内容を認識する者が増えることで、その時々消費者問題や消費者政策に対する理解促進につながるため。				

中期アウトカム	成果目標	その時々消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進	成果指標	その時々消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> ・白書講演会の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果等によれば、白書で取り上げた消費者問題や消費者政策について、高い理解度が得られた ・また、各府省庁や地方自治体の消費者行政担当者の理解促進につながった 	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	その時々消費者問題や消費者政策に関する消費者の理解促進については、その時々社会情勢によって取り上げる問題や力を入れる政策も左右されるため、消費者の理解促進についても一つの定量的な指標で測定することが難しい。	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	その時々消費者問題や消費者政策に対する理解が促進されることで、消費者においては、一人一人の消費者力が上がり消費者問題等の解決に資するようになるとともに、各府省庁や地方自治体においては、各組織において必要となる消費者政策が把握できるようになることから適切な消費者政策が行われるようになるため。			
長期アウトカム	成果目標	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応	成果指標	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活意識調査（「消費者トラブルに遭った際、相談するなど解決に向けた行動をする」ことを心がけているとした人の割合が7割以上） ・各省庁や地方自治体において消費者にとって必要な消費者政策の実施がとられるよう担保される効果があった 	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	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応することについて、消費者それぞれが対応する消費者問題は様々であるため、対応の程度を一つの定量的な指標で測定することが難しい。	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 102-202-302-502

アクティビティ	消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。				
アウトプット	活動目標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施		活動指標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施回数
	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		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回数)	1	7	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	7	6	7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	調査などで収集したエビデンスが政策立案に活用されることで、効果的な消費者政策が実施できるため。				
短期アウトカム	成果目標	調査の結果がエビデンスに基づく政策立案（EBPM）に使用される。		成果指標	消費者基本計画工程表においてKPIとして設定されている成果を測定した回数
	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"> ○消費者基本計画工程表（令和2年7月7日消費者政策会議決定）（令和6年6月14日改定） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf ○消費生活意識調査 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003 ○消費者意識基本調査 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002
	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(設問数)	--	26	29	--
	活動実績／成果実績(設問数)	26	29	28	--
	達成率(%)	--	111.5	96.6	--

↓ 後続アウトカム ↓へのつながり	消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現するため、エビデンスに基づく政策立案（EBPM）を実施する必要がある。			
長期アウトカム	成果目標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の実施	成果指標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の検討
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者基本計画工程表における重点施策のKPIに本事業の調査結果が活用され、かつ、同工程表の改定作業を通じて各施策のPDCAサイクルへ寄与	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	様々な消費者政策についてのEBPMに基づく効果的な改善状況を単一の定量的な指標をもって図ることは難しい。	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_cms102_240614_001.pdf		
	該当箇所	重点項目 1・3・8・9・10・12・13・14		

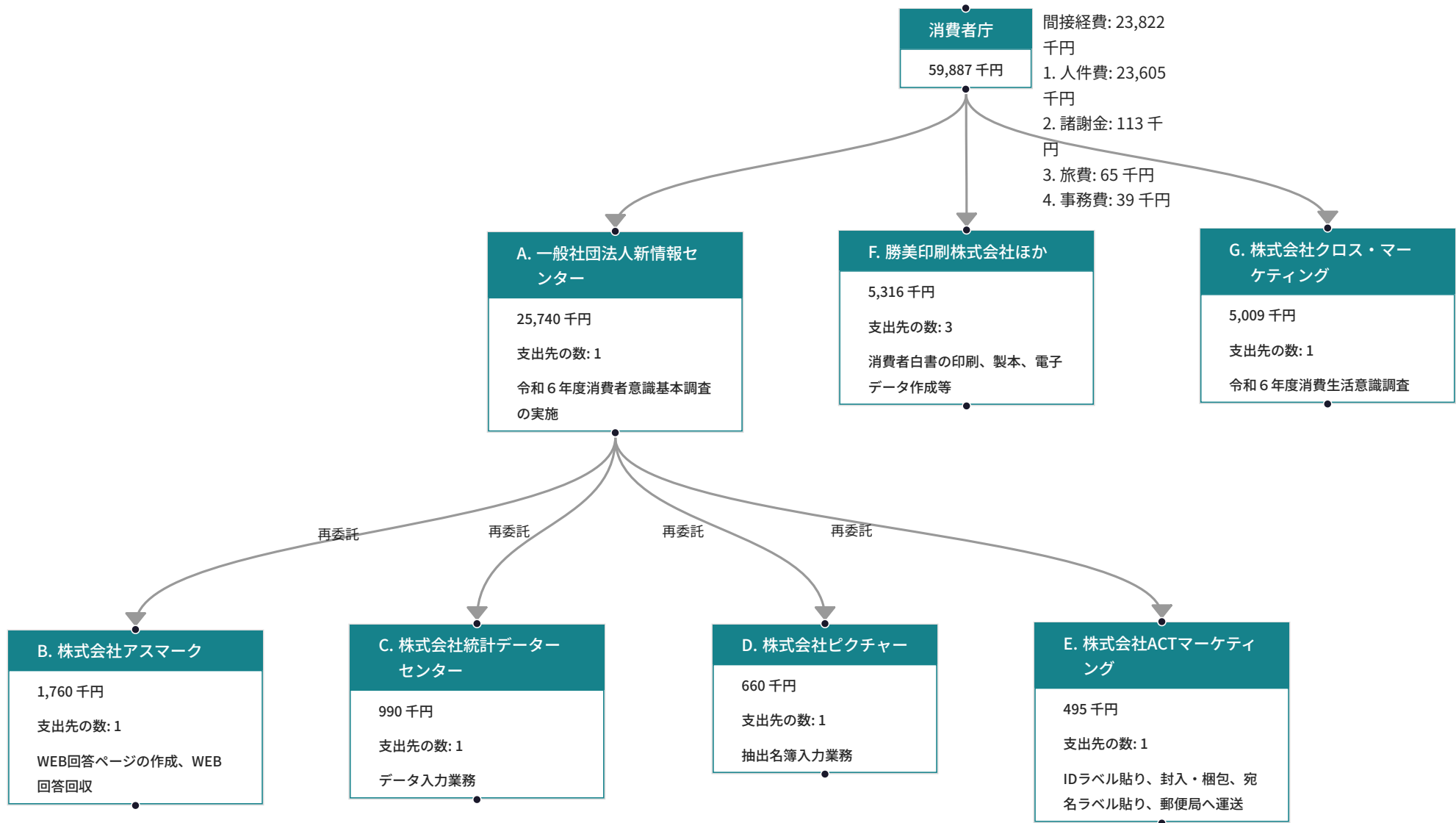
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者白書は、消費者基本法及び消費者安全法の規定に基づき、国会への報告を行うことが義務付けられており、必要不可欠である。また、当該白書において、消費者意識・行動や様々な政策ニーズについて記載できるように、消費者意識基本調査を実施し、調査結果に基づき消費者問題の現状や課題を分析している。 ・消費者白書の作成（及びそれに付随する意識基本調査の委託）においては、基本的には一般競争入札を行い、また、少額の事業に係る随意契約においても見積合わせを活用することで、より競争性が確保されるよう努めた。今後は、消費者白書のオンライン活用を推進することで、関係行政機関、地方公共団体及び国民生活センターへの冊子提供数について見直しを図り、更なる経費削減に努めている。 ・消費者白書は、印刷請負相手方において市販版も作成し、一般消費者が様々な媒体で消費者白書に触れることができるよう工夫を行っている。 		
	目標年度における効果測定に関する評価	アクティビティ102については、短期のアウトカムである収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう引き続き調査しつつ、2025年度から活動・成果目標の見直しを行う。		
	改善の方向性	引き続き、関係各所と連携し必要な調査・研究を行い、収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2025
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	<p>①標記のタイトルは、本事業が、「及び」でつながった二つの事柄が並列しているように見えながら、概要・目的欄の記述では、「白書」の作成を最終目標に据え、その白書の理解を通じて国民が消費者政策を広く理解していく事業であるかのように読めるものとなっている。点検・評価欄に、白書は国会への報告が義務付けられていると書かれているように、白書の作成は、一般国民が親しく接する情報提供の形とはなっていないのが現実である。白書の概要版の発行とか、様々な工夫も取り入れられていくものとは思われるが、「消費者意識・行動の調査・分析」は欠かせない一方で、それは国会提出を目的とする「白書」に結実すべきものとは限定せず、様々な形で、国民の問題意識にきめ細かく応えていく成果物を生み出すことで、高い関心呼び起こしていくべきものと思う。白書の存在を否定するものではないが、白書が消費者庁の活動の集大成であるかのように位置付けることには、無理があるように思われる。事業の在り方自体の再検討を考えるべき時期ではなかろうか。</p> <p>②消費者意識・行動等の調査・分析については、新未来創造戦略本部の知見等も活用し、より高度な分析等に取り組むことも重要ではないか。消費者白書に係る全国紙の報道だけでなく、SNSやウェブサイトへのアクセス数等、多様な媒体の実績を公表することも必要ではないか。</p> <p>③短期アウトカムが「消費者白書が全国紙（5大紙）で報道された回数」となっているが、これは妥当だろうか。また、7回という目標値の妥当性はどうか。</p> <p>中期のアウトカムが「その時々の消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進」となっており、数値目標が記載されていないが、それを読み取れる代替的な目標値の作成は可能か再考を。また、「白書」の作成それ自体がこの目標に与える効果よりも、各種消費者教育、啓蒙の諸活動が大きいと思われる。「消費者白書は、印刷請負相手方において市販版も作成し、一般消費者が様々な媒体で消費者白書に触れることができるよう工夫を行っている。」との記述もあるが、ロジックにその要因が大きいのであればより強調すべきでは。認識という意味では、各種商業誌等での引用回数、学校教育における使用頻度が関連するだろうが、意識の変化にどの程度繋がるかのロジックが見えにくい問題も。ロジックモデルが作りにくいところ。</p>		
	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	<p>アウトプットやアウトカムの内容や評価方法等を再考していく余地があるように思われる。</p> <p>活動・成果目標の見直しを適宜行っていただきたい。</p> <p>引き続き必要な調査・研究を行い、より多くの消費者に対して情報提供・周知啓発に取り組んでいただきたい。</p>

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	御指摘を踏まえ、適切な目標等の設定について検討を続けるとともに、引き続き必要な調査・研究を行い、消費者に対し効果的な情報提供・周知啓発に取り組んでいく。			
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	一般社団法人新情報センター	25,740	1	令和6年度消費者意識基本調査の実施	
	支出先名		支出額	法人番号		
	一般社団法人新情報センター		25,740	1011005000041		
	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年度消費者意識基本調査 一般競争契約(最低価格)		25,740	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	株式会社アスマーク	1,760	1	WEB回答ページの作成、WEB回答回収	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社アスマーク		1,760	2010901015886		
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年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収 その他(Aの再委託)		1,760	--	--	--	
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	株式会社統計データセンター	990	1	データ入力業務		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社統計データセンター		990	6030001088118			
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年度消費者意識基本調査」業務に係るデータ入力業務 その他(Aの再委託)		990	--	--	--	
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	株式会社ピクチャー	660	1	抽出名簿入力業務		
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	
	株式会社ピクチャー	660	6010001055086		
	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年度消費者意識基本調査」業務に係る抽出名簿入力業務 その他(Aの再委託)	660	--	--	--
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ACTマーケティング	495	1	IDラベル貼り、封入・梱包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ACTマーケティング	495	7040001025465		
	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年度消費者意識基本調査」業務に係るIDラベル貼り、封入・梱包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送 その他(Aの再委託)	495	--	--	--
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	勝美印刷株式会社ほか	5,316	3	消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等	
	支出先名	支出額	法人番号		
	勝美印刷株式会社	4,397	9010001001855		
	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年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等の作業請負 一般競争契約（最低価格）	4,090	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	令和7年度消費者白書に掲載する図表画像の作成作業請負 随意契約（少額）	200	1	--	--
	令和6年版消費者白書市販版の購入 随意契約（少額）	106	1	--	--
	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	
	株式会社明和サービス	754	8011201011876		
	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年度版消費者白書の梱包・発送 随意契約（少額）	754	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社エアクレーレン	165	4010401004009		
	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年版消費者白書』概要版の英訳業務 随意契約（少額）	165	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	株式会社クロス・マーケティング	5,009	1	令和6年度消費生活意識調査	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社クロス・マーケティング	5,009	9010001086351		
	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年度消費生活意識調査 一般競争契約（最低価格）	5,009	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	一般社団法人新情報センター	令和6年度消費者意識基本調査	雑役務費	令和6年度消費者意識基本調査の実施	21,835
--	--	--	再委託費	WEB回答ページの作成、回答回収業務を株式会社アスマークに業務委託	1,760
--	--	--	再委託費	データ入力業務を株式会社統計データセンターに業務委託	990
--	--	--	再委託費	抽出名簿入力業務を株式会社ピクチャーに業務委託	660
--	--	--	再委託費	IDラベル貼り、封入・梱包等業務を株式会社ACTマーケティングに業務委託	495
B	株式会社アスマーク	「令和6年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収	雑役務費	WEB回答ページの作成、WEB回答回収	1,760
F	勝美印刷株式会社	令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等の作業請負	印刷製本費	令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等	4,090
G	株式会社クロス・マーケティング	令和6年度消費生活意識調査	雑役務費	令和6年度消費生活意識調査	5,009

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

--

消費者行政に係る国際的な連携の強化

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 参事官（調査研究・国際担当）				
	作成責任者	小田典靖 森島英之				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000457	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	(28) 消費者行政に係る国際的な連携の強化		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	グローバル化やデジタル化の進展等による越境的な取引の増加等に伴い、様々な消費者問題が国境を越えて発生している。解決に当たっては、海外当局との連携強化が必要であり、また、新たな消費者問題は、世界共通であるため感度高く国際的な動向を注視する必要がある。それらのことを通じて、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。				
	現状・課題	様々な消費者問題が国境を越えて発生しており、その解決に当たっては、海外当局との連携を強化していくことが求められる。また、海外で発生している消費者問題等を迅速に把握し、適切に対応する必要がある。				
	事業の概要	OECD消費者政策委員会を始めとする国際会合への参画等を通じ、国際的な知見の収集や連携の強化を行う。また、海外当局との協力・連携の促進のため、国際会合等を通じて各国消費者行政機関との間で協力関係構築のための協議・意見交換等を行う。 消費者庁新未来創造戦略本部において、国際共同研究等の新たな取組を推進し、有用な施策の積極的な導入に取り組むとともに、国際シンポジウム等を開催し、各国の法制度や現状を把握するとともに、日本の消費者行政を発信する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	消費者基本法	昭和四十三年法律第七十八号		第二十一条	--	--

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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.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

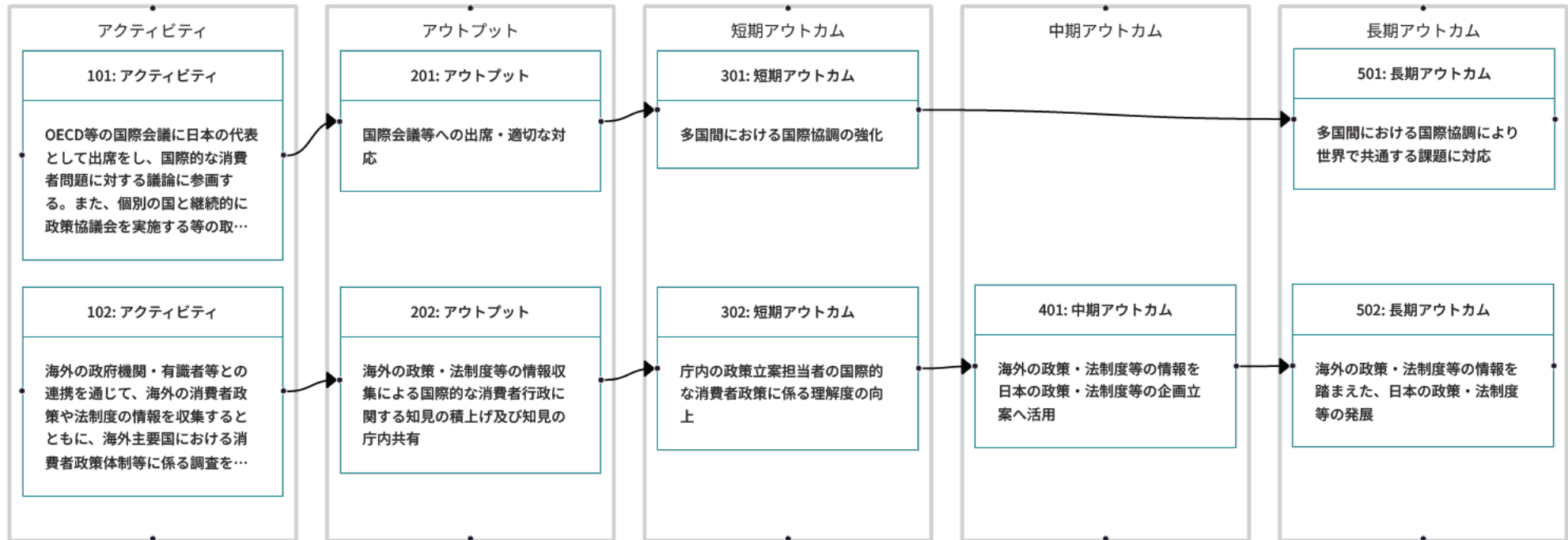
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	168,000	150,000	157,000	143,778	143,054
	当初予算	95,000	107,000	130,178	137,748	--
	補正予算	△23	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	△3,233	1,836	--	--
	計	94,977	103,767	132,014	137,748	--
	執行額	76,000	71,784	84,951	--	--
	執行率	80%	69.2%	64.3%	--	--

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	--	22,115	--		
		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		--	67,198	66,267
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 経済協力開発機構拠出金		--	40,287	40,287
		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		--	22,365	28,413
		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 / 委員等旅費		--	1,032	1,032
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	0	209	

主な増減理由	--	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	OECD等の国際会議に日本の代表として出席をし、国際的な消費者問題に対する議論に参画する。また、個別の国と継続的に政策協議会を実施する等の取組で、充実した政策対話を行う。					
アウトプット	活動目標	国際会議等への出席・適切な対応		活動指標	国際会議等への出席回数	
	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(件)	0	36	36	36	
	活動実績／成果実績(件)	36	47	52	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	OECD等の国際会議における多国間での取組及び個別の国・地域等と密接に連携できる関係を構築する必要があるため。					
短期アウトカム	成果目標	多国間における国際協調の強化		成果指標	多国間における国際協調への貢献状況	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	OECD消費者政策委員会及び製品安全作業部会において、副議長を長年務めており、議論を主導する重要な役割を担っている。		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	多国間における国際協調については、個別の国・地域等との関係構築度合いを定量指標で測定することが難しい。		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	個別の国・地域等との会議に参加し、重要な役割を担う等を通じて、多国間における関係の構築を維持・強化することで、世界で共通する課題に対応できる関係にしておくため。					
長期アウトカム	成果目標	多国間における国際協調により世界で共通する課題に対応		成果指標	国際的キャンペーンへの参加回数	
	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	目標年度 2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(回)	3	2	3	2	2
	活動実績／成果実績(回)	3	2	2	--	--
	達成率(%)	100	100	66.7	--	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-502

アクティビティ	海外の政府機関・有識者等との連携を通じて、海外の消費者政策や法制度の情報を収集するとともに、海外主要国における消費者政策体制等に係る調査を実施している。これらによって得られた、海外の政策・法制度に関する情報は、庁内に共有している。				
アウトプット	活動目標	海外の政策・法制度等の情報収集による国際的な消費者行政に関する知見の積上げ及び知見の庁内共有	活動指標	連携した国等の数	
	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）	活動指標については、国際的な知見の収集等に資する取組の状況がより適切に把握できるよう「国際シンポジウム等の開催件数」から「連携した国等の数」に変更した。	
	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		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	5	9	10	6
	活動実績／成果実績(件)	9	10	1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	収集した海外の政策・法制度等の国際的な消費者行政に関する知見を庁内共有する際、分かりやすい情報発信がなされることで、庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上が期待されるため。				
短期アウトカム	成果目標	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上	成果指標	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解促進の状況	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	海外の政府機関との交流や連携によって得られた知見の報告等を行うことを通じて、国際的な消費者政策に係る理解促進に寄与した。	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	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上を定量指標で測定することが難しい。	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	海外の政策・法制度等の情報が企画立案にいかされることで、より視野の広く、高いレベルの検討が可能となるため。				
中期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を日本の政策・法制度等の企画立案へ活用	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を日本の政策・法制度等の企画立案へ活用	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	海外の政策・法制度等の情報（例：デジタル社会における消費者法制の比較法研究）を、今後の検討にも資する参考資料として庁内の政策立案担当者に共有した。	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	政策・法制度の企画立案への活用状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	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	海外の政策・法制度等の情報をいかして日本の政策等を行っていくことが重要であるため。				

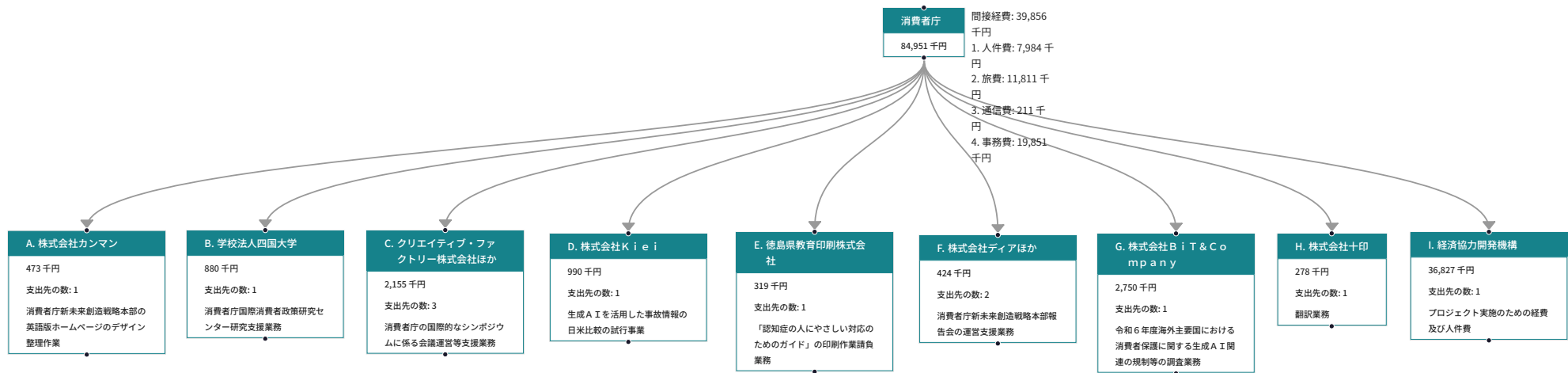
長期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の発展	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	共有された海外の政策・法制度等の情報（例：デジタル社会における消費者法制の比較法研究）も参考としつつ、日本の政策等が進められた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	海外の情報を踏まえた政策・法制度の実施状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連する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	<ul style="list-style-type: none"> ・国際的な情報交換や議論を通し、協力の推進・強化を積極的に行うことは重要であり各国の政策当局との協力関係の構築を図るためには、我が国を代表する政府機関の国際会議等への参加が必要不可欠である。また、グローバル化やデジタル化が進展し、消費者問題が多様化・複雑化する中、既存の枠組みにとられない実効的な施策の検討・展開が求められており、学術的な知見や諸外国の先進的事例・先行研究等の政策対話等を通じた収集、また、それらを踏まえた調査研究等が不可欠である。 ・OECDへの拠出金について、日本の問題意識を的確に反映するために合理的かつ真に必要なものに限定して支出している。また調達手続においては、競争入札又は見積合わせを行うことで、競争性の確保に努めている。 ・国際交流や調査研究を通じて得られる海外の情報は、我が国の中長期的な消費者政策の立案や法制度の発展に資するものであり必要不可欠である。また、支出は海外の機関等との交流や調査研究、消費者庁の施策の情報発信のために支出した経費として真に必要なものである。 		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、多国間での取組及び個別の国・地域等と密接に連携できる関係を構築し、また海外の消費者政策・法制度の情報を収集し日本の政策等に活用できるように、適切かつ効果的な事業の執行を行っていく。		
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	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。
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	御指摘を踏まえ、引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図っていく。			
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 株式会社カンマン		473	1	消費者庁新未来創造戦略本部の英語版ホームページのデザイン整理作業		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社カンマン		473	1480001000330			
	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	
	消費者庁新未来創造戦略本部の英語版ホームページのデザイン整理作業 随意契約(少額)		473	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 学校法人四国大学		880	1	消費者庁国際消費者政策研究センター研究支援業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	学校法人四国大学		880	1480005000368			
	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	
	消費者庁国際消費者政策研究センター研究支援業務 随意契約(少額)		880	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		
	C クリエイティブ・ファクトリー株式会社ほか		2,155	3	消費者庁の国際的なシンポジウムに係る会議運営等支援業務		
	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		919	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	
	消費者庁の国際的なシンポジウムに係る会議運営等支援業務 一般競争契約(最低価格)		919	5	--	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			
勝美印刷株式会社		643	9010001001855				
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	
	消費者庁の国際的なシンポジウムの成果の印刷製本等業務 随意契約（少額）	643	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社タトル・モリエイジェンシー		592	7010001243805		
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
海外有識者の動画撮影に係るキャスティング・動画撮影補助 随意契約（少額）		592	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K i e i	990	1	生成A Iを活用した事故情報の日米比較の試行事業	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社K i e i		990	6011103012727		
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
生成A Iを活用した事故情報の日米比較の試行事業 随意契約（少額）		990	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	徳島県教育印刷株式会社	319	1	「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」の印刷作業請負業務	
支出先名		支出額	法人番号		
徳島県教育印刷株式会社		319	1480001001411		
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
「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」の印刷作業請負 業務 随意契約（少額）		319	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	株式会社ディアほか	424	2	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の運営支援業務	
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	
	株式会社ディア	324	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
	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の運営支援業務 随意契約（少額）	324	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人A	100	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
	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の周知資料作成作業 随意契約（少額）	100	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B i T & Company	2,750	1	令和6年度海外主要国における消費者保護に関する生成A I 関連の規制等の調査業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社B i T & Company	2,750	7010001234218		
	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年度海外主要国における消費者保護に関する生成A I 関連の規制等の調査業務 一般競争契約（最低価格）	2,750	7	--	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	株式会社十印	278	1	翻訳業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社十印	278	3010401048213		
	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2回日EU消費者政策実務者協議」資料の翻訳業務 随意契約（少額）	170	1	--	--
	「日EU政策協議」資料の翻訳業務 随意契約（少額）	81	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	
	「世界消費者権利デーに係る大臣メッセージ」の翻訳業務 随意契約（少額）	28	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	経済協力開発機構	36,827	1	プロジェクト実施のための経費及び人件費	
	支出先名	支出額	法人番号		
	経済協力開発機構	36,827	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
	任意拠出金 その他(任意拠出)	36,827	--	--	--
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
G	株式会社 B i T & C o m p a n y	令和6年度海外主要国における 消費者保護に関する生成 A I 関 連の規制等の調査業務	雑役務費	令和6年度海外主要国における消費者保護 に関する生成 A I 関連の規制等の調査業務	2,750
I	経済協力開発機構	任意拠出金	任意拠出金	プロジェクト実施のための経費及び人件費	36,827
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

--

公益通報者保護制度の推進

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 参事官（公益通報・協働担当）				
	作成責任者	茶谷晋太郎				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000463	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	(29) 公益通報者保護制度の推進		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	<p>公益通報は、消費者の安全・安心を損なう事業者の法令違反を早期に是正し、被害の防止を図る点で消費者の安全・安心に資するものである。また、事業者にとっても、通報に適切に対応し、リスクの早期把握及び自浄作用の向上を図ることにより、企業価値及び社会的信用を向上させることができ、社会全体の利益を図る上で有用である。これらの意義を踏まえ、公益通報者保護制度の周知・啓発、通報窓口の整備促進、運用に関する情報収集・調査研究等を実施することで、公益通報者保護制度を推進し、公益通報者が守られるとともに、事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会経済の健全な発展が進むことを目的とする。</p>			
	現状・課題	<p>事業者の内部公益通報対応体制の整備を義務付ける等の内容を含む改正公益通報者保護法が令和4年6月1日に施行された。施行から2年超が経過したところ、大手企業であっても内部公益通報対応体制が整備されていない事例が見られ、また、消費者庁が令和6年に公表した就労者、民間事業者及び行政機関に対する実態調査では、以下で示すような課題が明らかとなった。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・従業員数300人超の事業者に勤める人の半分超が、内部通報制度を理解していない、内部通報窓口の設置を認知していないと回答するなど、事業者による就労者への周知・研修は必ずしも徹底されていないこと ・3分の2の民間事業者が、年間の通報受付件数について、「0件」、「1－5件」又は「把握していない」と回答しており、窓口を設置していても、その活用は十分ではないこと ・一定割合の事業者が、通報の受付や調査・是正を行う従事者を指定していない、内部規程を整備していない、通報を理由とする不利益取扱いの禁止について周知していないこと <p>このため、公益通報者保護制度の認知度や理解度等の向上及び事業者における内部公益通報対応体制の徹底・促進を更に図る必要がある。</p>			
	事業の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・労働者及び事業者に向けた公益通報者保護制度の周知・啓発に必要な動画・研修素材等を作成し、これらを活用した周知・啓発活動を行う。 ・改正公益通報者保護法の施行により義務付けられた事業者の内部公益通報対応体制の整備義務（中小事業者は努力義務）に関し、民間事業者及び行政機関における体制整備状況に関する実態調査結果も踏まえ、事業者向けの研修会の実施等を通じ整備促進を図るとともに、体制整備状況の把握に努め、事業者の自主的な取組を促進する施策等を実施する。 ・国内・海外における公益通報者保護制度に関する実態調査を行い、周知・啓発や体制整備の促進、法制度の見直しにいかす。 			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	公益通報者保護法	平成十六年法律第百二十二号	--	--	--
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2.（4）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf			
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章2.（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	--				

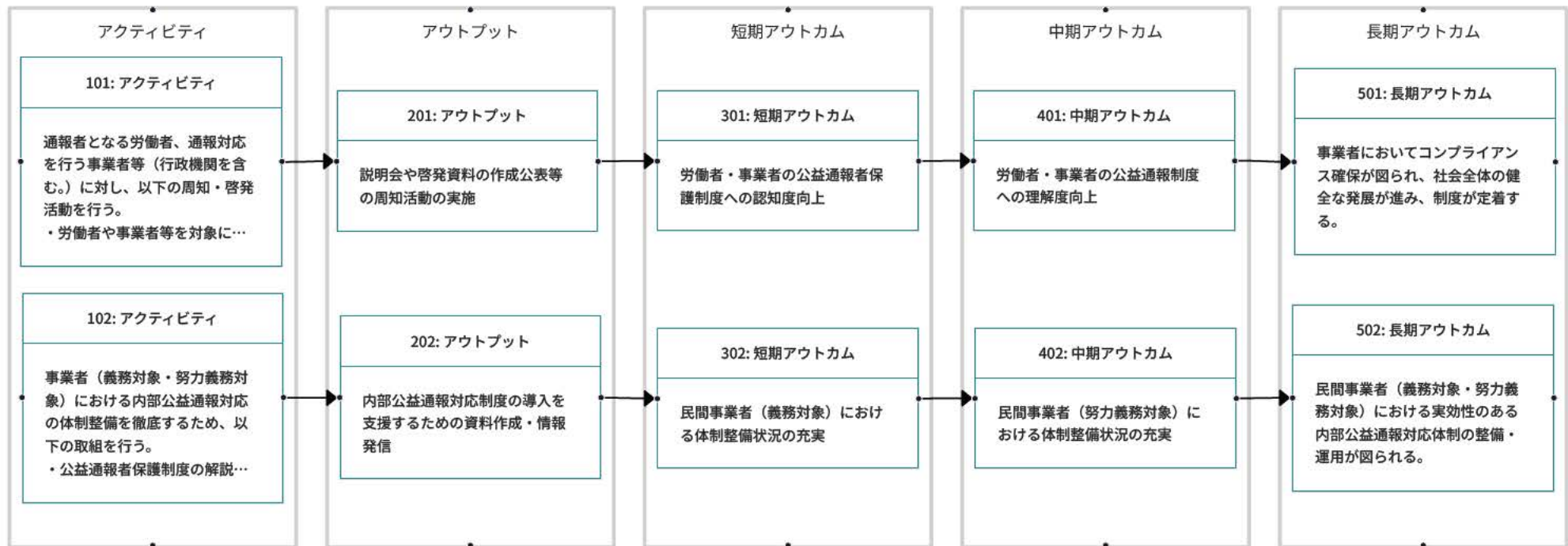
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	60,000	116,200	91,000	235,326	147,329
	当初予算	92,200	102,000	90,604	147,329	--
	補正予算	--	88,000	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	47,850	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	92,200	190,000	138,454	147,329	--
	執行額	46,000	144,473	93,658	--	--
	執行率	49.9%	76%	67.6%	--	--

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	--	--	--	--	
		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		--	110,867	110,151
		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		--	26,723	26,645
		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		--	4,657	4,303
		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		--	3,344	3,408
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	1,738	1,914
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 審査活動旅費		--	--	908
主な増減理由	--			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	<p>通報者となる労働者、通報対応を行う事業者等（行政機関を含む。）に対し、以下の周知・啓発活動を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> 労働者や事業者等を対象に、事業者向け・行政機関向け説明会を開催する。 啓発資料（動画やリーフレット等）を作成・公表するとともに、ターゲット（経営者・就労者）を絞った効果的な周知啓発活動（電車広告、WEB広告等）を実施する。 公益通報者保護法のQ&Aを作成し、消費者庁ウェブサイトで公表する。 裁判事例を収集・分析し、消費者庁ウェブサイトで公表する。 							
アウトプット	活動目標	説明会や啓発資料の作成公表等の周知活動の実施			活動指標	説明会参加者数		
	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）	消費者庁が開催した事業者向け・行政機関向け説明会の参加者総数を算出		
	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(人)	2,000		2,000		2,000		2,000
	活動実績／成果実績(人)	2,078		2,503		424		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>説明会の開催や啓発資料の作成・公表により公益通報者保護制度について周知を図り、労働者や事業者は、公益通報者保護制度の存在を知ることで、公益通報に対する意識の醸成へのきっかけとなると考えられるため、制度に対する認知度をアウトカムとして設定。</p>							
短期アウトカム	成果目標	労働者・事業者の公益通報者保護制度への認知度向上			成果指標	就労者の公益通報者保護制度に対する認知度		
	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）	内部通報制度に関する就労者1万人アンケート調査（令和5年度） ※本調査は法の施行状況を確認するために定期的実施することとしている		
	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	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	30	--	--	--	--	--	50
	活動実績／成果実績(%)	38.6	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	128.7	--	--	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>公益通報者保護制度に対する認知度向上（制度の存在の認知）により、その次の段階として公益通報者保護制度の内容への理解へと進むことができると考えられるため、制度に対する理解度をアウトカムとして設定。</p>							

中期アウトカム	成果目標	労働者・事業者の公益通報制度への理解度向上			成果指標	就労者の公益通報制度に対する理解度		
	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）	内部通報に関する就労者1万人アンケート調査（令和5年度） ※本調査は法の施行状況を確認するために定期的実施することとしている		
	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	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	25	--	--	--	--	--	40
	活動実績／成果実績(%)	30.2	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	120.8	--	--	--	--	--	--

↓
後続アウトカムへのつながり

公益通報者保護制度への認知・理解が進むことで、制度の定着、すなわち労働者等による通報や、事業者におけるコンプライアンス確保等の社会的気運が醸成されると考えられるため、制度の定着をアウトカムとして設定。

長期アウトカム	成果目標	事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会全体の健全な発展が進み、制度が定着する。			成果指標	公益通報者保護制度の社会全体における定着状況		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	内部通報制度の理解度が高いほど、勤務先で重大な法令違反を目撃した場合の通報意欲が高い傾向にある、また、同制度を導入している事業者の不正発見の端緒として「内部通報」の回答割合が最も高い（76.8%）等の結果が得られている。 （内部通報制度に関する就労者1万人アンケート調査（令和5年度）、民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和5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	社会全体で定着したと言えるには、各人における認知・理解度の向上のほか、事業者における体制整備・運用が図られる等、複合的に評価されるもので、単一のアウトカム指標の設定が困難なため			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 102-202-302-402-502

<p>アクティビティ</p>	<p>事業者（義務対象・努力義務対象）における内部公益通報対応の体制整備を徹底するため、以下の取組を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公益通報者保護制度の解説動画や内部規程例等の「内部通報制度導入支援キット」を作成し、消費者庁ウェブサイト「はじめての公益通報者保護法」ページで公開する。 ・事業者の体制整備状況を把握するとともに、体制整備義務等に違反する事業者に対する行政措置（任意の問合せを含む。）等を実施する。 ・労働者や事業者等を対象に、事業者向け・行政機関向け説明会を開催する。 				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>内部公益通報対応制度の導入を支援するための資料作成・情報発信</p>	<p>活動指標</p>	<p>消費者庁ウェブサイト「はじめての公益通報者保護法」へのアクセス数</p>	
<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<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）</p>	<p>--</p>	
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>	
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>	
<p>当初見込み／目標値(件)</p>		<p>20,000</p>	<p>20,000</p>	<p>20,000</p>	
<p>活動実績／成果実績(件)</p>		<p>21,458</p>	<p>28,523</p>	<p>--</p>	
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>説明会の開催や啓発資料の作成・公表により、公益通報者保護制度に対する理解を深めるとともに、事業者の通報担当者の知見・ノウハウの引継ぎ・更新を図ることができ、内部公益通報対応体制の継続した充実化を図ることが可能となると考えられるため、短期アウトカムとしては、民間事業者（義務対象）における体制整備状況を設定。</p>				
<p>短期アウトカム</p>	<p>成果目標</p>	<p>民間事業者（義務対象）における体制整備状況の充実</p>	<p>成果指標</p>	<p>民間事業者（義務対象）における窓口設置等の体制整備状況</p>	
<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<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）</p>	<p>民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和5年度）※本調査は法の施行状況を確認するために定期的実施することとしている</p>	
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>	
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>	<p>目標年度 2026年度</p>
<p>当初見込み／目標値(%)</p>		<p>85</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>95</p>
<p>活動実績／成果実績(%)</p>		<p>91.5</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>--</p>
<p>達成率(%)</p>		<p>107.6</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>努力義務対象にとどまる民間事業者においても、内部公益通報対応体制整備の促進・充実が図られることにより、同制度が定着し、これまで通報をためらっていた労働者等の通報が期待できるようになるとともに、事業者においてもコンプライアンス確保が図られるようになると考えられるため、民間事業者（努力義務対象）の体制整備状況をアウトカムとして設定。</p>				

中期アウトカム	成果目標	民間事業者（努力義務対象）における体制整備状況の充実		成果指標	民間事業者（努力義務対象）における窓口設置等の体制整備状況
	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）	民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和5年度） ※本調査は法の施行状況を確認するために定期的実施することとしている
	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	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	35	--	--	60
	活動実績／成果実績(%)	46.9	--	--	--
	達成率(%)	134	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者の規模にかかわらず、民間事業者における内部公益通報対応体制整備の促進・充実が図られることにより、同制度が定着し、これまで通報をためらっていた労働者等の通報が期待できるようになるとともに、事業者においてもコンプライアンス確保が図られるようになると考えられるため、成果目標として実効性のある内部公益通報体制の整備・運用をアウトカムとして設定。				
長期アウトカム	成果目標	民間事業者（義務対象・努力義務対象）における実効性のある内部公益通報対応体制の整備・運用が図られる。		成果指標	民間事業者（義務対象・努力義務対象）における実効性のある体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	内部通報窓口の年間受付件数が、「0件」、「1～5件」又は「把握していない」と回答した事業者は65%で、平成28年度調査の77%より12%ポイント改善する等、窓口の活性化が図られているとの結果が得られた。 （民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和5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	体制整備・運用が実効性をもつかどうかは、内部規程の策定有無のほか、通報窓口の活用・周知状況等、複合的に評価されるものであり、単一のアウトカム指標の設定は困難なため		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

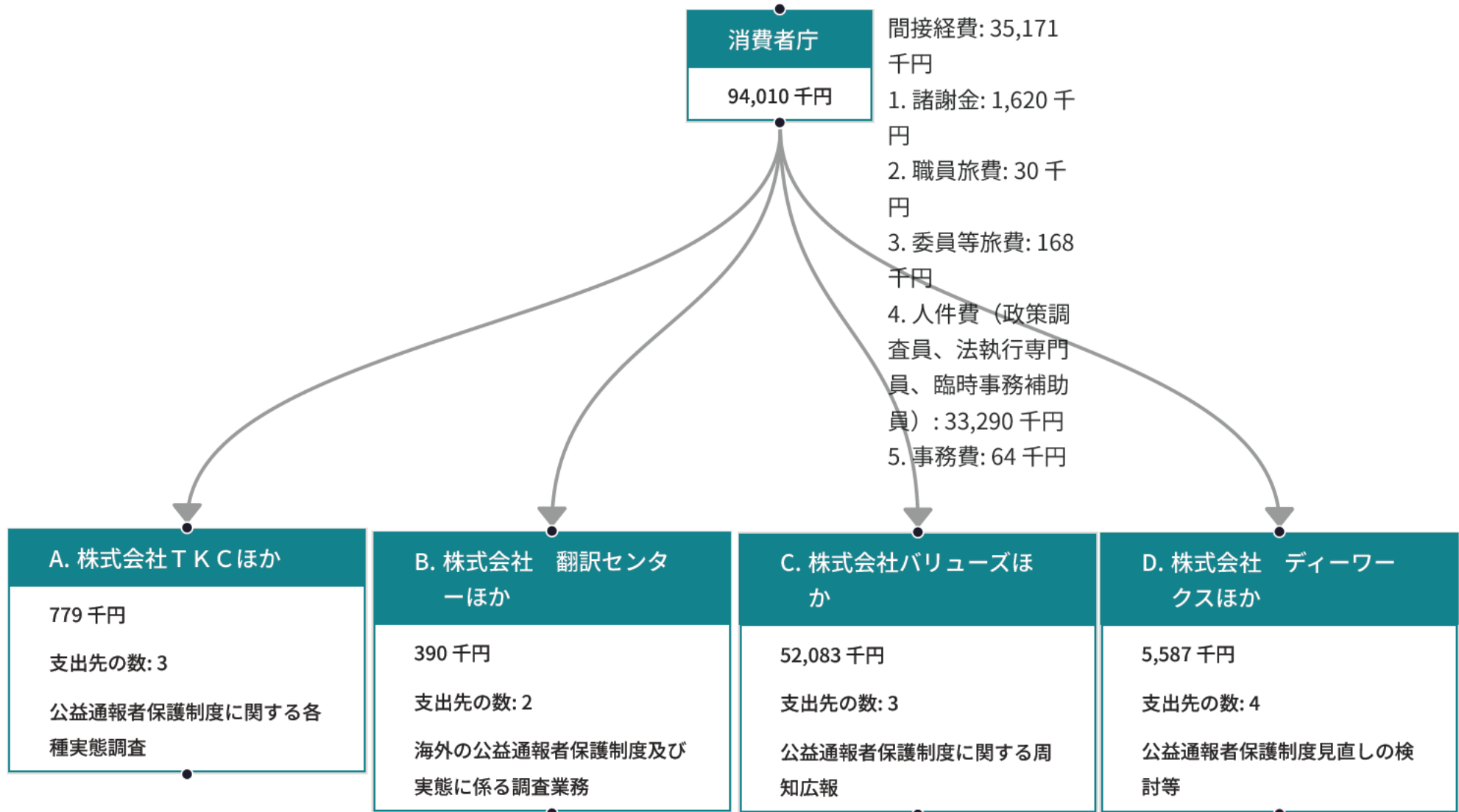
<p>事業所管部局による点検・改善</p>	<p>点検結果</p>	<p><必要性> 公益通報者保護制度の推進による、企業不祥事等の早期是正が図られる環境の整備は、企業等の法令遵守を促進し、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現につながることから、必要性が高い事業である。</p> <p><効率性> 令和6年度の執行率が67.6%となっており、令和5年度（76%）から落ちている。これは、令和6年度では法制度の見直しを主たる業務として行っており、令和5年度と比較して、実態調査や周知・啓発に係る業務が減少したためである。</p> <p><有効性> 公益通報者保護制度についてより効果的な周知広報を行うため、令和5年度補正予算に基づき、ターゲット（経営層・就労者）を絞った上でそれぞれに対応した広報物を作成し、また電車広告等これまでにない媒体を活用して周知啓発を行った。なお、指標ともなっている説明会の参加人数について、令和6年度は過年度よりも減少しているが、これは同年度は過年度と比較して、対面での開催が多かったこと、法制度見直し業務に注力したのに伴い説明会の開催回数自体が減少したことに起因しており、限られたリソースの中で適切に実施出来ていると考える。</p> <p>また、令和2年改正法附則第5条の検討条項を踏まえ、令和6年5月から有識者により構成される「公益通報者保護制度検討会」を開催した。その場では近年の法制度を巡る国内外の動向や改正後の施行状況を踏まえた課題について検討が行われ、同年12月に報告書を取りまとめられた。その後、同報告書の内容を踏まえて法案の検討を行い、令和7年3月4日に「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、同法律案は第217回国会に提出された。</p>
	<p>目標年度における効果測定に関する評価</p>	<p>--</p>
	<p>改善の方向性</p>	<p>消費者庁では有識者検討会報告書を踏まえて法案の検討を行い、令和7年3月4日に「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、同法律案は第217回国会に提出され、同年6月4日に成立、同月11日に公布された。同改正法は、公布の日から起算して1年6月を超えない範囲内において政令で定める日から施行されることとされており、施行に向けて必要な対応を行っていく。</p> <p>また、制度の浸透が道半ばである中、改正後の制度が正しく理解されるよう、分かりやすい解説動画やリーフレットを作成し、様々な媒体を通じて国民や事業者に対する周知を徹底していく。</p> <p>加えて、今回の法改正等を踏まえて、不利益取扱いの範囲や事業者が周知すべき事項等について明確化を図るため、体制整備義務に関して事業者がとるべき措置を定めた法定指針を改正する方向で検討していく。</p>

外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2025
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	<p>①アウトカムの指標について、認知度及び理解度を用いることは他省庁でもよく見られるところであるが、実際には、白か黒かといった割り切りで済むものではなく、指標としては曖昧なものでしかない。より具体的な「程度」を織り込んだ指標とする努力が必要であるように思われる。また、本件では、短期指標に「認知度」、中期指標に「理解度」を用いているが、短期・中期で異なる指標を用いることは、短期指標が、中期的にどのような状態にあるかは問わないとも解されているようにも見受けられる。つまり、短期と中期で、異なる指標を用いる場合には、相互に関連しあっているものであることが前提になっている必要があり、このことは配布資料の「後続アウトカムへのつながり」にも触れられている。ただ、定性的に両者には関連がみられるということだけでは十分でなく、本件でも、認知度の当初目標が「30%」とし、中期指標の理解度の当初目標が「25%」とすることが、認知者の8割程度が理解している可能性があるといったエビデンスがあってしかるべきではないかと思われる。</p> <p>②公益通報者保護制度に対する認知度及び理解度を高めるためのアクティビティとして、説明会以外の多様な活動に取り組んでいるのであれば、それらの実績も広く公表すべきではないか（そうすることで短期アウトカムとのつながりがより確保できると思われる。）。</p> <p>また、制度の周知方法として紙媒体だけでなく動画作成等、多様な方法の検討及びそれらの実績の公表も必要ではないか。</p> <p>③成果指標の目標水準について、前年度実績や施策内容を踏まえ、より意欲的な水準を設定すべきではないか。</p> <p>④民間事業者（義務対象）の体制整備状況については、実態調査や報道等を端緒とするだけでなく、より幅広い企業の履行状況を網羅的に把握できるようさらなる工夫が必要ではないか。</p> <p>⑤制度の認知と普及を促進するという政策の狙いは妥当だし、その必要性は高いと考えられるが、体制整備促進において「短期アウトカム」と「中期アウトカム」、通常前のアウトカムが後のアウトカムに段階的に発展していくモデルを提示する必要があるので、「義務」「努力義務」の順番に並んでいる。発現経路について、もう少し工夫する余地があるのではないか。</p> <p>⑥アウトプットがアクセス数でアウトカムが体制整備という点もロジックがどの程度つながっているのか。その他の要因も複数絡んでくるのではないだろうか。</p> <p>⑦体制整備に関して、義務対象の事業者においては「目標値」は常に100%とすることが適当ではないか。</p>		
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	有識者点検にて指摘のあったアウトカムの指標設定などはよく検討されたい。引き続き調達の競争性を確保しつつ、公益通報者保護制度の効果的な周知広報など適切な予算執行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	<p>①本制度について、「認知」することなく「理解」することはできないため、「理解度」は「認知度」の後指標として適切と考えている。</p> <p>②御指摘を踏まえ、「アクティビティ」欄に実際に行っている取組を追記した。</p> <p>③御指摘を踏まえ、各成果指標の目標値を上げられないか検討・修正した。</p> <p>④民間事業者の体制整備状況については、定期的に、統計的な実態調査を通じて、また、随時、報道等を端緒とした法執行等を通じて把握しているところ。令和5年度に実施した実態調査は有効回答数3千人超であり、既に網羅的な状況を把握している。</p> <p>なお、より効果的な把握方法は引き続き検討したい。</p> <p>(注)義務対象事業者であっても、法律上、消費者庁に報告義務はない。</p> <p>⑤令和5年度に消費者庁が実施した実態調査の結果、義務対象事業者であっても、体制整備の不徹底と実効性の課題が明らかになっている。そのため、政策的に、まずは、義務対象事業者における体制整備の徹底と実効性向上を図ることが重要であり、その後、努力義務対象への対応を図るという段階的な方針をとっている。</p> <p>なお、より効果的な把握方法は引き続き検討したい。</p> <p>⑥消費者庁ウェブサイト内「はじめての公益通報者保護法」ページにおいて、「内部通報制度導入支援キット」と題して解説動画や内部規程例等を公開している。本キットは、内部通報制度を導入していない事業者を対象として消費者庁が作成しているものであり、本キットが活用されることが、すなわち、事業者における体制整備促進に直接繋がるものとなるため、本キットのアクセス数を活動指標としている。</p> <p>なお、より効果的な把握方法は引き続き検討したい。</p> <p>⑦御指摘のとおり、法律上の義務対象事業者の「目標値」は100%となるものの、上記実態調査の結果等も勘案すると、段階的な目標値を設定し、体制整備を促していくことがより適当と考えられることから、100%とはしていない。</p> <p>なお、体制整備状況を継続的に把握する中で、必要に応じて意欲的な「目標値」を設定していく。</p>			
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TKCほか	779	3	公益通報者保護制度に関する各種実態調査	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社TKC	352	5060001002844		
	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
	TKC（法令検索等情報サービス）の利用 随意契約（少額）	352	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		
	キンコーズ・ジャパン株式会社	230	5010401007547		
	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
	白表紙「民間事業者の内部通報対応 実態調査結果報告書」の印刷製本 随意契約（少額）	122	1	--	--
白表紙「内部通報制度に関する意識調査 就労者1万人アンケート調査結果報告書」の印刷製本 随意契約（少額）	72	1	--	--	
白表紙「行政機関における公益通報者保護法の施行状況調査結果報告書」の印刷製本 随意契約（少額）	36	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社アズコムデータセキュリティ	198	6030001066131			
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	
「内部通報制度の実態調査結果」のデータ編集等業務 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		
B 株式会社 翻訳センターほか	390	2	海外の公益通報者保護制度及び実態に係る調査業務		
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	
株式会社翻訳センター		366	1120001089458		
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
国連P R Iの通報制度に関するガイダンスの翻訳業務 随意契約（少額）		195	1	--	--
米国司法省による企業のコンプライアンスプログラムの評価ガイダンスの翻訳業務 随意契約（少額）		171	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
キンコーズ・ジャパン株式会社		24	5010401007547		
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
白表紙「主要先進国の公益通報者保護制度関連資料」の印刷製本 随意契約（少額）		24	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	
C	株式会社バリュースほか	52,083	3	公益通報者保護制度に関する周知広報	
支出先名		支出額	法人番号		
オリコムジャパン株式会社		47,850	3010401118552		
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
公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等） 一般競争契約（最低価格）		47,850	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		
株式会社バリュース		3,398	2010001220024		
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
公益通報者保護制度のリーフレット印刷業務 一般競争契約（最低価格）		3,398	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		

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	
	サンテックサービス株式会社	835	4011401002621		
	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
	公益通報者保護制度に係るハンドブックの梱包・発送業務 随意契約（少額）	835	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 ディーワークスほか	5,587	4	公益通報者保護制度見直しの検討等	
支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ディーワークス	4,785	3010001243296		
	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
	「公益通報者保護制度に関する検討会（仮称）」運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	4,785	5	--	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		
	勝美印刷株式会社	314	9010001001855		
	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
	公益通報者保護法の一部を改正する法律案（白表紙）の印刷製 本 随意契約（少額）	314	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
	独立行政法人国立印刷局	301	6010405003434		
	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
	「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」の印刷・製本 （穴あき） 随意契約（少額）	246	1	--	--
	「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」の印刷・製本 （穴なし） 随意契約（少額）	55	1	--	--
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	
		キンコーズ・ジャパン株式会社	187	5010401007547		
	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
	白表紙「主要先進国の公益通報者保護制度関連資料」の印刷製本 一般競争契約（最低価格）	187	1	--	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	
	C	オリコムジャパン株式会社	公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等）	雑役務費	公益通報者保護制度の広告掲載業務	47,850
	D	株式会社ディーワークス	「公益通報者保護制度に関する検討会（仮称）」運営支援業務	雑役務費	公益通報者保護制度検討会の運営支援業務	4,785

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

--

消費者志向経営の推進

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 参事官（公益通報・協働担当）				
	作成責任者	茶谷晋太郎				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000492	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	(30) 消費者志向経営の推進		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	世界中で持続可能な社会づくりが加速する中、消費者が、人、環境や社会に配慮したビジネスを行っている事業者の商品を購入する「エシカル消費」が注目されるとともに、投資先を選ぶ際には、環境、社会、ガバナンスの観点重視したESG投資も広まっている。 我が国において、家計が支出する消費額はGDPの過半を占めているため、消費者の行動が社会に与える影響は大きく、このような社会の変化に対応していくためには、事業者は消費者に共感してもらうことを通じて、事業者の価値を高めていくことが重要であり、消費者に商品やサービスを提供する事業者の取組を促すと同時に、商品やサービスを選択する消費者の適切な行動を促すなど、消費者と事業者とが共通の目標の実現に向けて協力して取り組むこと（協働による取組）を促す必要がある。 そこで、事業者が消費者との共創・協働による商品・サービスの改善等を通じて、消費者の行動変容を促すといった経営の実践により社会価値を向上させ、持続可能な社会の実現に寄与するとともに、より豊かな消費生活を実現することを目的に、消費者志向経営の推進を図る。				
	現状・課題	現状、消費者志向経営の自主宣言事業者数は着実に増加し、令和2年度当時の目標（令和元年度比で令和6年度までに倍増）を達成するなど、裾野拡大は進んでいるが、自主宣言事業者の業種や所在に偏りがあり、消費者志向経営が基本認識となる社会の実現に向け、消費者志向経営の更なる普及啓発が必要である。 また、社会価値向上に向け、それぞれの事業者における消費者志向経営の取組の更なる高度化が必要である。				
	事業の概要	消費者志向経営に取り組む事業者の裾野拡大や事業者の取組の高度化を図るため、次の取組を実施する。 (1) 自主宣言事業者数の拡大及び業種の拡大に向けた地方自治体・業界団体・事業者等へのアプローチやセミナー等の開催 (2) 自主宣言事業者を対象に月次で開催する消費者志向経営に関する連絡会や、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会の開催及び協議会後のフォローアップを通じた事業者の取組の高度化支援 (3) 消費者志向経営優良事列表彰の実施及び表彰事例の周知・案内				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/consumers/consumer_oriented_management/				

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			
	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2（3）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf			
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章1.（4）	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

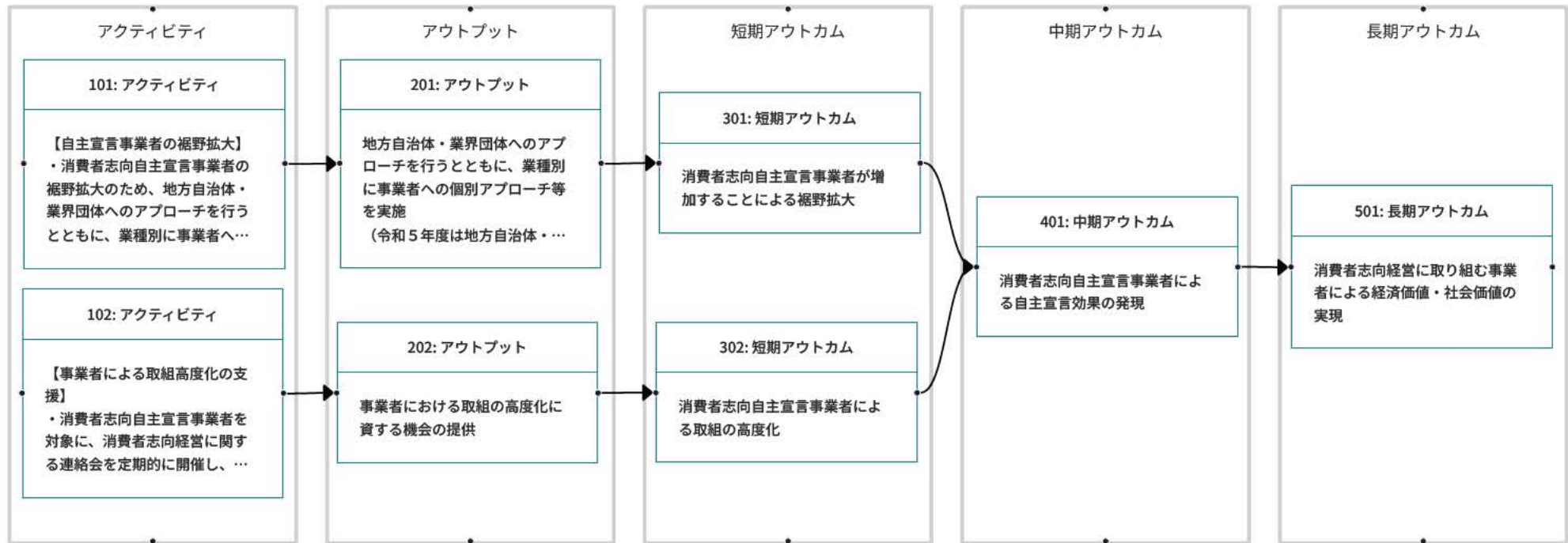
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		50,500	55,000	36,000	42,836	17,836
	当初予算		22,000	20,000	19,818	17,836	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		22,000	20,000	19,818	17,836	--
	執行額		20,000	14,896	15,066	--	--
	執行率		90.9%	74.5%	76%	--	--

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	--	16,823	16,856
		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	--	508	477
		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	--	266	249
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	239	254

主な増減理由	--	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

<p>アクティビティ</p>	<p>【自主宣言事業者の裾野拡大】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者志向自主宣言事業者の裾野拡大のため、地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチ等を実施する。 ・また、優良事例表彰受賞企業をはじめとした各事業者の取組を経済団体・消費者団体等の講演等を通じて案内する。 ・消費者志向経営を始める事業者に向けて、自主宣言の始め方やポイントを解説するガイドブックを作成し、消費者庁HPに掲載するとともに、説明会等で活用する。 			
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチ等を実施 (令和5年度は地方自治体・業界団体に対して、令和6年度以降は個別事業者に対して重点的にアプローチを実施)</p>	<p>活動指標</p>	<p>地方自治体、業界団体及び事業者へのアプローチ実施回数</p>
<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>		<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）</p>	<p>--</p>
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>		<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
	<p>当初見込み／目標値(回)</p>	<p>30</p>	<p>30</p>	<p>50</p>
	<p>活動実績／成果実績(回)</p>	<p>36</p>	<p>76</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>個別アプローチを行った事業者やセミナー等に参加した事業者が消費者志向経営の理念を理解し、取組に関心を示すことで、消費者志向自主宣言につながる。</p>			
<p>短期アウトカム</p>	<p>成果目標</p>	<p>消費者志向自主宣言事業者が増加することによる裾野拡大</p>	<p>成果指標</p>	<p>消費者志向自主宣言をした事業者数</p>
<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>		<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）</p>	<p><令和6年度までの目標値の出典> 消費者基本計画工程表（令和2年7月7日 消費者政策会議決定） （目標値＝令和6年度までに消費者志向経営自主宣言事業者数を倍増する（令和2年3月末現在：153事業者）） <消費者志向自主宣言事業者数実績値の出典> 消費者庁HPに掲載 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/consumer_oriented_management/businesses/archive.html</p>
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>		<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>

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(社)	306	306	306	1,100
	活動実績／成果実績(社)	449	629	870	--
	達成率(%)	146.7	205.6	284.3	--

↓ 後続アウトカム
へのつながり

事業者が自主宣言及びフォローアップ活動を通じて消費者志向経営を実践するとともに、他社の取組事例等を参考に自社の取組を高度化していくことで、自主宣言効果の発現につながる（アクティビティ「2. 取組の高度化」の効果とあいまって自主宣言効果が発現する。）。

中期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現	成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。	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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、統一的に定量的な指標を設定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

自主宣言効果として、企業イメージの向上や新規顧客獲得のほか、従業員のエンゲージメント向上による生産性の向上や社会課題の解決に向けた新商品の開発などにつながり、最終的に、経済価値・社会価値の実現や、SDGs・ESGの取組にもつながることが期待できる。

長期アウトカム	成果目標	消費者志向経営に取り組む事業者による経済価値・社会価値の実現	成果指標	消費者志向経営自主宣言事業者の経済価値・社会価値
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、自主宣言により、顧客からの反応や市場からの評価において、全般的に「良くなった」と回答した事業者は50.8%であり、一定程度の効果が得られている（※統計調査でない。）。	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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定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

<p>アクティビティ</p>	<p>【事業者による取組高度化の支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者志向自主宣言事業者を対象に、消費者志向経営に関する連絡会を定期的に開催し、有識者による講演や自主宣言事業者による取組事例等を紹介することで、消費者志向経営の理解を深め輪を広げる場を設ける。 消費者志向経営優良事例表彰を実施し、全国規模のイベントの中での表彰式等を通じて優れた取組を広く発信することで、その他の事業者における取組高度化のきっかけとする。 事業者の取るべき取組を取組の難易度・段階別にチェックシートとして整理し、事業者による自社の取組の再チェック・取組高度化のきっかけとするツールとして提供する。 モデル事業として、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会について、令和5年度に徳島県で開催した後のフォローアップを実施する。 				
<p>アウトプット</p>	<p>活動目標</p>	<p>事業者における取組の高度化に資する機会の提供</p>	<p>活動指標</p>	<p>連絡会の開催回数 (うち、半数を有識者による講演、半数を事業者による取組事例紹介を目安に開催する。)</p>	
<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<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)</p>	<p>--</p>	
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>--</p>	<p>--</p>	<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>	
<p>活動・成果目標と実績</p>		<p>2022年度</p>	<p>2023年度</p>	<p>2024年度</p>	<p>2025年度</p>
	<p>当初見込み／目標値(回)</p>	<p>11</p>	<p>11</p>	<p>11</p>	<p>10</p>
	<p>活動実績／成果実績(回)</p>	<p>11</p>	<p>11</p>	<p>9</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>事業者が連絡会、優良事例表彰、徳島県における協議会等を通じて他社の取組事例を参考にすることや、チェックシートの活用等により自社の取組を高度化する知見を得ることができる。</p>				
<p>短期アウトカム</p>	<p>成果目標</p>	<p>消費者志向自主宣言事業者による取組の高度化</p>		<p>成果指標</p>	<p>消費者志向自主宣言事業者による取組状況</p>
<p>定性的なアウトカムに関する成果実績</p>	<p>令和6年4月の連絡会終了後に行った参加者へのアンケート結果(N=98)では、連絡会の内容について「満足(76.5%)」「やや満足(17.3%)」のトップ2ボックスが93.8%と、高い評価を頂いており、高度化に資する知見を提供できている。</p>			<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)</p>	<p>--</p>
<p>定性的なアウトカム目標を設定している理由</p>	<p>消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。</p>			<p>アウトカムを複数段階で設定できない理由</p>	<p>--</p>
<p>↓ 後続アウトカムへのつながり</p>	<p>事業者が自主宣言及びフォローアップ活動を通じて消費者志向経営を実践するとともに、他社の取組事例等を参考に自社の取組を高度化していくことで、自主宣言効果の発現につながる(アクティビティ「1.裾野拡大」による効果と相まって自主宣言効果が発現する。)</p>				

中期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現	成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。	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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、統一的に定量的な指標を設定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	自主宣言効果として、企業イメージの向上や新規顧客獲得のほか、従業員のエンゲージメント向上による生産性の向上や社会課題の解決に向けた新商品の開発などにつながり、最終的に、経済価値・社会価値の実現や、SDGs・ESGの取組にもつながることが期待できる。			
長期アウトカム	成果目標	消費者志向経営に取り組む事業者による経済価値・社会価値の実現	成果指標	消費者志向経営自主宣言事業者の経済価値・社会価値
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、自主宣言により、顧客からの反応や市場からの評価において、全般的に「良くなった」と回答した事業者は50.8%であり、一定程度の効果が得られている（※統計調査でない。）。	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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、統一的に定量的な指標を設定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	--		
	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>本事業は、以下のとおり適切に執行されている。</p> <p><必要性> 消費者志向経営の取組の推進は、健全な市場の形成等を通じて消費者の利益確保に寄与するとともに、様々な社会課題の解決や持続可能な社会の実現にもつながる。事業者が自主的に取り組んできた消費者志向経営の取組を更に強化するとともに、全国の幅広い事業者に参加してもらうためには、消費者庁を始めとした行政機関の積極的な取組が必要である。</p> <p><効率性> 原則として一般競争入札を実施し、少額の事業に係る随意契約においては見積合わせを活用するなど、競争性の確保・コストの効率化に努めている。</p> <p><有効性> 自主宣言事業者に業種や所在の偏りを踏まえ、地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチの実施等により、消費者志向自主宣言事業者数は着実に増加している。</p> <p>また、優良事例表彰に関して、令和6年度は、推進組織（日本経済団体連合会、経済同友会、消費者関連専門家会議（ACAP）、日本ヒーブ協会等）を通じた周知広報活動を徹底した結果、幅広い事業者から応募があった。</p> <p>加えて、消費者における消費者志向経営の認知度把握を目的として、令和6年度第4回消費生活意識調査において、消費者の消費者志向経営に対する関心や消費者志向経営に取り組む企業への印象等について調査した。本調査から、事業者の消費者志向経営の取組が消費者の消費活動に対して一定の影響を与えているという結果を確認することができた。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	<p>短期アウトカム301の成果指標「消費者志向自主宣言をした事業者数」について、令和6年度までの目標値は、令和4年度時点で前倒しで達成しており、その後も着実に自主宣言事業者数を伸ばしている（令和6年度末時点で目標達成率は284%を超えている。）。</p>		
	改善の方向性	<p>裾野拡大に向け、令和7年度は、引き続き業種別・地域別に事業者や地方公共団体への個別アプローチを実施する。</p> <p>優良事例表彰に関して、令和7年度より評価項目として中小企業の取組を追加、また、グリーン志向特別表彰を新たに創設することで、より一層幅広い事業者の参画を促す。</p> <p>加えて、自主宣言事業者への個別アンケートや令和6年度第4回消費生活意識調査の結果等を踏まえ、自主宣言効果の見える化の手法を引き続き検討する。</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	2023
	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ること。また、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	御指摘を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図る。一般競争入札における一者応札についても、必要に応じて見直しを検討する。			

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	2023
	取りまとめ内容			
<p>まず施策そのものについて、消費者庁では消費行動の改善を目的に、消費者向けにはエシカル消費の推進を、事業者向けでは消費者志向経営の推進を両輪として取り組んでいるという意味で、本事業は非常に重要な位置付けにあると考える。事業者による消費者志向経営の推進について、消費者庁は一定の要件を定めてその遵守を事業者を求めるのではなく、事業者自身が考える消費者志向経営の在り方を自主宣言という形で公表してもらう方式により、自発性と多様性のある展開を企図しているものと考えられる。また、事業者は消費者志向経営を求めながらも、事業者と消費者との共創・協働ということをうたっている点も一つの特徴をなしている。</p> <p>次に事業の現状について、本事業は平成27年度に開始されており、一貫して取り組んできた消費者志向自主宣言事業者の数は、現在まで500社ほどに達している。当面は地方自治体、事業者団体、消費者団体などとの連携を強化しながら、事業者への働きかけ、連絡会の開催、ガイドブックの製作、シンポジウム・セミナーの開催、消費者志向経営の優良事例表彰など、これまでの活動を地道に継続し、社会的な関心の広がりを醸成していくことが求められる。それと同時に、より効率的な推進のための方策、また、新たなステップアップについても、鋭意検討を求めたい。</p> <p>さらに、事業の目的については、消費者志向経営という場合、一般的には事業者が消費者にどう対応するかという方向性で捉えられるが、本事業においては、「消費者は、企業の社会貢献やサステナビリティの取組に注目している」といった事業者に対する注意喚起、また、消費者志向経営を通じて持続可能な社会に貢献するといった側面も強く打ち出されている。実際の自主宣言においても、経営理念として社会貢献、SDGs等の視点が強調される事例が多く見られる。各事業者が広範な目標を追求することに何ら問題はないが、消費者庁が求める本事業の効果という観点からは、実際に提供される商品・サービス等における消費行動の改善に主眼を置くべきものと思われる。</p> <p>最後にアウトカムの設定に関して、消費者志向経営への理解・啓発を進める中、本事業の短期的なアウトカムとしては、自主宣言事業者の数、連絡会への参加が挙げられているが、消費者庁として重視する個別のアプローチでの実績、また、宣言を発出した事業者における高度化のフォローアップといった、より実質的な成果指標設定を考えるべきではないか。</p> <p>また、その先の中期的アウトカムとしては、各事業者の自主宣言とその実践、そして高度化の努力、また、チェックシートの活用等を含めて、事業者と消費者との共創・協働の成果として期待される消費行動の変化を的確に捉える指標の検討を求めたい。</p>				

対応状況

【裾野拡大の取組強化】

- ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和5年度から、選考に当たり推進組織を構成する各団体による推薦事例を選考委員会での議論の参考として示すことに加え、表彰の募集に当たり、同団体の機関誌・HP等での周知強化を通じて消費者志向経営推進組織の再活性化を図った。
- ・事業者に対して消費者志向経営の具体的な取組イメージを説明するツールとして、優良事例表彰の代表事例を評価ポイント（共創・協働、社会的価値の向上及び消費者の行動変容）や商品・サービスの別で類型化した説明資料を作成し、裾野拡大の取組の中で活用している。
- ・令和5年度は地方自治体・業界団体に対して重点的にアプローチを実施していたが、令和6年度は事業者への個別アプローチを重点的に実施し、消費者志向自主宣言事業者の裾野拡大を図った。

【事業者による取組高度化の支援】

- ・モデル事業として、令和5年度末に共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会を徳島県で開催した。令和6年度は当該取組のフォローアップを実施し、事業者間の連携や横展開など、課題解決に向けた協働を促進した。
- ・徳島県において、中小企業向けの円滑な事業資金調達に向けた融資制度である「地域連携企業支援資金」に消費者志向自主宣言事業者が対象とされていることに関して、徳島県と連携して周知し、当該制度の活用促進を図った。

【消費者の行動変容のための取組強化】

- ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和5年度から「消費者を巻き込み行動変容を促していること」を加点要素として評価することとした。
- ・事業者による取組高度化を目的として作成している「消費者志向経営の取組に関するチェックシート（高度化編）」に、令和5年度から消費者の行動変容を促す取組を追加した。

【中長期アウトカムの成果指標の検討】

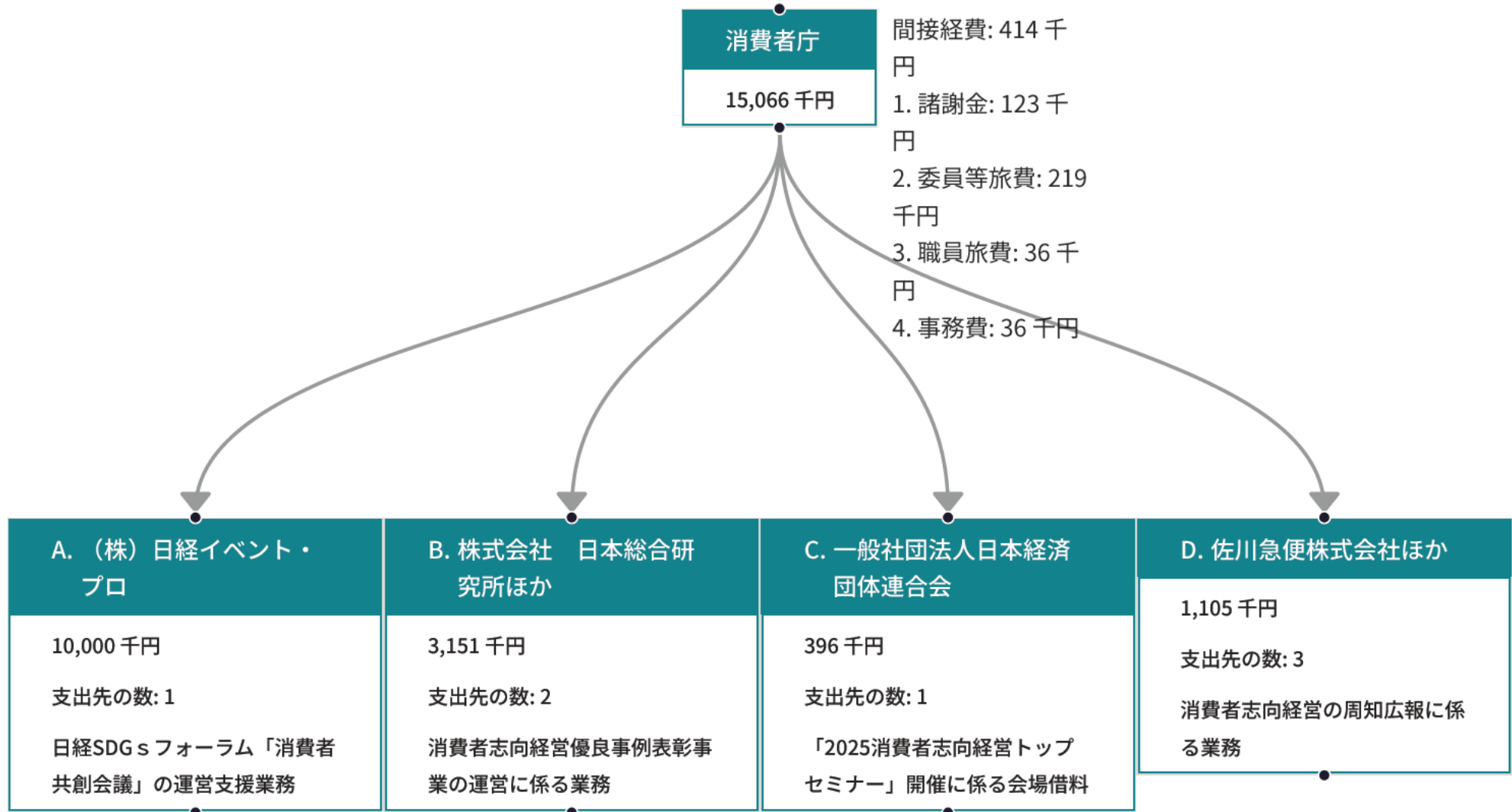
- ・令和5年度末に消費者志向自主宣言事業者を対象に自主宣言効果の聴取等を内容とする個別アンケートを実施し、自主宣言事業者による消費行動の改善や従業員エンゲージメントの向上効果等を確認した。
- ・令和6年度には、消費者志向経営をテーマとした令和6年度第4回消費生活意識調査において、事業者の消費者志向経営の取組が消費者の消費活動に対して一定の影響を与えていることを確認した。
- ・以上の結果を踏まえ、事業者が消費者志向経営に取り組むことによる効果や消費者志向経営に対する消費者の意識及び認知度に関する成果指標の在り方について、引き続き検討する。

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) 日経イベント・プロ	10,000	1	日経SDGsフォーラム「消費者共創会議」の運営支援業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社日経イベント・プロ	10,000	7010001195294		
	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
	日経SDGsフォーラム「消費者共創会議(仮称)」の運営支援業務 随意契約(その他)(特命随意契約)	10,000	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 日本総合研究所ほか	3,151	2	消費者志向経営優良事列表彰事業の運営に係る業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社日本総合研究所	3,108	4010701026082		
	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
	消費者志向経営優良事列表彰事業に係る業務 一般競争契約(最低価格)	3,108	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		
	株式会社弘周舎	43	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
	「令和6年度消費者志向経営優良事列表彰」の表彰状作成 随意契約(少額)	43	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	
	C 一般社団法人日本経済団体連合会	396	1	「2025消費者志向経営トップセミナー」開催に係る会場借料	
	支出先名	支出額	法人番号		
	一般社団法人日本経済団体連合会	396	1010005018440		
	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	
	「2025消費者志向経営トップセミナー」開催 随意契約（少額）	396	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	佐川急便株式会社ほか	1,105	3	消費者志向経営の周知広報に係る業務	
支出先名		支出額	法人番号		
佐川急便株式会社		537	8130001000053		
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
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（一般消費者向けポスター）発送等業務 随意契約（少額）		320	1	--	--
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（一般消費者向けポスター）発送等業務 随意契約（少額）		218	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
ヤマト運輸株式会社		378	1010001092605		
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
消費者志向経営啓発に係る広報用資材（事業者向けポスター及びステッカー）の発送 随意契約（少額）		378	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
小松印刷グループ株式会社		189	8470001005357		
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
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（ステッカー）のデザイン制作及び印刷 随意契約（少額）		189	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	株式会社日経イベント・プロ	日経SDGsフォーラム「消費者共創会議（仮称）」の運営支援業務	雑役務費	日経SDGsフォーラム「消費者共創会議」の運営支援業務	10,000
B	株式会社日本総合研究所	消費者志向経営優良事例表彰事業に係る業務	雑役務費	消費者志向経営優良事例表彰事業に係る業務	3,108

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

--

生活関連物資等の価格動向の把握等

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 参事官（公益通報・協働担当）				
	作成責任者	茶谷晋太郎				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000490	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	(31) 生活関連物資の価格動向の把握等		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	公共料金等の適正性の確保、緊急時の生活関連物資の価格安定等を図り、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営に寄与することを目的とする。				
	現状・課題	昨今の社会状況により、生活関連物資の価格等が上昇している。そのため、生活関連物資の価格動向を適切に把握する必要性があるほか、消費者利益の擁護・増進のために、公共料金等の適正性の確保等を図る必要性がある。 (参考1: 消費者物価指数(対前年度比(総合)): 2021年度 0.1%、2022年度 3.2%、2023年度 3.0%、2024年度 3.0%) (参考2: 公共料金改定等の協議件数: 2021年度 9件、2022年度 25件、2023年度 38件、2024年度 12件)				
	事業の概要	<ul style="list-style-type: none">生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に監視する。災害等の緊急時において、関係省庁等と連携し、生活関連物資の需給・価格動向等の情報収集を行うとともに、国民への情報提供や冷静な行動の呼び掛け等を行う。必要に応じ、生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討・実施する。（※災害等の緊急時に必要に応じ対応するもの）物価・賃金に関する状況を踏まえ、消費者に対して物価に関する適切な理解を醸成するための周知・啓発を行う。公共料金等の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や所管省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮するため所要の調整を行う。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/price_measures/				
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	
	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）②		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章2.（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	令和7年度第1次補正予算額を「予算・執行」欄に追記（更新日：令和7年12月10日） 事業名を「生活関連物資の価格動向の把握等」から「生活関連物資等の価格動向の把握等」に修正（更新日：令和8年3月17日）			

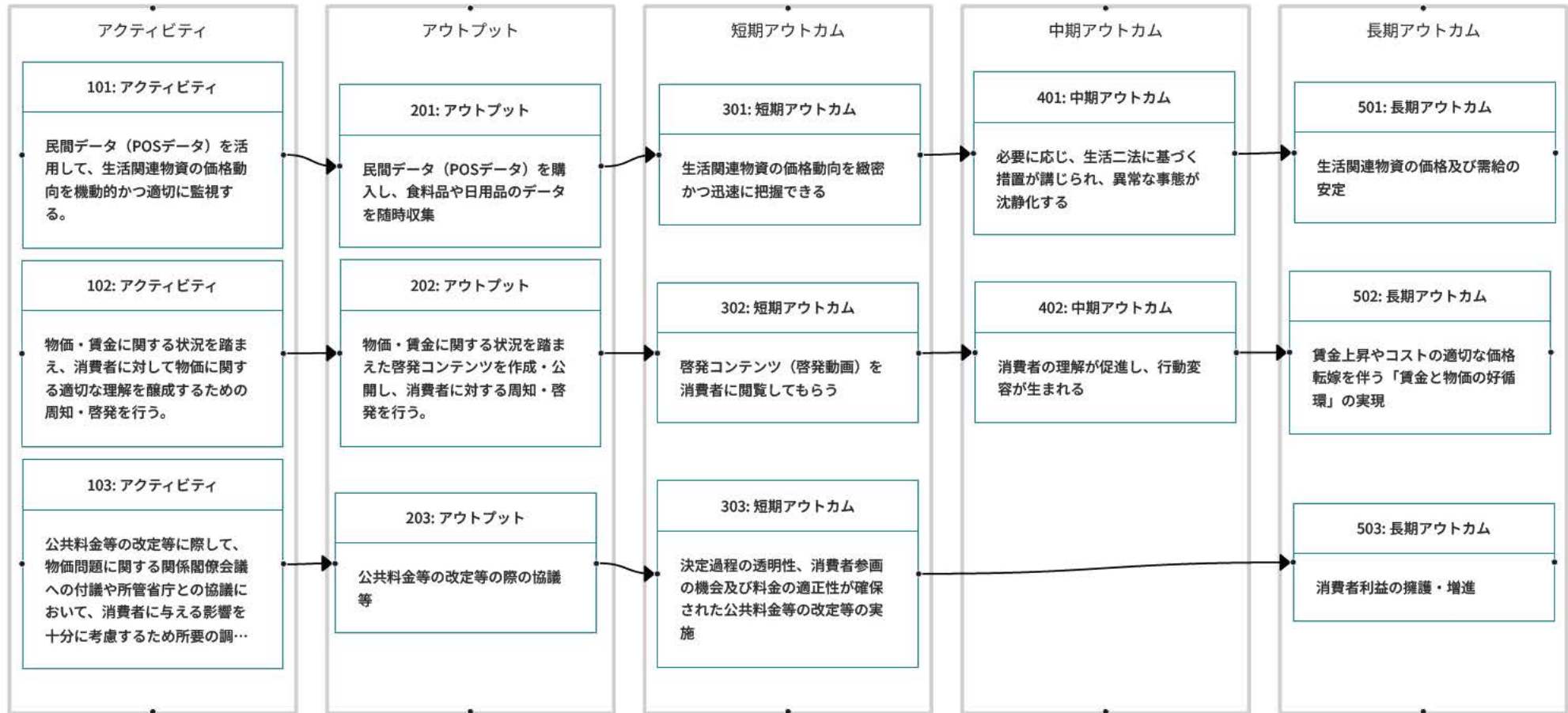
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	25,200	35,000	52,000	32,406	51,133
	当初予算	26,000	34,000	34,417	33,793	--
	補正予算	63,000	--	--	40,000	--
	前年度から繰越し	--	1,000	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	89,000	35,000	34,417	73,793	--
	執行額	82,900	21,214	21,674	--	--
	執行率	93.1%	60.6%	63%	--	--

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	--	17,340	--		
		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		--	18,932	36,219
		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 / 諸謝金		--	948	1,044
		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		--	120	117
		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		--	60	59
		第1次補正予算	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		--	40,000	--
主な増減理由	--			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	民間データ（POSデータ）を活用して、生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に監視する。				
アウトプット	活動目標	民間データ（POSデータ）を購入し、食品品や日用品のデータを随時収集		活動指標	データを取得・確認する回数
	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)	12	200	240	240
	活動実績／成果実績(回)	40	240	240	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食料品や日用品のデータを随時収集することで、生活関連物資の価格動向を緻密かつ迅速に把握することが可能となる				
短期アウトカム	成果目標	生活関連物資の価格動向を緻密かつ迅速に把握できる		成果指標	生活関連物資の価格動向の把握状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	常時、生活関連物資（26品目）の価格動向を把握している		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	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況となったときに、関係省庁等と連携して、必要に応じて生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討することになっており、当該検討の要否を適切に判断できるよう、生活関連物資の価格動向を緻密かつ迅速に把握できる態勢を整えておくものであることから、定量的な目標設定にはなじまない。		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	顕著な動向が認められる品目について、当該物資所管省庁へのヒアリングなどにより状況の把握を行うことで、生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討・実施することが可能となる。				

中期アウトカム	成果目標	必要に応じ、生活二法に基づく措置が講じられ、異常な事態が沈静化する	成果指標	生活二法に基づく対応状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況になったとき、必要に応じ、生活二法に基づく対応を検討・実施する	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	本アクティビティにより把握した生活関連物資の価格動向に基づき、生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況となったときに、関係省庁等と連携して、必要に応じて生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討することになっているため、定量的な目標設定にはなじまない。	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	必要に応じ、生活二法に基づく措置が講じられ、異常な事態が沈静化することで、生活関連物資の価格及び需給の安定を図る			
長期アウトカム	成果目標	生活関連物資の価格及び需給の安定	成果指標	生活関連物資の価格及び需給の安定状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況になったとき、必要に応じ、生活二法に基づく対応を検討・実施することで、生活関連物資の価格及び需給の安定を図っている。	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	生活関連物資の価格及び需給の安定状況を定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	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 102-202-302-402-502

アクティビティ	物価・賃金に関する状況を踏まえ、消費者に対して物価に関する適切な理解を醸成するための周知・啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	物価・賃金に関する状況を踏まえた啓発コンテンツを作成・公開し、消費者に対する周知・啓発を行う。	活動指標	啓発コンテンツ（啓発動画）の周知・啓発回数
	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		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	7	12	24
	活動実績／成果実績(回)	7	16	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発コンテンツを周知・啓発することで、消費者の認知につながる			
短期アウトカム	成果目標	啓発コンテンツ（啓発動画）を消費者に閲覧してもらう	成果指標	啓発動画の閲覧数
	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）	消費者庁の啓発コンテンツ再生回数 ※2025年度レビューシートから、ショート動画の再生回数を含めていることから、2024年度レビューシートにおける2023年実績値と数値が異なる。
	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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(回)	5,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(回)	5,188	7,437	--
	達成率(%)	103.8	74.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発コンテンツを消費者に閲覧してもらって、物価に関する理解を進めてもらう。その結果、認識の変化と行動変容が生まれる。			

中期アウトカム	成果目標	消費者の理解が促進し、行動変容が生まれる	成果指標	消費者の理解促進と行動変容
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成長と分配の好循環の実現に向けた持続可能な賃金上昇のためには、付加価値やコストを適切に価格に転嫁できる環境が必要との認識の下、賃金上昇と物価上昇との関係について消費者の理解が促進され、これに基づいた購買行動が期待される。	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	消費者の理解の促進による行動変容が一様ではないため、望ましい行動変容の状態を定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	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	消費者の物価に関する理解が促進され、賃金上昇が巡り巡ると物価上昇をもたらし得るという共通理解が消費者を含めた社会全体で共有されると、企業が賃上げ分の価格転嫁を行いやすくなり、労働者も賃上げ要望を出しやすくなると、賃金上昇やコストの適切な価格転嫁を伴う「賃金と物価の好循環」の実現に寄与する。			
長期アウトカム	成果目標	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁を伴う「賃金と物価の好循環」の実現	成果指標	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁
	定性的なアウトカムに関する成果実績	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁の実現が期待される。	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	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁の実現度合いを定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	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 103-203-303-503

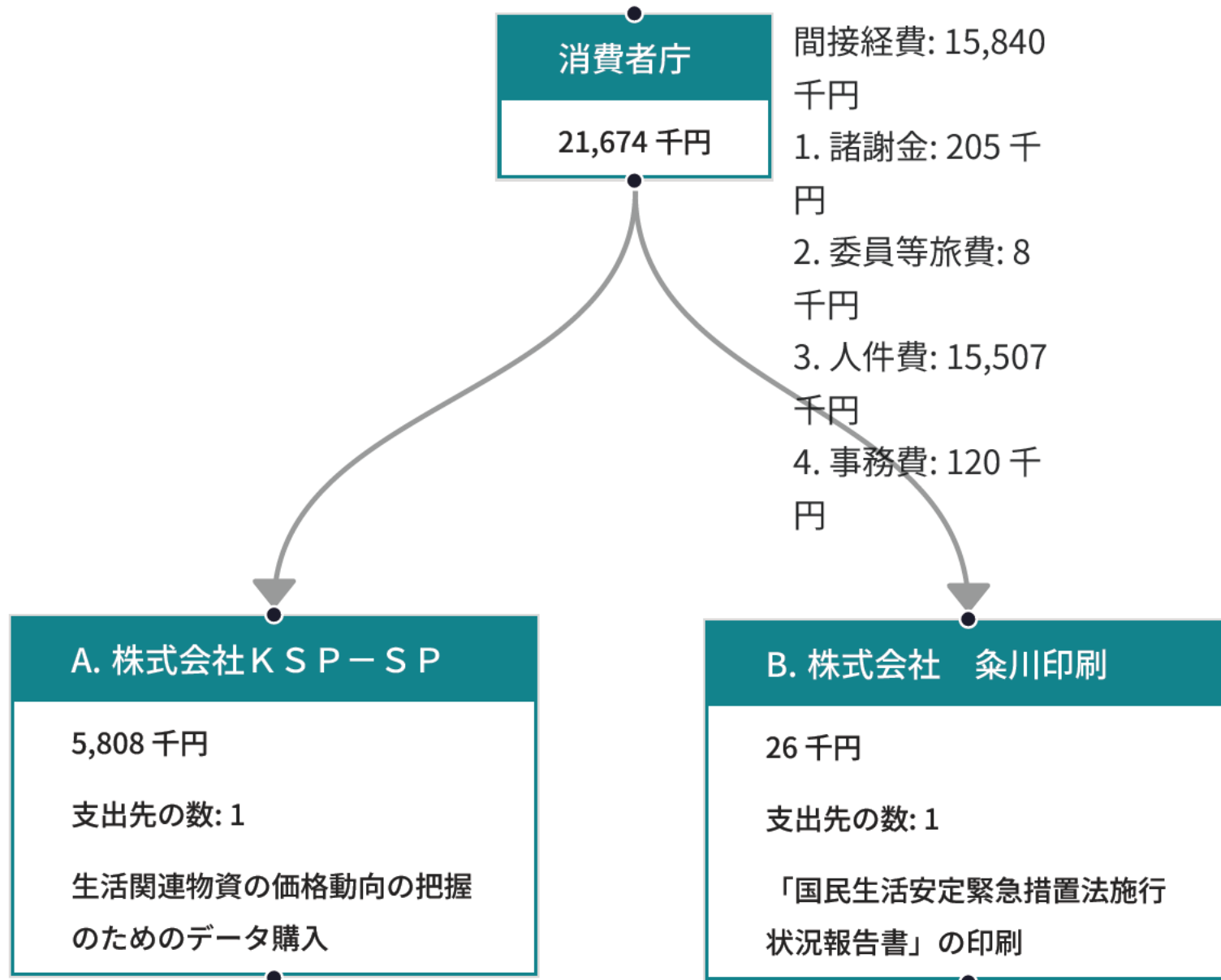
アクティビティ	公共料金等の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や所管省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮するため所要の調整を行う。				
アウトプット	活動目標	公共料金等の改定等の際の協議等		活動指標	協議等件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	（注）協議等件数は事前に目標値を設定できないため、便宜的に前年度の実績値を目標値として設定している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	9	25	38	12
	活動実績／成果実績(件)	25	38	12	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	公共料金等の改定に際しては、従来から決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性の3点が確保されているかを確認しているが、2022年8月に発出した「公共料金等の新規設定や変更の協議に当たっての消費者庁における主なチェックポイント」により関係府省庁宛てに明示し、対応している。				
短期アウトカム	成果目標	決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性が確保された公共料金等の改定等の実施		成果指標	公共料金等の協議等回答件数
	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）	（注）協議等に対し回答を行った件数を成果指標としているため、活動指標と同様の根拠で便宜的に目標値を設定している。
	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		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)	9	25	38	12
	活動実績／成果実績(件)	25	38	12	--
	達成率(%)	277.8	152	31.6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性が確保されているかを確認することによって、消費者利益の擁護・増進を図る。				

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	公共料金等の改定等に当たって、消費者の視点から、決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性が確保されているかを確認することができ、消費者利益の擁護・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	決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性が確保された公共料金等の改定等となっているか、所管省庁からの協議という形で消費者の視点から確認し、消費者利益の擁護・増進を図るものであり、定量的な目標設定にはなじまない。	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>本事業は、以下のとおり適切に執行されている。</p> <p><必要性> 生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に把握することで、緊急時の生活関連物資の価格安定等を図る必要性がある。また、消費者利益の擁護・増進のために、公共料金等の適正性の確保等を図る必要性がある。</p> <p><効率性> 生活関連物資の価格動向の把握は、2021年度までは全国のモニターからの見取調査に基づいて毎月データを作成するものであったが、2022年度からは民間データ（POSデータ）を活用する、より効率的な手法を用いている。事業実施の委託に当たっては、原則として一般競争入札により事業者の選定を行った上で実施している。コストは適正に決定されており、また、見取調査実施時に比べ大幅に減少している。</p> <p><有効性> 民間データ（POSデータ）の活用により、生活関連物資（食料品や日用品）の価格動向を緻密かつ迅速に把握することができるようになっている。2022年度は月次ベース・全国ベースのみであったが、2023年度は日次ベース・地域別ベース、2024年度は都道府県別ベースを追加するなど、適時適切な情報把握と迅速かつ適切な対処・措置を行えるようにしている。</p> <p>消費者の物価に関する適切な理解を醸成するための周知・啓発に関しては、消費者庁ウェブサイトにおける掲載内容を適宜見直すとともに、SNSを通じた広報や関係省庁との連携等を通じて工夫して実施している。</p> <p>公共料金等の改定等に当たって、消費者の視点から、決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性が確保されているかをチェックすることができおり、消費者利益の擁護・増進に寄与している。</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	引き続き、消費者利益の擁護・増進のために、緊急時の生活関連物資等の価格安定等を図るとともに、公共料金等の適正性の確保を図る。また、消費者の物価に関する適切な理解を醸成するために、調査結果も活用しつつ、社会情勢の変化に合わせた効果的な周知・啓発を行う。		
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。
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	御指摘を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図る。			

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	--
その他の指摘事 項	--



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KSP-SP	5,808	1	生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ購入	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社KSP-SP		5,808	9010401049750		
	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年度生活関連物資等の価格動向等の把握のためのデータ提供業務 一般競争契約（最低価格）		5,808	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 糸川印刷	26	1	「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社糸川印刷		26	9010001002250		
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	
「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷 随意契約（少額）		12	1	--	--	
「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷 随意契約（少額）		11	1	--	--	
「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷に係る体裁 誤りによる差し替えに伴う負担行為増 随意契約（少額）		3	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	株式会社KSP-SP	令和6年度生活関連物資等の価格動向等の把握のためのデータ提供業務	雑役務費	令和6年度生活関連物資等の価格動向等の把握のためのデータ提供業務	5,808	
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

--