

令和7年度実施施策に係る政策評価書（要旨）

※政策評価時期：令和8年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
政策名：1. 消費者政策の推進					
	（1）消費者政策企画・立案	消費者政策課	デジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴う、昨今の消費者取引環境の変化を踏まえつつ、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	第5期消費者基本計画は令和7年度からの5年間における消費者政策の大綱を示すものであり、消費者政策の計画的な推進を図るため、本計画の周知は必要である。特に、地方公共団体は、国の施策に準じて施策を講ずる責務を有することから、国が策定した消費者政策の大綱の内容を把握することは必要である。 本計画では、閣議決定から3年目を目途に中間点検を実施することとされており、消費者政策の実施の状況を検証・評価・監視するためにも、点検手法の構築は不可欠である。 また、多様な属性の消費者に対し、社会情勢等を踏まえた内容での周知・啓発、様々な媒体を活用した周知・啓発は、消費者の利益の擁護及び増進の観点で有効であると考えられる。	消費者基本計画（第5期）の計画期間中（5年間）において、体系的・計画的な業務スケジュールに基づき効率的に業務を遂行していく。 特に、決定から3年目を目途に行う中間点検に向けて、消費者政策の実施の状況に関する適切な検証・評価・監視を行えるよう、外部の知見も活用して具体的な点検手法を構築していく。 また、消費者トラブルの動向等を踏まえ、周知・啓発における実効性の向上を図っていく。
	（2）消費者財産被害対応		財産被害の消費者事故等に係る情報を集約・分析し、そのうち、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、当該消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。	＜必要性＞ 消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、必要があると認めるときは、消費者安全法の規定に基づき消費者への注意喚起等を行うこととされている。 ＜効率性＞ 効率的な調査に努めるとともに、注意喚起等の公表については、記者発表だけでなく消費者庁ウェブサイトへの掲載やSNSでの配信、都道府県等に情報提供するなど情報発信に係る効率性に配慮して行っている。 ＜効果＞ 消費者への注意喚起において、消費等事故等を生じさせていた事業者の名称、URLや消費者被害をもたらす悪質商法の内容等を公表することにより、例えば、「大手通信関連会社の名称をかたまり、自動音声や国際電話番号等を用いて架空の利用料金請求を行う事業者に関する注意喚起」（令和6年6月11日公表）では、2025年度中においては、約9万件のウェブサイトページのアクセス数であるなど、効果的な注意喚起となるような事案の選定に努めている。一方で、効果的な事案選定を行うための分析能力や事案処理するための調査能力等は改善余地があり、職員の能力向上を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起を行っていく必要がある。	職員の能力向上（分析能力、調査能力等）を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起に努めていく。
	（3）新たな消費者トラブル等の動向調査		インターネットを活用した新たな技術やサービスの出現に伴い、消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化していることを踏まえ、消費者トラブルが顕在化しつつある分野における消費者取引の動向を把握し、早期の対応につなげる。	本事業は、技術革新に伴う新たなインターネット取引の形態を対象とするものであり、社会状況の変化等を踏まえた消費者行政の推進に不可欠である。 また、取引形態やサービスの内容、消費者への普及状況等は刻々と変化することから、消費者トラブルの動向を継続的に把握する必要がある。	今回の調査結果を踏まえつつ、技術革新や社会状況等の変化に伴う消費者取引の動向に注視していく。
	（4）法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の運用等		法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和4年法律第105号。以下「不当寄附勧誘防止法」又は「法」という。）の規定による法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。	令和7年度においては、主に、①法附則第5条に係る対応、②法人等向けの説明会、③個人向けの周知啓発及び④寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査を実施した。 具体的には、①について、令和6年度までに実施した調査等により得られた知見を踏まえ、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律附則第5条に係る報告書」を令和7年9月に公表した。 法の全面施行から2年を経過した時点において、法改正すべき立法事実とは認められなかったが、今後、相当程度の期間における事案の蓄積状況を注視し、必要に応じて検討していくとともに、法の周知啓発及び執行に関しては更なる充実を図っていくこととする旨の、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与するための検討結果が得られた。 ②について、これまでの実施状況も踏まえながら、引き続き法人等向けの説明会を実施したところ、法人等関係者合計53名の参加があり、アンケート結果において、参加法人等の種別割合は、多い順に、社会福祉法人23.1%、NPO法人19.2%、営利法人及び学校法人15.4%であった。また、参加法人等の80.8%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の92.3%が説明会で法の理解が深まったと回答している。以上から、法人等向けの説明会を実施することにより、法人等における配慮義務や禁止行為等の規定等についての理解の深まりや適切な行為に基づく対応の定着について、一定の効果が認められると考える。 ③について、令和6年度に作成した若年層向けの啓発動画を令和8年1月19日～3月15日の期間においてYouTube広告及びTVer広告、令和5年度に作成した広報動画を令和8年2月23日～3月15日の期間において電車内及び駅構内の映像広告に掲載し、YouTube広告では65万回以上、TVer広告では25万回以上の視聴回数を獲得した。さらに、新たに啓発カード及びB3ポスターの作成・公表や、全国の路線バスや郵便局、国公立病院等におけるポスターの掲出・配布及びパンフレットの配布等も行った。以上から、動画等を用いた周知啓発を展開することにより、個人における法の規定等についての認知や適切な寄附勧誘に関する認識の定着にいて、一定の寄与を果たしたものと考える。 ④について、消費者庁ウェブサイト、全国の消費生活センター等、靈感商法等対応ダイヤルの3つの窓口を設け、これらを中心に端緒情報を収集し、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、所要の調査を行った。令和7年度は、調査対象情報として49件を受理し、勧告又は命令を実施した事件はなかった。以上から、法を適正に運用することにより、法人等による不当な寄附勧誘の抑止に一定の効果が認められると考える。 上記①～④の令和7年度の取組については、法の目的を踏まえ、いずれもその必要性を精査した上で実施してきた取組であり、寄附勧誘対策室として業務を実施していくに当たり、いずれも必要なものであったと考えられる。また、①の法附則第5条に基づく検討の結果、法の周知啓発及び執行に関しては更なる充実を図っていくこととしたことを踏まえ、②～④について、従来からの取組に加えて、新たな啓発資料の作成や周知場所の拡大、より安心して情報をお寄せいただくための情報提供フォームの改善など、各種取組のブラッシュアップを行うことができた。	法の目的である法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を達成するため、法人等及び個人に対する法の規定等の説明や周知啓発について、各種取組を継続するとともに、これまでの取組状況や法附則第5条に基づく検討の結果等を踏まえ、引き続き、誰もが利用する場所での実効性の高い周知啓発や幅広い層への周知啓発の実施等、更なる充実を図っていく。また、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査についても、法附則第5条に基づく検討の結果等を踏まえ、調査不能とならないための方策等の更なる充実を図りつつ、引き続き必要かつ十分な調査を行い、法を適正に運用していく。

※政策評価時期：令和8年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(5) 消費者団体訴訟制度に関する環境整備	消費者制度課	消費者団体訴訟制度（差止請求、被害回復）の適切かつ実効的な運用により、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られることで、安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。	本制度は、事業概要で記載したとおり、事業者に比べて弱い立場にある消費者の被害の未然防止・拡大防止、集団的な被害回復の観点で重要である。また、本制度は消費者利益の擁護のみならず、健全な事業者の発展にも寄与する。団体が事業者の問題のある行為の是正を促すこと（差止請求）は、自覚せず問題のある行為を行っている事業者にとっては、その行為の改善につながり、信頼性向上に資する。また、自覚的に惠質な行為を行っている事業者に対しては、その行為が未然に差止められ、市場から排除されることで、業界全体の信用性の向上が見込まれる。こういった効果とあわせて、集団的な被害回復が図られることで、消費者被害を回避した消費者や被害回復を受けた消費者による新たな消費につながり、健全な事業者への需要が喚起され、消費需要の増大につながり、ひいては健全な事業活動に還流することが期待される。 近年、高齢化や取引のデジタル化が急速に進む中、事業者が意図するしないにかかわらず消費者被害が容易に発生し得る状況にある一方で、全ての消費者被害に対して行政が関与することは現実的には困難であることに鑑みると、民間団体が主体となって消費者被害の防止や回復に取り組むという本制度の有効性は高く、引き続き重要である。 また、令和4年において、消費者裁判手続特例法を改正。被害回復制度の更なる活用を促すため、消費者団体訴訟等支援法人制度を創設するとともに、被害回復裁判における和解の早期柔軟化などを図る制度改善を実施したところ。足下において、共通義務確認訴訟において和解に向けた協議を実施した事例も確認されており、改善の効果が発現しつつある。さらに、団体数は着実に増加してきており（2021年度：22団体、2022年度：23団体、2023年度：26団体、2024年度：26団体、2025年度：27団体）、差止請求等の件数も増加している（2021年度：22件、2022年度：33件、2023年度：28件、2024年度：54件、2025年度：24件）。 他方で、前述したとおり、差止請求制度は消費者及び事業者の双方にメリットがあるにもかかわらず、その業務に要した費用（弁護士費用や申入れに要した費用など）を消費者からも事業者からも得ることが難しい。これは、団体による差止請求が、特定の消費者において現に生じている被害を救済するための制度ではなく、将来に向けて不特定多数の消費者に対して生じ得る被害の防止を図る制度であること、また、事業者にとっては団体による差止請求が表面上ではメリットにならないことなどが要因である。 このため、多くの団体が地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しているのが現状であり、財政的な課題を抱えていることから、消費者団体訴訟制度を通じた消費者被害の防止・回復の更なる促進のためには、現状のアクティビティだけではなく、財政面の支援が必要と考えられる。 加えて、団体への情報面での支援が不十分であることや、制度の認知度が低く、消費者などからの情報提供が不十分であること等が考えられることから、引き続き団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施していく必要があると考えられる。	点検結果でも記載したとおり、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、経済の成長に資することを踏まえると、本制度が事業者や業界にとっても、ひいては我が国経済全体にとってもメリットになることを消費者及び事業者に広く周知・広報していく。あわせて、行政としても団体の活動しやすい環境構築に向けた総合的な支援体制の整備を積極的にを行い、団体に消費者と事業者との間をつなぐ社会インフラとしての活動を促すことで更なる制度の活用を促進する必要がある。 具体的には、新たに団体を支援する主体として、「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度を創設したことから、今後は、新たに認定された消費者団体訴訟等支援法人も活用しながら、他団体との連携を促すことによる情報面等での環境整備や制度の活用促進に向けた総合的な支援体制を整備していく必要がある。特に、制度の中核を担う団体における財政面のひっ迫は喫緊の課題であり、差止請求制度の重要性や有効性、費用対効果などを踏まえ、令和7年度から実施している、差止請求関係業務について、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業について、規模を拡大する必要がある。 また、周知・啓発については、消費者などに団体にに関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和6年4月からCOCOLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）の運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画の作成も行ったところ。さらに、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。
	(6) 消費者契約に関する制度の企画立案		消費者契約法の適切な運用を行うとともに、時宜にあわせて必要な制度改善を図ることで、消費者にとって安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。	消費者契約法に代表される消費者法は、これまで累次の改正を繰り返してきたが、高齢化やデジタル化の進展等に伴い、消費者を取り巻く環境が日々変化している現代においては、これまでのように消費者法を個別課題ごとに都度対応するために改正を行っても、消費者取引の安心・安全を十全に実現するのは難しくなりつつある。 その根拠として、令和6年の消費生活相談件数は前年より減少したものの（90.0万件）、年間90万件前後で推移しており、高齢化の進展により認知機能が不十分な消費者の割合が拡大していること（2024年時点で全人口の3割が高齢者）、人間関係やコミュニティーの希薄化、飛躍的な技術革新がもたらす消費社会の複雑多様化・取引の個別化等により、誰もが単独で十全な意思決定をすることがこれまでより一層困難になっていること、消費者が単独で取引に関わる機会が増え、自ら対処することが困難で周りに気付くにくいトラブルにさらされる可能性が高まっていること等、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくなる状態が急速に拡大している等の社会的背景が挙げられる。 このような消費者取引環境の変化を受け、衆・参両院からは「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」という附帯決議（消費者契約法の令和4年改正時）がなされており、我が国において、消費者契約法を中心に、既存の枠組み捉われることなく、消費者法制度を抜本的に再編・拡充するための検討を進めていくことは立法府の要請に添った取組であるとともに、社会的背景を捉ええた適切な取組であると考え。 また、前述のとおり、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中においては、現行の消費者契約法も十分に活用されることで足下の消費者被害を防止していく必要がある。令和7年度は風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律の一部を改正する法律（令和7年法律第45号）の施行を踏まえて、消費者庁ウェブサイトに掲載している、いわゆる「デート商法」に関する通知の内容を全国の地方自治体及び消費生活センター等に改めて周知した。こういった現状を踏まえ、現行法について適切に運用するとともに、その内容について事業者や消費者に広く周知することで、更なる活用を促していくことが重要である。 以上により、国費を投入する必要性は高い事業であると考え。 他方、本事業の課題としては、消費者法制度を理念から見直すことは、消費者が単独で検討するには広範なテーマであること、社会的な背景を十分に反映するため、消費者法制に限らず、多種多様な有識者の知見を取り込むとともに、海外の法制度に関する状況なども把握する必要があること、事業者に対する消費者契約法に係る周知・広報が不足していることなどが挙げられる。	消費者法制度の見直しに向けた検討については、消費者庁から消費者委員会に諮問を行い、消費者委員会に令和5年11月に設置された「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」においてより具体的な議論を開始し、令和7年7月には答申がなされた。本年度事業においては、本答申を踏まえて令和7年11月から「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催しており、同検討会及びワーキンググループにおいて、多岐に渡る検討事項について論点の整理及び具体的な検討を進めている。 また、周知・啓発については、関連事業において、消費者等に適格消費者団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和6年4月から運用開始したCOCOLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）を活用しつつ、広報媒体の刷新や説明会の開催等、より効果的な周知・広報の手段を検討していく。

※政策評価時期：令和8年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(7) 消費者教育充実・推進	消費者教育推進課	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないこと及び被害に遭った際に救済できるように教育することに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。 また、持続可能な社会の実現を目指すためには、事業者の取組だけでなく、消費者側も持続可能な社会の実現に寄与する商品・サービス又は事業者を選択して消費を行うなど、主体的な取組を行うことが求められる。このような公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、消費者に対する啓発、地方公共団体・事業者等の活動を通じた機運の醸成等を行う。	消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、関係省庁と連携して周知・啓発に取り組んだほか、消費者力育成強化のための教材の開発、活用促進を行った。消費者庁ウェブサイトやポータルサイト、SNS等を幅広く活用し、有効かつ効率的な普及啓発に努めた。 また、エンカル消費については、イベント等の開催、情報発信に努めるとともに、持続可能な社会を将来世代に引き継いでいくためには、消費者自らが環境に配慮した消費行動を選択していくことが重要であることから、2025年度は消費月間のテーマを「明日の地球を救うため、消費者にできること グリーン志向消費〜どのグリーンにする?〜」とし、関連する教育・啓発等の事業を集中的に実施することによって、全国的な機運醸成に繋げた。	引き続きメリハリのある予算要求をしつつ、事業の優先順位を見極めた効率的な執行に努めることとする。
	(8) 消費者に対する普及啓発		毎年5月を「消費者月間」とし、消費者月間の間、消費者、事業者、行政等が一体となり、消費者問題に関する様々な啓発・教育事業を集中的に実施することで、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立を支援する。	消費者支援功労者表彰については、推薦募集・選定・表彰を例年どおり実施した。これまでも全国各地の自治体・団体から推薦いただくとともに受賞者からも喜びの声をいただいており、全国の消費者支援活動の活性化に繋がっていると評価できる。 また、消費者月間についても、消費者庁における取組（シンポジウムの開催や各自治体等へのポスター送付）に限らず自治体、事業者等が連携して統一テーマに沿った普及啓発活動を展開し、全国的な機運醸成を図ったことによって、その意義が果たされたものと考えられる。	消費者の利益の擁護及び増進のため、引き続き適切な事業の実施及び予算の執行に努める。
	(9) 食品ロスの削減の推進		「食品ロスの削減の推進に関する法律」及びこれに基づく「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に基づく施策に、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として取り組むことにより、食品ロスの削減を推進する。 具体的には、消費者等への普及啓発や食品ロス削減に取り組む優良事例等の表彰の実施により、食品ロス削減に取り組む国民の割合を増やす。また、政府の食品ロス削減推進の取りまとめの立場から、食品ロス削減に関する調査を行い、今後の施策の方向性を検討するとともに、法律に基づく食品ロス削減推進会議等の運営により、関係省庁が相互に連携、協力して施策を実施する体制を整備する。	各種コンテストの実施、10月の食品ロス削減月間の啓発ポスターの作成に加えて、全国のコビニエンスストアと連携した「てまえどり」キャンペーンを実施するなど全国規模での普及啓発を展開。更に、食品ロス削減に取り組む企業や消費者を増やすために「食品ロス削減自主宣言」及び「食品ロス削減推進サポーター」制度を実施した。これらの取組を通じて「2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる」、「食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とする」目標の達成を図っていく必要がある。 また、食品衛生責任者・倉庫管理主任者の資格取得に必要な経費の補助やトレーサビリティの確保に資する在庫管理システムの導入・改修の経費の補助を行うことによって、フードバンク認証取得に向けた体制整備の支援を行っている。フードバンクの認証取得に向けた体制整備の支援の成果の指標として、「フードバンク認証を取得した団体数」を置いており、こうした指標をもって事業の点検を行う。	食品寄附や食べ残しの持ち帰りを促進するための枠組みづくりを推進するとともに、メリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努める。また、企業とのタイアップなどの非予算事業の強化にも着手する。 また、フードバンク認証取得に向けた体制整備支援事業は、令和8年度から新たに開始する事業であることから、事業開始後、公平な審査を通じた適切な執行に努める。その上で、事業の進捗状況や事業を執行する中で生じる課題を把握しつつ、成果を検証することで、今後の事業の運用や食品寄附に対する社会的信頼の向上に向けた施策の検討に活用する。これらを通じ、食品関連事業者等からのフードバンクへの食品寄附の促進を図ることと、「2030年度までに2000年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる」という長期的な目標の達成を図っていく。
	(10) 消費者ホットラインの運用等	地方協力課	消費者ホットライン188は、共通の電話番号により最寄りの消費生活センター等の消費生活相談窓口を案内するものであり、消費者の利便性の向上及び相談機会の充実を図ることにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につながるものである。	消費者ホットライン188は、消費者トラブルに遭った際に相談しやすい体制を整備することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものであり、国民や社会のニーズを反映した国費投入の必要性の高い事業である。本ホットラインのシステムの運営については、NTTドコモビジネス株式会社のみが必要な唯一のサービス（ナビダイヤル）を提供できることから随意契約としている。認知度向上に向けた広報については、3者見解による少額随意契約を実施し、事業の競争性・効率性の確保に努めている。事業の有効性の観点において、消費者ホットライン188は年間約100万件近く利用されており、適切に運用されていると考えられる。広報については各種取り組みでいるものの認知度が十分とはいえない状況にある。	消費者ホットライン188のシステムの運営について、引き続き適正かつ効率的な執行に努める。消費者ホットライン188の広報については、認知度の向上に向けて、今後も様々な機会を捉えて取組を積極的に進めていく。令和8年度以降は、地方公共団体が主催する消費者向け啓発事業やイベント等と連携することで、効果的に消費者ホットライン188や消費生活センターの認知度向上及び消費者被害の未然防止・拡大防止につながることを目的として本事業を推進する。
	(11) 地方公共団体との連携等の推進		地方消費者行政の充実・強化のためには、地方消費者行政の「現場」のニーズや実情を踏まえた施策を展開する必要があることから、地方公共団体職員や消費者問題に取り組む関係者・グループとの「顔の見える関係」の構築や、地方消費者行政の課題の把握等、国と地方公共団体、消費者団体等との情報交換や意見交換の取組を行う。	安全・安心な消費生活の実現のためには、消費生活相談を受けられる体制の整備及び消費者自身の消費者問題解決力の向上に加え、地域全体の消費者問題解決力の向上が必要である。このためには、地域の消費者問題に携わる消費者団体や行政をはじめとする多様な主体が連携・協働し、消費者問題に関する取組を進めることが有効である。 これを推進するための「きっかけの場」として、また、その後も継続する「つながりの場」として、引き続き「消費者行政ブロック会議」、「地方連携推進フォーラム」、「都道府県等消費者行政担当課長会議」及び「法令執行担当者研修」を開催し、地域の実情把握や情報交換に努める必要がある。	今後も「顔の見える関係」を構築するため、現地で直接顔を合わせて意見交換等を行う手法とオンラインを活用した手法を組み合わせた効率化・合理化を進めるとともに、より効果的に施策を遂行していく。
	(12) 地方消費者行政強化交付金		地方消費者行政強化交付金等の活用によって、身近な消費生活相談窓口の機能維持や、消費者を取り巻く環境変化に対応した消費者行政の機能強化を図る都道府県及び市町村等の取組を支援することにより、国の消費者行政の基盤でもある地方消費者行政の充実・強化を図り、もって消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に寄与する。	消費者庁は平成21年度から基金等を通じて、地方公共団体の取組の支援を行ってきた。その結果、15年間で消費生活センターは346箇所増加し、847箇所（令和7年4月時点）となるなど、着実な成果をあげてきているところであるが、令和7年度に推進事業の活用が終了する地方公共団体が多数あったところ、小規模な地方公共団体を中心にいまだに消費者行政の下支えが必要な状況であり、地方消費者行政の推進によるこれまでの成果が後進しないための適切な対策を講じることが必要である。また、人口減少・高齢化の更なる加速、デジタル化等今後の地方消費者行政を取り巻く大きな課題に対し、地域の実情に応じて適切に対応できるよう、支援の在り方についても見直しを行う必要がある。 地方公共団体における申請・報告等の事務負担に関しては、交付金申請・報告様式の記載方法が複雑であり改善の余地が見受けられた。	令和8年度からの事業において、地方消費者行政の状況や課題を踏まえて仕組みを大きく見直した。具体的には、第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）を踏まえ、消費者庁創設（2009年）以降、着実に進展してきた身近な相談窓口の充実という成果が後戻りしないよう、地方消費者行政強化交付金の推進事業の活用期限を終えた地方公共団体が、被害の未然防止の取組を強化しつつ、引き続き相談機能を維持する取組を支援することとした。また、「待ち」の対応から転換し、地域に積極的に出向く出前講座や見守り活動の充実の取組、相談員の抱い手確保のための計画的・効果的な取組、SNSにおけるトラブルなど複雑・高度な相談への対応力強化、広域連携による効率的な相談体制の構築等を支援することとし、併せて交付金申請・報告様式の記載方法の簡略化も行うため、令和8年度交付金事業に向けて、地方消費者行政強化交付金交付要綱の改正を行った。その上で、仕組みの見直し後の事業の運用に注力しつつ、地方公共団体のニーズや、事業の進捗状況や事業を執行する中で生じる課題を把握しつつ、成果の検証を一定の時期に行うことで、今後の事業の運用等に活かし、事業の効率性、効果を高めていく。
	(13) 地方モデル事業	地方消費者行政人材育成事業	厳しい人的・財源的制約の下で地方消費者行政の政策効果を最大限に高めることが求められているところ、消費者庁において本事業を実施し、新たな行政手法や実効性のある事業モデルを構築し、全国に展開することを通じて、全国に共通する地方消費者行政の課題の解決を図る。	本事業は、事業分野に応じて広域連携や官民連携等の新たな行政手法も活用しつつ、地方消費者行政における課題解決を目的としている。支出先の選定に当たっては、審査委員会を開催し、厳正な審査を行うなど、妥当な手続を実施している。毎年度、地方消費者行政における重要課題解決に資する内容の事業を実施し、新たなモデルを構築している。構築したモデルは、地方公共団体等への個別の働きかけや、消費者庁ウェブサイトへの掲載等により、全国的な横展開につなげ、地方消費者行政の更なる充実・強化につなげている。	本事業は所期の目的に沿って実施しており、一定の成果を上げてきている。他方で、厳しい人的・財源的制約の下でモデル事業に対する地方からの期待も大きいところであり、より一層、本事業の活用が望まれるテーマの選定及び実効的なモデルの創出に努めていく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。
	(14) 地方消費者行政人材育成事業		消費生活相談員は、地方の消費生活センター等の現場において消費者からの相談等に直接対応するなど、地方消費者行政の最前線で重要な役割を担っている。また、高齢化・孤独・孤立化等の社会経済状況の変化や悪質商法の手の巧み化などを踏まえ、消費者被害の早期発見・最小化につなげていく見守り活動も重要な課題となっている。地域における相談体制及び見守り活動の機能維持・充実のため、地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する。	現状、消費生活相談員や高齢者等の見守りを担う消費生活協力員・協力団体が担い手不足の状況にあることから、引き続き地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する事業を実施した。企画競争により事業者の選定を行った上で実施しており、e-ラーニングと対面講座を組み合わせることで真に必要なものに限定している。また、職員で対応するなどコスト削減や効率化を図っており、経費は適切にかつ効率的に執行されている。 職員で対応する点は、地方消費者行政モデル事業のシートに記載の消費生活協力員・協力団体養成に関する地方消費者行政人材確保事業部分についても同様であることを点検している。	高齢化・人口減少が進む中で地方での人材確保の課題は一層深刻化する可能性が高いことから、地方公共団体との連携を強化するなどして就労支援も含めて実効的な人材確保に向けた取組を強化していく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。
	(15) 地方消費者行政推進交付金		福島県の消費者行政推進のために必要な経費を交付し、東日本震災（2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震及びこれに伴う原子力発電所の事故による災害をいう。）を受けて行う消費者の安全・安心の確保に向けた地方公共団体の緊急対応を支援することにより、当該地域の消費者の安全で安心な消費生活の実現に資することを目的とする。	消費者庁は、平成24年度から基金等を通じ、東日本大震災を受けて行う消費者の安全・安心の確保に向けた地方公共団体の緊急対応として実施される、福島県の消費者の安全・安心を一層確保するための食品等の放射性物質検査、食の安全性に関する消費生活相談対応等の消費生活センターの体制整備、消費者理解増進のための取組への支援を行ってきた。その結果、消費者庁において実施している風評被害に関する消費者意識の実態調査において、放射性物質の含まれていない食品を買いたいと回答した人のうち、購入をためらう産地として「被災地を中心とした東北」を選んだ人の割合が令和7年度は3.0%と過去最少となるなど、着実な成果を上げてきている。	令和8年度より、県外消費者に対する風評対策事業は本交付金の対象外とするなど事業内容の合理化を行ったところであるが、「第2期復興・創生期間」以降における東日本大震災からの復興の基本方針を踏まえ、引き続き事業内容の合理化等、所要の見直しを行いつつ、放射性物質による風評等の払しょくに係る取組を支援していく。
	(16) 消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進	消費者安全課	本事業は、消費者を対象に注意喚起等の情報発信を実施することを通じ、消費者事故等による被害を未然に防止し、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を実現することを目的とする。	アクティビティ1については、活動実績に記載の会議等のほか、自治体や関係行政機関に対する事務連絡を通じて定期的に通知制度の周知を行っている。これにより、消費者事故等の事故情報データベースへの登録件数は近年増加傾向を示している。引き続き関係機関への周知に取り組んでいく。 アクティビティ2については、短期アウトカムは、2025年度も一定程度の成果を上げ、目標を達成しており、消費者庁による発信が消費者に届いていることが確認できた。こうした発信の積み重ねにより、中期アウトカムや長期アウトカムで取り上げた特定の注意喚起に関する消費者の意識変化及び行動変化の数値も目標値を達成しており、引き続き消費者安全に対する意識変化・行動変化を促していく。 アクティビティ3については、関係行政機関及び事業者に対する情報提供や注意喚起情報の周知等により、これらの他機関による安全基準の策定をはじめとした消費者安全の確保に向けた取組が行われている状況であり、引き続き必要な働きかけを行っていく。	集約した事故情報を分析するとともに、今後は注意喚起等のより効果的な発信方法について検討し、消費者の意識変化や行動変化につなげていく。また、消費者事故の状況や、関係行政機関及び事業者における消費者安全の確保に向けた取組の状況を注視し、引き続き必要な働きかけを行うことができるよう引き続き取り組む。
	(17) 生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言		消費者安全調査委員会において、生命・身体に係る消費者事故等の原因を究明し、当該事故の発生を防止し、また、その拡大を防ぐことを目的とする。	本事業は、消費者安全調査委員会における生命身体事故等の原因究明、再発・拡大防止を目的としているところ、国民の消費生活上の安全確保に寄与するものであり、事業の必要性は高いものである。 執行率については昨年より上がっているが、使途は調査計画を策定し、消費者安全調査委員会の承認を得ることと真に必要なものに限定している。また、職員で対応することができるとは限らず、可能な限り職員で対応するなどコスト削減や効率化を図っており、経費は適切にかつ効率的に執行されている。 本事業の成果指標については、中期アウトカムや長期アウトカムは減少しているが、意見を踏まえ、関係行政機関において再発防止措置に係る取組が進められている最中のためであり、事務局においては適宜関係行政機関と連携をとり、状況に応じて取組が進むように働きかけている。	引き続き、丁寧かつ迅速な調査に努めるとともに、関係行政機関における再発防止に係る取組が進むよう働きかけを行う。
	(18) 食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進		本事業は、食品の安全性に関し、時宜に合ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解の増進を図ることにより、消費者自らの判断により適切な行動をとることができるよう、リスクコミュニケーションを推進することを目的とする。	アクティビティについての活動目標である「意見交換会等の参加者数」は目標を達成（104.4%）し、消費者に対するリスクコミュニケーションの場を十分に確保できた。短期アウトカムの成果目標である参加者の理解度においても目標を達成（122%）し、理解度の向上は確認できた。そのため、意見交換会等の実施が消費者の科学的知見に基づいた理解の増進に繋がっており、今後も多様な対象者への情報発信を強化していく必要がある。	アクティビティについて、来年度の目標達成に向け引き続き取り組んでいく。 また、リスクコミュニケーションを通じて消費者の行動変容をもたらすためには、世代ごとの特性に応じて情報提供の内容や手段を最適化することが有効と考えられる。そのため、今後は、子ども、学生、高齢者など、よりきめ細かくターゲットを明確化し、各世代に寄り添ったリスクコミュニケーションに転換していくことで、引き続き食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組んでいく。

※政策評価時期：令和8年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(19) インターネット通信販売等適正化事業	取引対策課	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、インターネットを利用した通信販売等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。	2025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8,162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717件の注意喚起（前年度1,457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。	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。
	(20) 消費者取引の対策		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。	令和7年度は、高齢化の進展や悪質事業者の手の巧妙化・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、基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7年度において、特定商取引法及び預託法に基づき、国及び都道府県において計80件の行政処分を行った。	引き続き、特定商取引法や預託法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。
	(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		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。	2025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。短期アウトカム及び長期アウトカムについては目標値に達しなかったものの、長期アウトカムの指標である取引デジタルプラットフォーム提供者による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は若干増加するなど、法に基づく取組の進展が見られると評価できる。	2026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、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るとともに、消費者等に対する効果的な法の周知啓発を検討する。
	(22) 不当表示等違反事件調査	表示対策課	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。	令和7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（454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31件）及び行政指導（388件）を実施した。 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。 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考える。	令和8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。
	(23) 表示適正化のための普及・啓発等		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等による事業者等への普及・啓発並びに事業者等からの相談対応による法令遵守の取組支援及びインターネット上の表示の監視を通じた違反行為の未然防止を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。	令和7年度においては、景品表示法等に係る講演会等を144件実施し、参加者の理解度は96%、未然防止への活用度は91%と高水準であり、普及・啓発に十分寄与したといえる。また、事業者等からの相談16,785件に対応することにより、違反行為の未然防止に寄与した。さらに、インターネット上の健康増進法及び景品表示法に違反するおそれのある表示を監視し、改善指導を行うことにより、違反行為の未然防止が図られた。これらにより、普及・啓発及び違反行為の未然防止を図ることにより一般消費者の利益を保護するという事業の目的の達成に十分寄与しているものと考える。	令和8年度においても、引き続き、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣すること等により同法等の普及・啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応すること及びインターネット上の広告に特化した景品表示法等に違反するおそれがある表示を監視し迅速に改善させることにより、違反行為の未然防止を図る。
	(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	食品表示課	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。	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。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。	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。
	(25) 保健機能食品に関する制度等の適正化・運用		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とともに、国民の健康の保護及び増進に寄与することを目的とする。 また、機能性表示食品に関する科学技術の振興を促し、機能性表示食品の安全性及び制度の信頼性の向上を図るとともに、食品の安全に関し、行政施策の科学的な推進を確保し、技術水準の向上を図ることを目的とする。	・本事業で実施した各種調査等の結果は、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買上げ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択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。 ・健康の保護及び増進や安全性の確保のためには、摂取する消費者が保健表示を適切に活用することが重要であり、そのために必要な知識や理解を醸成する保健機能食品等の普及啓発は国費投入の必要性が認められる。なお、その有効性を測る理解度については継続的に変化状況を確認する必要がある。 ・機能性表示食品等の科学的根拠の整理や情報公開の在り方等を研究・調査する、食品衛生基準科学研究費補助金については、令和8年度から新たに開始するアクティビティであり、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会において、研究内容・成果を厳正に評価する。また、研究成果は厚生労働科学研究成果データベース等で公表する。	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や見直し等を進め、消費者からの保健表示への信頼性について更なる向上を目指す。また、摂取する消費者が適切に保健表示を活用できるよう、消費者の理解度の向上に資する普及・啓発に努める。 食品衛生基準科学研究費補助金については、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会における厳正な評価を行い、当該評価結果を踏まえて、機能性表示食品制度の信頼性及び安全性の向上等に一層資する研究となるよう事業内容を改善していく。
	(26) 食品表示対策の推進		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。	食品表示は、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て、重要な役割を果たしており、これを適切に企画・立案・運用するために、国費投入の必要性が認められる。また、活動実績が見込みに見合ったものであることから有効性についても妥当であると評価できる。予算の執行率に関しても経年的に改善されていることから適切に執行されている。	引き続き、適切な予算執行に努めるとともに、時代に即した制度の企画・立案・運用を実施する。
	(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	参事官（調査研究・国際担当）	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。	・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づけられており、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。	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。
	(28) 消費者行政に係る国際的な連携の強化		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高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。	・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、生成AIの利活用が急速に進むなど、消費者問題が多様化・複雑化する中、既存の枠組みにとらわ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。 ・OCEDへの提出金について、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。また調連手続きにおいては、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。	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、適切かつ効果的な事業の執行を行っていく。
	(29) 公益通報者保護制度の推進	参事官（公益通報・協働担当）	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。	＜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から、必要性が高い事業である。 ＜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。 ＜有効性＞ 令和7年6月に改正・公布された改正公益通報者保護法では、近年の法制度を巡る国内外の動向や令和4年改正後の施行状況を踏まえた課題を踏まえ、①事業者が公益通報に適切に対応するための体制整備の徹底と実効性の向上、②公益通報者の範囲拡大、③公益通報を阻害する要因への対処、④公益通報を理由とする不利益な取扱いの抑止・救済を強化するための措置を講ずることとし、令和8年12月1日から施行される。 また、令和8年12月1日の改正法施行に向けて、電車内広告や駅でのサイネージ、ウェブパナー等の方法を通じた周知を実施した。結果として、広告実施期間のYoutube動画の再生回数が合計100万回を超えたほか、「はじめての公益通報者保護法」ページのアクセス数が63万回を超えるなど、効果の高い周知を実施することができた。 加えて、47都道府県や関係する業界団体への説明会等を開催することで、幅広い対象にきめ細やかな周知広報を実施することができた。	令和8年12月1日の改正法施行に向けて、引き続き、電車内広告や駅でのサイネージ、ウェブパナー等の方法を通じた周知、また、各都道府県や事業者団体等への説明会等を実施する。 また、改正法の附帯決議において、3年後見直しが規定されているところ、改正後の施行状況を注視し、裁判事例の収集等を行う。
	(30) 消費者志向経営の推進		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「エンカル消費」が注目されるとともに、投資先を選定際には、環境、社会、ガバナンスの観点を重ねたESG投資も広まっている。 我が国において、ESGが支出する消費額はGDPの過半を占めているなど、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る。 このためには、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。	本事業は、以下のとおり適切に執行されている。 ＜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。 ＜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。 令和7年度は、消費者志向自主宣言事業者の所在の偏りを踏まえ、地域別に地方公共団体向けの説明会や、前年度にアプローチした事業者に対する個別フォローを実施し、自主宣言事業者数は着実に増加している。また、事業者団体や金融機関と個別に意見交換を行い、今後の消費者志向経営の推進に向けた検討を進めた。優良事例表彰については、中小企業を対象とした加点措置の導入やグリーン志向特別表彰の創設を新たに行い、幅広い事業者からの応募拡大を図った。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7年度第3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。	裾野拡大に向けて、令和8年度は、引き続き事業者や地方公共団体への個別アプローチの他、事業者団体や業界団体へのアプローチを実施する。また、消費者志向経営の意義を明確化し、ブランドイメージを確立するため、周知等に用いる各種資料の見直しを行う。さらに、自主宣言効果の見え化のため、これまで実施した自主宣言事業者への個別アンケートや消費生活意識調査の結果等を踏まえ、消費者志向経営に関する事業者向けの調査を検討する。

※政策評価時期：令和8年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(31) 生活関連物資等の価格動向の把握等		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。	本事業は、以下のとおり適切に執行されている。 <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。 <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。 <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応・措置を行えるようにしている。 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。 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ており、消費者利益の擁護・増進に寄与している。	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。
政策名：2. 食品衛生基準政策の推進					
	(1) 食品衛生基準に関する政策の推進	食品衛生基準審査課	最新の科学的知見により、食品等及び洗浄剤の衛生に関する規格又は基準を整備し、食品の安全性を確保する。	・食品汚染物質の安全性検証推進事業について、得られたデータは、規制対象物質に対して規格基準を設定するに当たり重要なものであり、コーデックス委員会等の国際会議及び食品衛生基準審議会（以下「審議会」という。）等の審議において公表されることが前提となっていることから、適正な内容が得られるよう努めているところである。 このため、実態調査においては毎年一定の実施数を確保できており、当該調査データに基づき広く国民に対し汚染物質の含有濃度が高い食品について、必要に応じて摂食頻度を下げるよう指導するなどの活用を図っている。 ・農業等ポジティブリスト制度推進事業について、まず、農業等試験法の開発については、残留農業等試験法開発事業において、開発した試験法の精度等について検証した後、各自治体及び検査所に情報提供するとともに厚生労働省及び消費者庁ホームページで公開してきた（※）。 また、効率的かつ信頼性の高い試験法が示されることは監視指導に有用と考えられ、食品の安全性の確保につながる。 （※）令和6年度、厚生労働省から消費者庁へ食品衛生基準行政を移管したことに伴い、現在は消費者庁ホームページで通知等を公開している。また、令和6年度以降は、各自治体へは消費者庁から、検査所へは厚生労働省を通じて情報提供している。 次に、一日摂取量調査については、使用されている農業等は多数であるため、使用実態等を踏まえ調査を実施しており、毎年調査対象となる農業等の見直しを行うことで必要な農業等の残留実態を把握することに努めている。令和元年度及び令和2年度は1者応れとなったが、履行期間と公告期間をより多く確保し、登録検査機関への声かけを行ったところ、令和3年度以降は、2者以上の応れを確保している。 ・食品添加物等の安全性確認の計画的推進事業について、本事業の調査結果は、規制対象物質に対し規格基準を設定するための重要なデータであり、コーデックス委員会等の国際会議及び審議会の審議において使用されるものでもあるため、適正な内容となるよう努めている。 ・食品用器具・容器包装の安全性確認の計画的推進事業について、本事業の調査結果は、既に器具・容器包装ポジティブリストに記載されている物質の規格改正に向けて、既存物質のリスク評価依頼に必要な情報を収集するための調査や、その整理に重要な役割を果たした。 また、新たに追加する物質の規格について整理を行うためにも重要なデータであり、審議会の審議において使用されるものでもあるため、本事業の調査結果は、適正な内容となるよう努めている。 ・健康食品の安全性の確保等事業について、令和7年度においては、これまでの調査・分析成果を踏まえ、事業者による自主的な品質・安全確保の取組を一層促進するため、錠剤やカプセル剤等の製造管理及び品質管理に関する指針について、具体的な項目解説及び自己点検表を取りまとめ、発出した。これにより、製造工程の適正化及び品質保証の向上が図られ、実効性のある安全な商品供給体制の確立に資するものとなっている。 さらに、本事業は、専門家及び関係省庁との緊密な連携の下で推進されており、健康被害の未然防止及び発生時の拡大防止に向けた総合的な取組を展開している。今後とも、科学的知見の蓄積と制度的対応の充実を両輪として、健康食品の安全性確保に万全を期すものである。 ・食品衛生基準科学研究費補助金（食品衛生基準行政推進調査事業費補助金を含む）及び研究評価推進事業について、食品衛生基準科学研究の振興を促し、科学的知見に基づき食品の安全性を確保するために重要な研究であり、外部有識者会議にて公募内容等を事前に検討いただくことで研究課題の選定の妥当性を担保するとともに、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会において研究内容・成果を厳正に評価することにより、研究の妥当性及び公平性を確保している。 科学技術・イノベーション基本計画において、申請書作成や審査の負担軽減が示されており、この方針に基づき、各種手続きや評価会議におけるヒアリングをオンライン化するなどの負担軽減を行っている。 また、研究成果は、厚生労働科学研究成果データベース等で公表することにより国民に広く還元されるとともに、食品衛生基準行政に活用されている。昨年度までは、当該HPへのアクセス数を成果指標としていたところ、成果指標の設定の仕方に対して外部有識者会合にて指摘があったことから、一部の指標について見直しを行った。 ・食品汚染物質の安全性検証推進事業（消費生活復興政策費）について、令和7年度は一日摂取量調査による試料364検体を検査し、各地域の食品に含まれる放射性セシウムから受ける線量が現行の基準値の設定根拠となった線量上限 1mSv/年の0.1％程度であることを確認した。 また、食品に含まれる放射性ストロンチウムの濃度は原発事故以前の範囲内、プルトニウムの濃度は検出限界値未満であることを確認した。 調査は福島県及び周辺県とその他の日本の各地域と比較して実施されており、調査結果によってそれらの同等性及び安全性が示され食品の安全確保に寄与していることから、被災地の経済活動・市民生活へ直接的な影響を与えるとともに、また、日本全国や海外での食品への信頼を確保する上で極めて有効である。 また、本事業によって得られたデータは、基準値の継続的な検証にも活用できるものである。	引き続き、効率的な予算執行に努め、食品等に係る規格基準の検討・策定等に資するよう取り組んでいく。