

不当表示等違反事件調査

基本情報

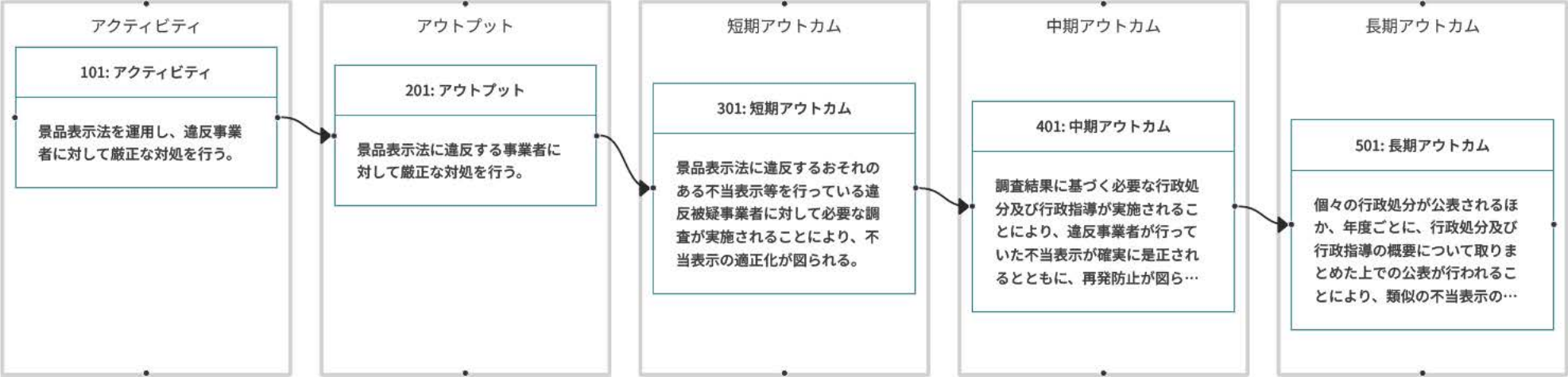
組織情報	府省庁	消費者庁						
	事業所管課室	消費者庁 表示対策課						
	作成責任者	岡田博己						
	その他担当組織	--						
基本情報	予算事業ID	000479	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	2026			事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策			施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1．消費者政策の推進			(22) 不当表示等違反事件調査		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--				主要経費	その他の事項経費		
概要・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)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		100,500	83,000	83,417	110,634	122,099	
	当初予算		84,000	84,828	87,388	86,360	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		71,000	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		155,000	84,828	87,388	86,360	--	
	執行額		119,145	75,300	79,857	--	--	
	執行率		76.9%	88.8%	91.4%	--	--	
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--		14,976		--	
		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 / 参考人等旅費			--		54	54
		当初予算 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			--		74,393	93,910
		当初予算 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			--		6,798	23,022
		当初予算 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			--		1,176	1,696
		当初予算 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			--		3,769	3,227
		当初予算 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			--		170	190
主な増減理由	景品表示法の違反被疑情報の提供件数が近年急増し、法執行ニーズが高まる中、デジタル広告市場の拡大に伴う広告手法の複雑化・多様化に対応し、不当表示への監視・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

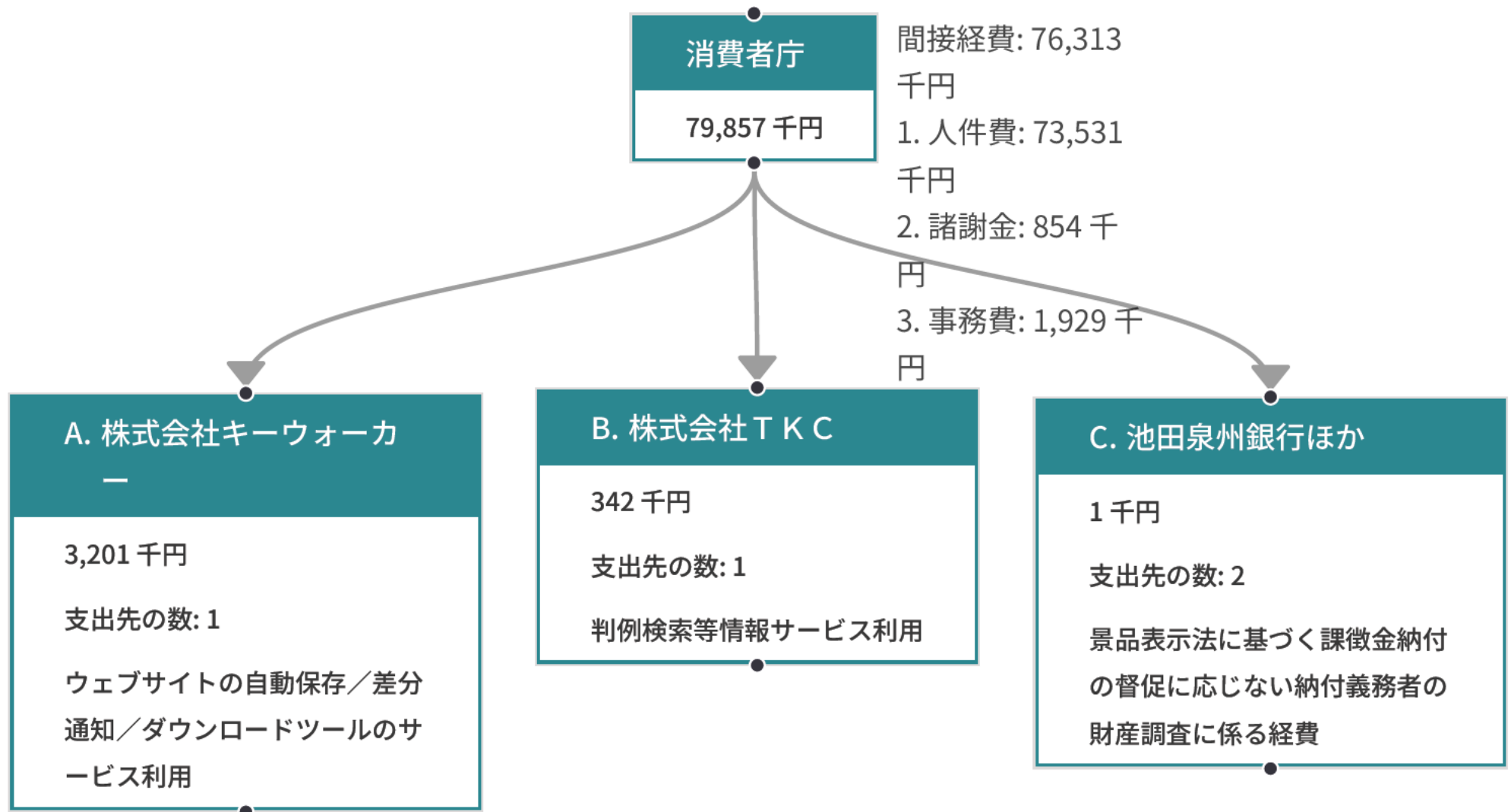
アクティビティ	景品表示法を運用し、違反事業者に対して厳正な対処を行う。				
アウトプット	活動目標	景品表示法に違反する事業者に対して厳正な対処を行う。		活動指標	措置命令件数、確約計画認定件数、課徴金納付命令件数及び指導件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	過去３年度分の活動実績/成果実績の平均値
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	207	180	228	311
	活動実績／成果実績(件)	141	373	419	--
↓ 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７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。（R７：454件、R６：437件、R５：229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7年度においては、調査結果に基づき、違反事業者に対して、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。（R7：行政処分31件、行政指導388件 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）	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7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	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する。		
	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。		
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	--	詳細	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、引き続き適切な予算執行に努めること。 ・引き続き、各活動に係る定性的なアウトカムに関する成果実績について、実施した取組と得られた成果との関係が明確になるよう整理し、事業効果の把握に継続的に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
	詳細	・引き続き、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。 ・引き続き、各活動に係る定性的なアウトカムに関する成果実績について、実施した取組と得られた成果との関係が明確になるよう整理し、事業効果を継続的に把握していく。		
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		3,201	1	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービス利用	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社キーウォーカー		3,201	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
	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービス利用 一般競争契約（最低価格）		2,409	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービス利用の契約変更 その他(契約変更)		792	--	--	--
	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	
	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 池田泉州銀行ほか		1	2	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		
	池田泉州銀行		1	8120001144082		
	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 随意契約（少額）		1	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		
		東京ベイ信用金庫		0	9040005004273			
			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 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	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービス利用	役務費	サービス提供		2,409	
	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	池田泉州銀行	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	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		1	
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	2026			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。					
	現状・課題	国内の総広告費及びインターネット広告費は、近年増加傾向にある。特にインターネット広告費は過去10年間で一貫して増加しており、令和7年には、国内の総広告費 8 兆623億円のうち、インターネット広告費は 4 兆459億円を占め、10年前と比較して約2.3倍となっている（株式会社 電通「日本の広告費」による）。加えて、景品表示法違反の疑いがある事実に関する情報提供件数も増加しており（令和7年度は22431件、10年前と比較して約2.3倍）、不当表示に対する監視ニーズは高まっている。 こうした背景を踏まえると、インターネット上の表示を中心に、表示の適正化に向けてこれまで以上に不当表示等を監視していく必要がある。 他方、インターネット上の表示は、変更・削除が容易であること、表示内容が利用者の属性や閲覧状況等のデータに基づいて決定されること等、従来の表示とは異なる特有の性質を有している。こうしたインターネット上の表示特有の性質に対応して景品表示法等の調査を行う必要があり、調査業務は複雑・高度化している。このような状況において、法執行と併せて普及・啓発及び違反行為の未然防止の取組を充実させることがより一層重要となっている。 このため、引き続き、景品表示法等を的確に運用するほか、同法等の普及・啓発及び違反行為の未然防止にもさらに注力することで、表示の適正化を実現することが重要である。					
	事業の概要	景品表示法等の所管法令について、普及・啓発活動及び違反行為の未然防止に取り組む。 具体的には、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。					
	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)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		266,026	158,000	133,877	101,403	104,311
	当初予算		116,950	115,052	108,205	101,838	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		116,950	115,052	108,205	101,838	--
	執行額		55,733	84,085	61,241	--	--
	執行率		47.7%	73.1%	56.6%	--	--

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			--		67,888	68,189
		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			--		25,910	27,212
		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			--		3,036	2,323
		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	3,400
		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			--		1,270	1,646
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		1,037	1,541
	主な増減理由			その他特記事項	--			
人権費の単価上昇による増								

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う等、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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	116	158	182	173
	活動実績／成果実績(件)	201	173	144	--
↓ 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	講演会等の参加者等が、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）	講演等参加者へのアンケート結果
	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(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	95	96	96	--
	達成率(%)	95	96	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等が、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などにより、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等が、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などにより、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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	84	84	91	--
	達成率(%)	84	84	91	--
↓ 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などにより、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た。このほか、2024年度には「No.1表示に関する実態調査報告書」、2025年度には「買取サービスに関する実態調査報告書」を作成・公表し、景品表示法上の考え方を示した。このように、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）	No.1表示に関する実態調査報告書(令和6年9月26日公表) 買取サービスに関する実態調査報告書(令和7年4月30日公表)
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	21,574	21,463	21,087	19,658
	活動実績／成果実績(件)	21,692	20,494	16,785	--
↓ 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	令和7年度においても、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。このほか、消費者庁HPの「よくある質問」を拡充・更新した。		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	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	令和7年度においても、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。また、消費者庁HPの「よくある質問」を拡充・更新した。	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	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	令和7年度においても、相談対応によ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

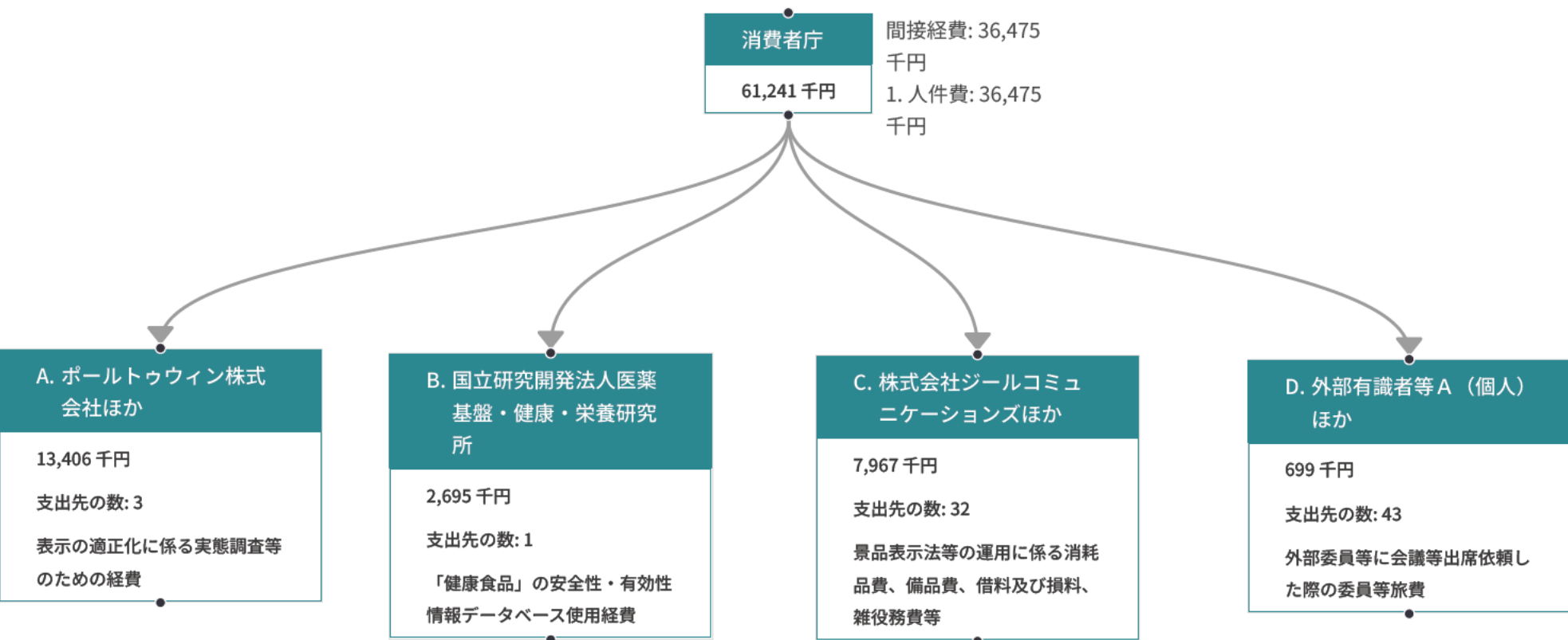
アクティビティ	インターネット上の広告に特化した景品表示法等に違反するおそれがある表示の監視業務を実施し、消費者庁自ら問題となり得る表示を発見し、迅速に改善させることで、違反の未然防止を図る。				
アウトプット	活動目標	インターネット上の虚偽・誇大表示等の景品表示法及び健康増進法で禁じている表示について、監視を行う。		活動指標	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	2,000	8,000	8,000	8,000
	活動実績／成果実績(件)	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	改善指導が行われた商品又は役務の表示について、事業者による改善が図られる。		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）	前年度の実績値 ※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年度以降は健康増進法及び景品表示法に基づく改善指導措置件数を計上している。
	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(件)	--	787	811	913
	活動実績／成果実績(件)	771	811	913	--
	達成率(%)	--	103	112.6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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が図られる。				

中期アウトカム	成果目標	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	改善指導が行われることにより、改善指導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	改善指導が行われることにより、改善指導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	改善指導が行われることにより、改善指導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する。		
	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。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	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	○各アクティビティ共通 各アクティビティに直接関わった対象者に対する効果は一定程度把握できていると考えられる。一方で、中長期的アウトカムは各アクティビティの波及効果を想定した内容としているものが多いが、その評価は定性的なものにとどまっている。本事業の効果をより明確に示すためには、事業の波及効果についても、例えば重点分野ごとの違反傾向や件数推移など定量的指標の設定を検討する必要がある。 ○アクティビティ【景表法等に関する講演会等への講師派遣等を通じた普及啓発活動】 講演会等の参加者からのアンケート結果をいかにフィードバックして、その後の講演の参加者の理解が難しい点の改善に繋げるかと言った視点が重要。アンケート「自由記述欄」のフィードバックを講演の改善・向上に活用することは有効であるし、中長期的アウトカムにおける指標にも活用できないだろうか。 中長期アウトカムについては、講演会等が実際に違反行為の未然防止につながっているかを追跡的に検証できる仕組みを検討すべきである。 ○アクティビティ【インターネット広告の監視業務】 インターネット上における景品表示法等に違反するおそれのある広告の監視業務については、AIの活用など、新しい技術を活用したより効果的な実施方法の検討も必要ではないか。		
	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	- 一部の調達において一者応札となっている。その他の応札者が見込めるよう仕様書を見直すなど調達方法について工夫いただきたい。 - 外部有識者の所見を踏まえ、講演会等の取組を通じた未然防止効果の把握方法について継続的に検討するとともに、アウトプットからアウトカムに至る効果発現経路の妥当性を検証していただきたい。

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	一般競争入札に付す案件について、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。 効果発現経路の記載ぶりを検証し、指標設定や評価方法の工夫を検討する。		
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	--			
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	ポールトゥウィン株式会社ほか	13,406	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		
	ポールトゥウィン株式会社		12,031	4180001046442		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和7年度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）		12,031	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社クロス・マーケティング		990	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
	環境ラベル及び表示例の収集業務 随意契約（少額）		990	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社マクロミル		385	7010001247946		
	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
	環境ラベルに関する消費者意識調査 随意契約（少額）		385	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	2,695	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		2,695	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使用経費 随意契約（その他）(特命随意契約)		2,695	1	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
C 株式会社ジールコミュニケーションズほか	7,967	32	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			
株式会社ジールコミュニケーションズ	1,782	8010401084996			
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）	1,782	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			
クオリティネット株式会社	1,320	7011101029722			
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	
デジタルフォレンジックソフトウェア（ＦＴＫ）の研修 随意契約（少額）	1,320	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
一般財団法人カケンテストセンター	899	8010005016628			
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	
試験請負業務 随意契約（少額）	474	1	--	--	
試験及び試験報告書作成請負業務 随意契約（少額）	425	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
一般社団法人全国公正取引協議会連合会	573	6010405000381			
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	
景品表示法関係法令集（令和７年版）の購入 随意契約（少額）	573	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
ポールトゥウィン株式会社	498	4180001046442			

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
	S N S 等における広告モニタリング業務 随意契約（少額）	498	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社オカモトヤ	430	1010401006180		
	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）	363	1	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	51	1	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	16	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社S o l a f u n e	325	5360001027200		
	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マップのクチコミ欄のデータ収集業務 指名競争契約（最低価格）	325	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		
	株式会社ラネット	295	5013301019521		
	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
	スマートフォン一式の購入及び利用 随意契約（少額）	295	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社和幸印刷	293	8011101022206		
	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）	293	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	
	株式会社創基	266	4010001021164		
	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）	266	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	1,286	--		
	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 随意契約（少額）	1,286	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	外部有識者等 A（個人）ほか	699	43	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）	62	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))	62	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 B（個人）	62	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))	62	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 C（個人）	36	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	旅費 その他((旅費))		36	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
外部有識者等 D（個人）			35	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))		35	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
外部有識者等 E（個人）			35	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))		35	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
外部有識者等 F（個人）			34	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))		34	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
外部有識者等 G（個人）			23	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))		23	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
外部有識者等 H（個人）			23	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))		23	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		
		支出先名		支出額	法人番号		
		外部有識者等Ⅰ（個人）		23	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))		23	1	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		外部有識者等Ⅱ（個人）		22	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))		22	1	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		その他		344	--		
		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))		344	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	ポルトゥウィン株式会社	令和7年度インターネットにおけるデジタル広告の監視業務	役務費	デジタル広告の監視業務	12,031
	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	2,695
	C	株式会社ジールコミュニケーションズ	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	役務費	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	1,782
	D	外部有識者等 A（個人）	旅費	旅費	委員等旅費	62

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	2026			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	--		--	--

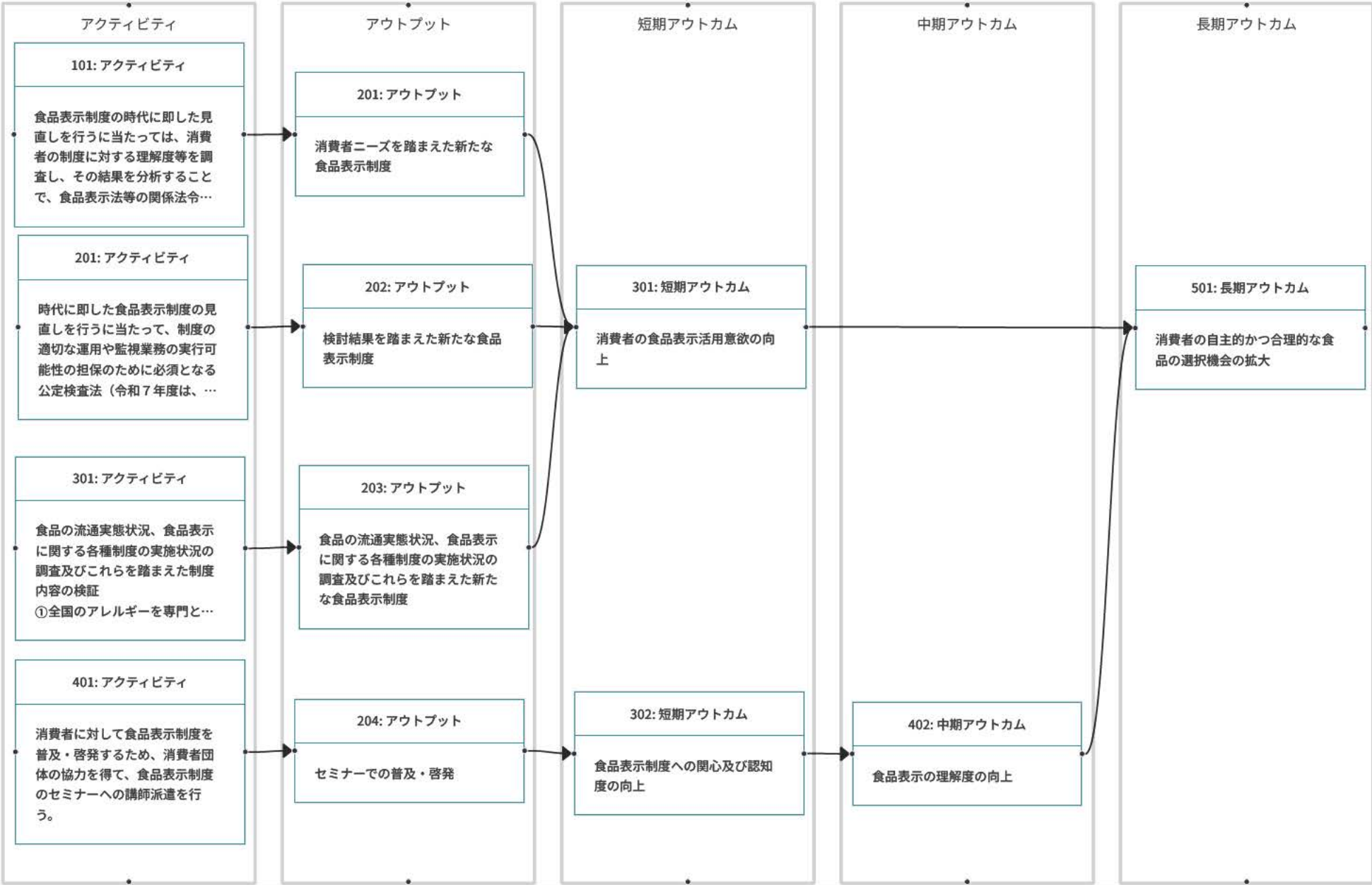
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	・農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略～輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化～（令和7年5月30日農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議）		https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-43.pdf	
	・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	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		79,000	162,251	104,249	115,279	131,441	
	当初予算		33,000	91,073	83,783	83,715	--	
	補正予算		65,000	10,286	31,000	--	--	
	前年度から繰越し		--	65,000	10,286	31,000	--	
	予備費等		--	--	5,894	--	--	
	計		98,000	166,359	130,963	114,715	--	
	執行額		29,526	145,751	108,679	--	--	
	執行率		30.1%	87.6%	83%	--	--	
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	--		37,059		--	
		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			--		83,715	131,441
		前年度から繰越し --			--		31,000	--
主な増減理由	令和９年度は食品の表示内容の妥当性を確認するための科学的検証方法の開発等を行うために必要な予算を要望するため。				その他特記事項	食品表示制度に関する調査事業・普及啓発事業が緊急的に必要となったため、「消費者政策企画・立案」（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 101-201-301-501

アクティビティ	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、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。当該調査の結果を踏まえつつ、有識者の意見も聴取しながら、消費者のニーズが適切に反映されるよう必要な制度の見直しを行う。				
アウトプット	活動目標	消費者ニーズを踏まえた新たな食品表示制度		活動指標	「食品表示に関する消費者意向調査」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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(回)	1	1	1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	制度見直しにより、消費者ニーズに即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 このほか、各種関係通知も改正。	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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	98	--
	達成率(%)	99	100	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7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	検討結果を踏まえた新たな食品表示制度		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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	制度の見直しにより、時代に即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 このほか、各種関係通知も改正。	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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	98	--
	達成率(%)	99	100	100	--

アクティビティからの発現経路 301-203-301-501

アクティビティ	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 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 ②令和5年度に改定した消費者基本計画工程表などに基づき開催した、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 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 ④令和7年度より、栄養機能食品における栄養成分の下限値・上限値及び機能の文言並びに摂取をする上での注意事項を検討するため「栄養機能食品に関する検討会」を開催				
アウトプット	活動目標	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新たな食品表示制度		活動指標	調査事業実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	3	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	6	3	5	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	制度の見直しにより、時代に即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 このほか、各種関係通知も改正。	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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	98	--
	達成率(%)	99	100	100	--

アクティビティからの発現経路 401-204-302-402-501

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	セミナーでの普及・啓発		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	10	11	10	--
↓ 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及び認知度が高まる。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心及び認知度の向上		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）	消費者庁調べ 【補足】 2025年度実績測定より、集計ツールの変更を行っており、目標値は2026年度から記載。
	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(回)	4,000,000	4,000,000	--	200,000
	活動実績／成果実績(回)	6,572,624	5,914,984	204,858	--
	達成率(%)	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及び認知度が高まり、自発的に食品表示制度について学ぶ機会も発生すれば、食品表示の理解度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の理解度の向上		成果指標	消費期限表示の理解度	
	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）	
	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			2025年度		目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		--		65	
	活動実績／成果実績(%)		53.7		--	
	達成率(%)		--		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発活動による「消費者の関心及び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理解が進めば、食品を選択する際に食品表示を活用する消費者が増加する。 普及啓発による食品表示制度の理解度向上を通じて、消費者の食品選択の際の表示活用機会を拡大することが重要である。 なお、その他の表示事項の理解度は下記のとおり。 ＜賞味期限＞2025年度：54.5％ ＜原材料名＞2025年度：54.6％ ＜添加物＞2025年度：64.3％ ＜遺伝子組換え表示＞2025年度：47.9％					
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大		成果指標	食品表示の商品選択への寄与度	
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)		97	98	98	--
	達成率(%)		99	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	--				

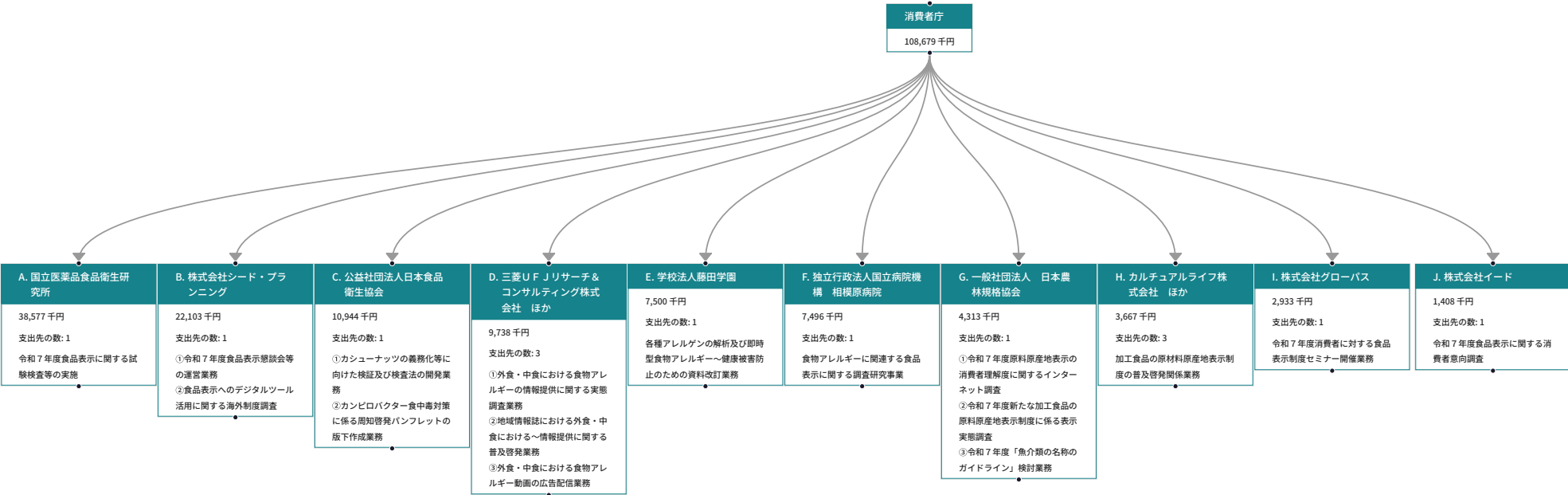
点検・評価

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。 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があることから、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。 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。		
	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、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。		
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	2025
	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	・一部の調達において一者応札となっている。その他の応札者が見込めるよう仕様書や調達時期を見直すなど調達方法について工夫いただきたい。 ・引き続き、中期アウトカムである食品表示の理解度に係る実績値の推移を継続的に把握するとともに、集計ツールの変更を踏まえた成果指標の連続性についても必要に応じて確認していただきたい。
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	可能な範囲内で、一者応札の要因を分析し、必要な見直し等を行いたい。また、事業の有効性の適切な点検につながるように、継続的に成果実績の変化状況を確認する。		
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	--			

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	国立医薬品食品衛生研究所	38,577	1	令和 7 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		38,577	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	
	令和 7 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)		38,577	--	--	--	
	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	株式会社シード・プランニング	22,103	1	①令和 7 年度食品表示懇談会等の運営業務 ②食品表示へのデジタルツール活用に関する海外制度調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社シード・プランニング		22,103	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 7 年度食品表示懇談会等の運営業務 一般競争契約（最低価格）		17,856	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。	
	食品表示へのデジタルツール活用に関する海外制度調査 一般競争契約（最低価格）		4,247	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	公益社団法人日本食品衛生協会	10,944	1	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 ②カンピロバクター食中毒対策に係る周知啓発パンフレットの版下作成業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	公益社団法人日本食品衛生協会		10,944	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)		10,929	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。	
	カンピロバクター食中毒対策に係る周知啓発パンフレットの版下作成業務 随意契約（少額）		15	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 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 ほか		9,738	3	①外食・中食における食物アレルギーの情報提供に関する実態調査業務 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 ③外食・中食における食物アレルギー動画の広告配信業務	
	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		4,822	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
	外食・中食における食物アレルギーの情報提供に関する実態調査業務 一般競争契約（最低価格）		4,822	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社タウン情報全国ネットワーク		3,953	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・中食における食物アレルギーの情報提供に関する普及啓発業務 一般競争契約（最低価格）		3,953	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		
	株式会社アカンパニーテクノロジーズ		963	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
	外食・中食における食物アレルギー動画の広告配信業務 随意契約（少額）		963	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 学校法人藤田学園		7,500	1	各種アレルギーの解析及び即時型食物アレルギー～健康被害防止のための資料改訂業務	
	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

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		
		各種アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーによる健康被害防止のための資料改訂業務 随意契約（その他）(特命随契)	7,500	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	独立行政法人国立病院機構 相模原病院		7,496	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		7,496	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	食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)		7,496	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		
G	一般社団法人 日本農林規格協会		4,313	1	①令和7年度原料原産地表示の消費者理解度に関するインターネット調査 ②令和7年度新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る表示実態調査 ③令和7年度「魚介類の名称のガイドライン」検討業務		
	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		4,313	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	
	令和7年度原料原産地表示の消費者理解度に関するインターネット調査 随意契約（少額）		1,607	1	--	--	
	令和7年度新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る表示実態調査 随意契約（少額）		1,355	1	--	--	
	令和7年度「魚介類の名称のガイドライン」検討業務 随意契約（少額）		1,351	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	カルチュアライフ株式会社 ほか		3,667	3	加工食品の原材料原産地表示制度の普及啓発関係業務		
	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	
	カルチュアルライフ株式会社	2,497	1010001191596		
	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
	加工食品の原材料原産地表示制度の普及用資材制作に関する事業 随意契約（少額）	1,980	1	--	--
	加工食品の原料原産地表示制度の普及用資材ショート版の制作作業 随意契約（少額）	517	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社太陽美術	593	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	加工食品の原料原産地表示制度の普及啓発用資材制作業務 随意契約（少額）	593	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社アライ印刷	577	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
	加工食品の原料原産地表示に係るパンフレットのレイアウト調整及び印刷・製本業務並びにリーフレットの版下作成及び印刷業務 随意契約（少額）	537	1	--	--
	加工食品の原料原産地表示に係るパンフレットのレイアウト調整業務 随意契約（少額）	40	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	株式会社グローパス	2,933	1	令和7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	2,933	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

	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		
			令和 7 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）	2,933	8	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。	
	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	J	株式会社イード		1,408	1	令和 7 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			
		株式会社イード		1,408	5011201013586			
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		令和 7 年度食品表示に関する消費者意向調査 随意契約（少額）		1,408	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	国立医薬品食品衛生研究所	令和 7 年度食品表示に関する試験検査等の実施	事業費	役務	38,577
	B	株式会社シード・プランニング	令和 7 年度食品表示懇談会等の運営業務	事業費	役務	17,856
	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	役務	10,929
	D	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社	外食・中食における食物アレルギーの情報提供に関する実態調査業務	事業費	調査	4,822
	E	学校法人藤田学園	各種アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーによる健康被害防止のための資料改訂業務	事業費	役務	7,500
	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	7,496
	G	一般社団法人日本農林規格協会	令和 7 年度原料原産地表示の消費者理解度に関するインターネット調査	事業費	調査	1,607
	H	カルチュアラルライフ株式会社	加工食品の原材料原産地表示制度の普及用資材制作に関する事業	事業費	役務	1,980
	I	株式会社グローパス	令和 7 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	役務	2,933

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	2026	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）保健機能食品に関する制度等の適正化・運用		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	科学技術振興費 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。			
	現状・課題	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り、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。 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性を高め、適切に活用してもらうことが必要である。 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。 食品衛生基準科学研究費補助金については、大学や国立・民間の試験研究機関に所属する研究者等を交付対象とする補助金であり、機能性表示食品制度の運用等に活用する観点も踏まえ、食品安全に係る技術水準の向上に資する研究を進めることができるよう、外部有識者からなる事前及び中間・事後評価委員会での評価結果を踏まえた研究の推進を図る必要がある。 なお、本事業における当該補助金は、事業者の責任において機能性の表示を可能とする機能性表示食品が広く活用されている一方、新たな機能性関与成分を含む食品が販売される等の状況にある中、機能性表示食品の安全性の向上及び制度の信頼性の向上に科学的視点を一層取り入れるため令和８年度から開始している。			
	事業の概要	・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・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。 ・国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行うことにより、機能性表示食品の安全性の向上及び制度の信頼性の向上に資する研究の実施を行う。			
	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	--	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	--	--	--

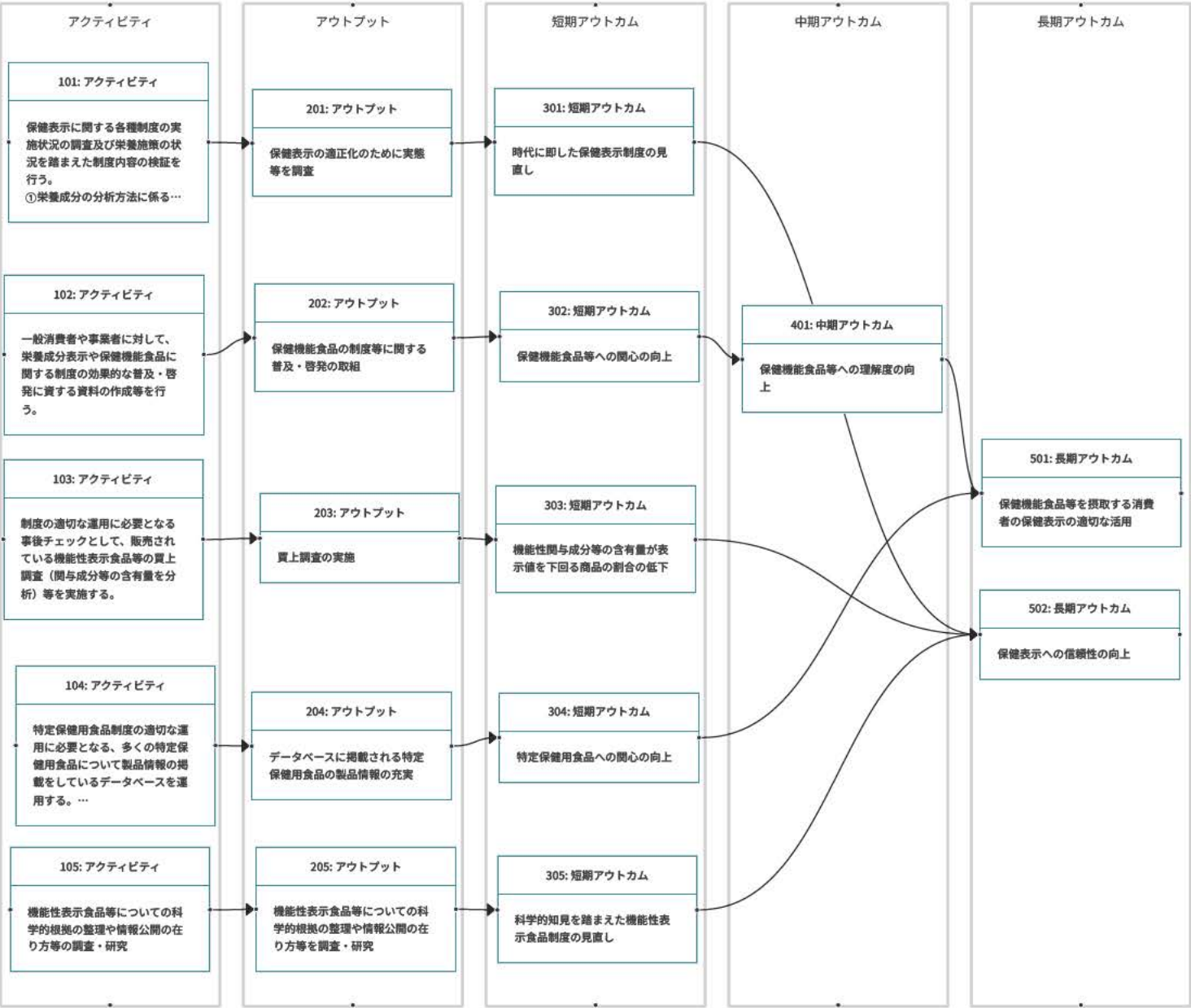
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和6年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/decision0621.html	
	・健康・医療戦略（令和7年2月18日閣議決定）		https://www.cas.go.jp/jp/seisakukaigi/kenkouiryousuisin/ketteisiryouskakugi/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/index.html	
実施方法	直接実施 補助			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	定額	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		42,000	43,397	413,316	231,804	183,734		
	当初予算		11,000	34,106	226,785	216,078	--		
	補正予算		--	91,260	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	50,340	--	--		
	予備費等		--	13,278	--	--	--		
	計		11,000	138,644	277,125	216,078	--		
	執行額		13,572	69,381	188,253	--	--		
	執行率		123.4%	50%	67.9%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		--		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当				--		95,132	75,123
		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				--		82,428	77,513
		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				--		13,902	13,902
		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	5,793
		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				--		7,584	4,995
		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
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		--	2,520
	主な増減理由	「食品表示対策の推進」で計上していた非常勤職員手当の一部をこちらで計上することとしたため。				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 101-201-301-502

アクティビティ	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を行う。 ①栄養成分の分析方法に係る妥当性確認ガイドラインの作成に係る課題抽出及び論点整理等 ②日本版包装前面栄養表示の様式案等に係るアンケート調査 ③機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査 ④特定保健用食品及び機能性表示食品における保健の用途の試験に関する調査				
アウトプット	活動目標	保健表示の適正化のために実態等を調査		活動指標	調査事業実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	3	3	2	2
	活動実績／成果実績(件)	5	2	4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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の実施に活かされる。				
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	（参考）令和7年度の制度改正等 ・食品表示基準の一部改正（機能性表示食品の表示禁止事項の一部見直し）（令和7年10月1日） ・「日本版包装前面栄養表示ガイドライン」の策定・公表（令和8年2月）		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	栄養施策の状況等を踏まえた消費者に分かりやすく時代に即した制度の改正が重要であり、その改正を定量的に測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	時代に即した保健表示制度の見直しが行われることで、より一層、安全性の確保や健康の保護及び増進に資する制度となり、保健表示の信頼性が向上する。				

長期アウトカム	成果目標	保健表示への信頼性の向上	成果指標	機能性表示食品を「現在摂取している」又は「摂取したことはないが、今後摂取してみたい」と回答した者のうち、「国の制度に基づいた食品で信頼できるから」、「表示されている機能を期待しているから」又は「安全性が担保されているから」という理由を選んだ者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考指標) ・機能性表示食品を「以前摂取していたが、今は摂取していない」又は「これまでに摂取したことはなく、今後も摂取する予定はない」と回答した者のうち、「機能があるか信頼できないから」、「安全性に不安があるから」又は「国が審査・許可したものではないから」という理由を選んだ者の割合：31.9% (2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	制度の適正な見直しはその表示を活用する消費者からの信頼に直結するため。
活動・成果目標と実績		2025年度	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	80	
	活動実績／成果実績(%)	76.8	--	
	達成率(%)	--	--	

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、栄養成分表示や保健機能食品に関する制度の効果的な普及・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	保健機能食品の制度等に関する普及・啓発の取組		活動指標	保健機能食品の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）	消費者庁調べ （参考情報） 令和7年度においては、パンフレット・教材を5件新規作成又は更新 （その他、政府広報における地上波CMオンエアやバナー広告、説明会等の実施など）
	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
	当初見込み／目標値(件)	45	45	45	55
	活動実績／成果実績(件)	58	113	59	--
↓ 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件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁調べ 【補足】 2025年度実績測定より、集計ツールの変更を行っており、目標値は2026年度から記載。
	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(件)	110,000	110,000	--	50,000
	活動実績／成果実績(件)	104,951	138,252	50,407	--
	達成率(%)	95.4	125.7	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の健康の増進に資する保健表示は、その関心の向上を高めることはもちろんのこと、適切な活用につなげるため、その理解度の向上が重要である。 また、事業者における制度の理解度を高めることで、制度の適正な運用にもつながる。				

中期アウトカム	成果目標	保健機能食品等への理解度の向上		成果指標	特定保健用食品への理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(他指標) ・栄養機能食品への理解度：2025年度　5.7% ・機能性表示食品への理解度：2025年度　5.1%		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 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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			2025年度		目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--		30
	活動実績／成果実績(%)		9.7		--
	達成率(%)		--		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の保健機能食品等への理解度が高まることによって、保健機能食品等を摂取する消費者は、適切にその保健表示を活用することができる。				
長期アウトカム	成果目標	保健機能食品等を摂取する消費者の保健表示の適切な活用		成果指標	特定保健用食品を摂取している者のうち、特定保健用食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(他指標) ・栄養機能食品を摂取している者のうち、栄養機能食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：20.6%（2025年度） ・機能性表示食品を摂取している者のうち、機能性表示食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：16.3%（2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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			2025年度		最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--		50
	活動実績／成果実績(%)		23.2		--
	達成率(%)		--		--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-502

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）等を実施する。				
アウトプット	活動目標	買上調査の実施		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 ・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（令和6年度補正予算） 【目標値変更理由】 令和6年度補正予算事業の終了に伴う見直し
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(品)	100	100	1,000	500
	活動実績／成果実績(品)	101	100	1,000	--
↓ 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端緒として、表示値の妥当性の検証がなされることで、事業者における品質管理の質が向上し、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
	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(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97.6	98.8	--	--
	達成率(%)	100.4	100.8	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	機能性関与成分等の含有量が表示値より下回る商品の割合が低下することで、制度がより適正に運用されている状態となり、販売されている機能性表示食品等の表示の信頼性が向上する。				

長期アウトカム	成果目標	保健表示への信頼性の向上	成果指標	機能性表示食品を「現在摂取している」又は「摂取したことはないが、今後摂取してみたい」と回答した者のうち、「国の制度に基づいた食品で信頼できるから」、「表示されている機能を期待しているから」又は「安全性が担保されているから」という理由を選んだ者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考指標) ・機能性表示食品を「以前摂取していたが、今は摂取していない」又は「これまでに摂取したことはなく、今後も摂取する予定はない」と回答した者のうち、「機能があるか信頼できないから」、「安全性に不安があるから」又は「国が審査・許可したものではないから」という理由を選んだ者の割合：31.9% (2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	特に事業者の責任で届出がされる機能性表示食品について、販売されている製品の機能性関与成分の含有量の調査結果を端緒として、表示値の妥当性の検証がなされることにより、事業者における品質管理の質の向上や適正な表示による消費者への情報提供が期待されることから、表示の信頼性の向上に直結するアクティビティである。
活動・成果目標と実績			2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	80
	活動実績／成果実績(%)		76.8	--
	達成率(%)		--	--

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を運用する。 また、素材情報データベースの有効性情報の拡充を行う。				
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	当該年度に許可された品目で、当該年度にデータベースへ製品情報を掲載した品目の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁調べ 【活動指標の変更】 より明瞭な指標とするための見直し
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	--	--	91.3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本データベースの製品情報等を充実させることにより、短期的な成果としては、既に特定保健用食品に関心を持っていた消費者からのアクセスによりアクセス件数が増加する。当該消費者の特定保健用食品への関心がより向上する。				
短期アウトカム	成果目標	特定保健用食品への関心の向上		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）	https://hfnet.nibn.go.jp/specific-health-food/
	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(件)	--	1,000,000	1,000,000	1,000,000
	活動実績／成果実績(件)	702,791	933,512	603,948	--
	達成率(%)	--	93.4	60.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	特定保健用食品に関心を持つ消費者が、データベースの商品情報等を活用した消費行動（合理的選択）が可能となる。				

長期アウトカム	成果目標	保健機能食品等を摂取する消費者の保健表示の適切な活用	成果指標	特定保健用食品を摂取している者のうち、特定保健用食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(他指標) ・栄養機能食品を摂取している者のうち、栄養機能食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：20.6%（2025年度） ・機能性表示食品を摂取している者のうち、機能性表示食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：16.3%（2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	データベースの商品情報等は、単に制度の特徴や表示への消費者の理解を高めるよりは、商品選択に活かすための情報であるため、長期アウトカムに直結する。
活動・成果目標と実績			2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	50
	活動実績／成果実績(%)		23.2	--
	達成率(%)		--	--

アクティビティからの発現経路 105-205-305-502

アクティビティ	機能性表示食品等についての科学的根拠の整理や情報公開の在り方等の調査・研究			
アウトプット	活動目標	機能性表示食品等についての科学的根拠の整理や情報公開の在り方等を調査・研究	活動指標	調査・研究実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和8年度食品衛生基準科学研究費補助金公募要項等について https://www.caa.go.jp/notice/entry/044085/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2026年度	
	当初見込み／目標値(件)		1	
	活動実績／成果実績(件)		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	各調査・研究から得られた科学的知見を踏まえ、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機能性表示食品制度の見直しに活かされる。			
短期アウトカム	成果目標	科学的知見を踏まえた機能性表示食品制度の見直し	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	一例として、機能性表示食品の届出資料の妥当性に寄与する制度の見直しの検討を行う。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	制度改正を定量的に数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	科学的根拠に基づいた制度改正が行われることで、機能性表示食品制度とその表示への信頼性が高まる。			

長期アウトカム	成果目標	保健表示への信頼性の向上	成果指標	機能性表示食品を「現在摂取している」又は「摂取したことはないが、今後摂取してみたい」と回答した者のうち、「国の制度に基づいた食品で信頼できるから」、「表示されている機能を期待しているから」又は「安全性が担保されているから」という理由を選んだ者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考指標) ・機能性表示食品を「以前摂取していたが、今は摂取していない」又は「これまでに摂取したことはなく、今後も摂取する予定はない」と回答した者のうち、「機能があるか信頼できないから」、「安全性に不安があるから」又は「国が審査・許可したものではないから」という理由を選んだ者の割合：31.9%（2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	科学的根拠に基づいた制度とその表示は、活用する消費者からの信頼に直結するため。
活動・成果目標と実績			2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	80
	活動実績／成果実績(%)		76.8	--
	達成率(%)		--	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

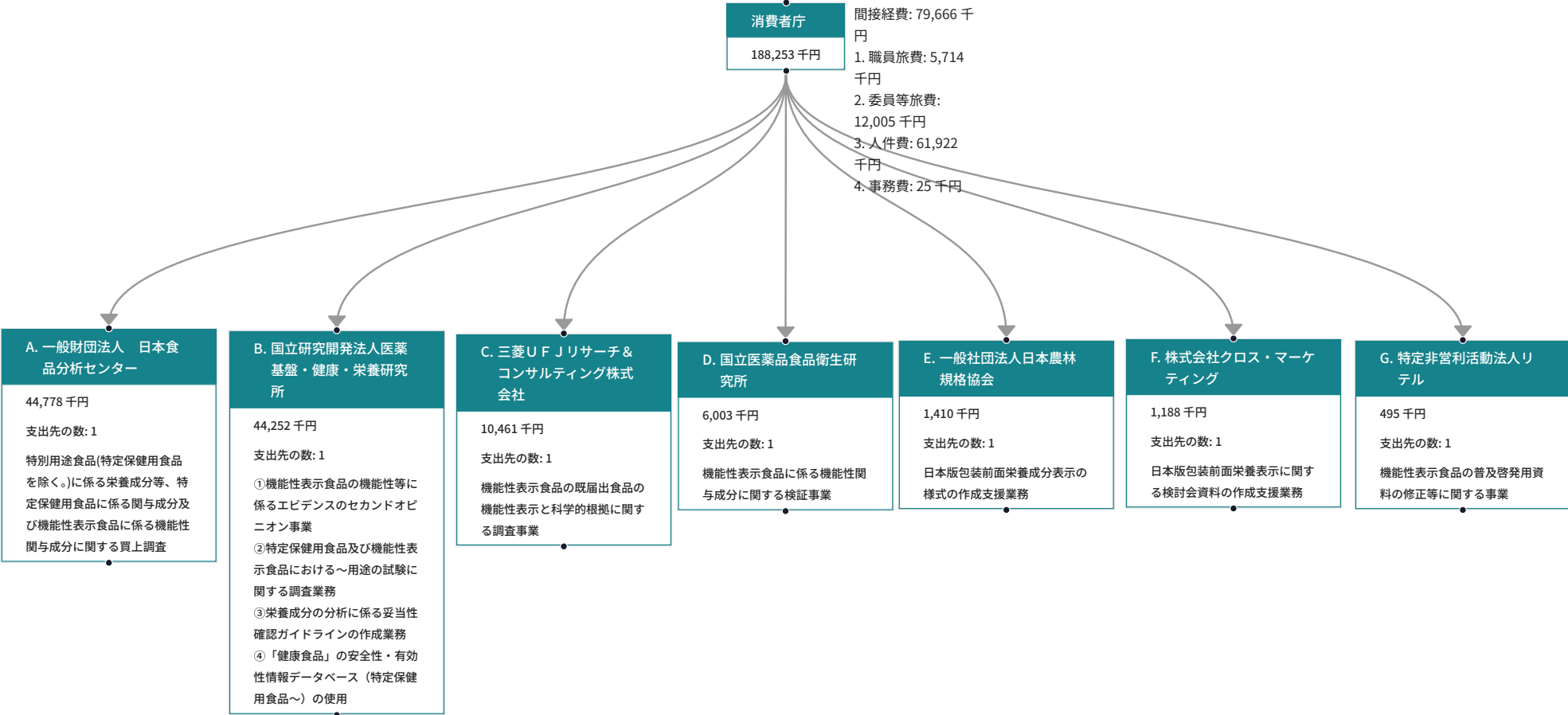
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・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。				
	目標年度における効果測定に関する評価	消費者からの保健表示への信頼性の向上及び摂取する消費者の保健表示の適切な活用は、保健機能食品に関する制度等の適切な運用や見直しの検討を切れ目なく進め、常に維持・向上するものである。				
	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。				
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（総合評価落札方式）の一者応札については、その要因を分析し、一者応札の解消に努めること。 ・設定した成果指標（保健表示への信頼性及び消費者の理解度・適切な活用に係る指標）について、食品表示に関する消費者意向調査の設問見直しに伴い指標が変更されていることを踏まえ、引き続き実績値の推移を継続的に把握するとともに、目標値の妥当性についても必要に応じて検証していただきたい。		

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	可能な範囲内で、一者応札の要因を分析し、必要な見直し等を行いたい。また、事業の有効性の適切な点検につながるように、継続的に成果実績の変化状況を確認する。		
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	--			
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	44,778	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		
		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		44,778	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7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）		42,507	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（実費分） 随意契約（公募）		2,271	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	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	44,252	1	①機能性表示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 ②特定保健用食品及び機能性表示食品における～用途の試験に関する調査業務 ③栄養成分の分析に係る妥当性確認ガイドラインの作成業務 ④「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～）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		44,252	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
		機能性表示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）(特命随契)		24,929	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。
		特定保健用食品及び機能性表示食品における保健の用途の試験に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）		9,975	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
		栄養成分の分析に係る妥当性確認ガイドラインの作成業務 一般競争契約（最低価格）		5,460	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
		「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。

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
C	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	10,461	1	機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査事業		
	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	10,461	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	
	機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査事業 随意契約（不落・不調）	10,461	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	国立医薬品食品衛生研究所	6,003	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	6,003	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)	6,003	--	--	--	
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	一般社団法人日本農林規格協会	1,410	1	日本版包装前面栄養成分表示の様式の作成支援業務		
	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	1,410	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	
	日本版包装前面栄養成分表示の様式の作成支援業務 随意契約（少額）	1,410	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	株式会社クロス・マーケティング	1,188	1	日本版包装前面栄養表示に関する検討会資料の作成支援業務		

	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社クロス・マーケティング	1,188	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
		日本版包装前面栄養表示に関する検討会資料の作成支援業務 一般競争契約（最低価格）	1,188	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	
	G	特定非営利活動法人リテル	495	1	機能性表示食品の普及啓発用資料の修正等に関する事業	
		支出先名	支出額	法人番号		
		特定非営利活動法人リテル	495	2013305003383		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		機能性表示食品の普及啓発用資料の修正等に関する事業 随意契約（少額）	495	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	一般財団法人日本食品分析センター	令和7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	事業費	調査	42,507
	B	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	機能性表示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	事業費	調査	24,929
	C	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査事業	事業費	調査	10,461
	D	国立医薬品食品衛生研究所	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	事業費	役務	6,003
	E	一般社団法人日本農林規格協会	日本版包装前面栄養成分表示の様式の作成支援業務	事業費	役務	1,410
	F	株式会社クロス・マーケティング	日本版包装前面栄養表示に関する検討会資料の作成支援業務	事業費	役務	1,188
	G	特定非営利活動法人リテル	機能性表示食品の普及啓発用資料の修正等に関する事業	事業費	役務	495
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名	契約額	法人番号		
		--	--	--		

その他備考

--

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	2026			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	--	--	

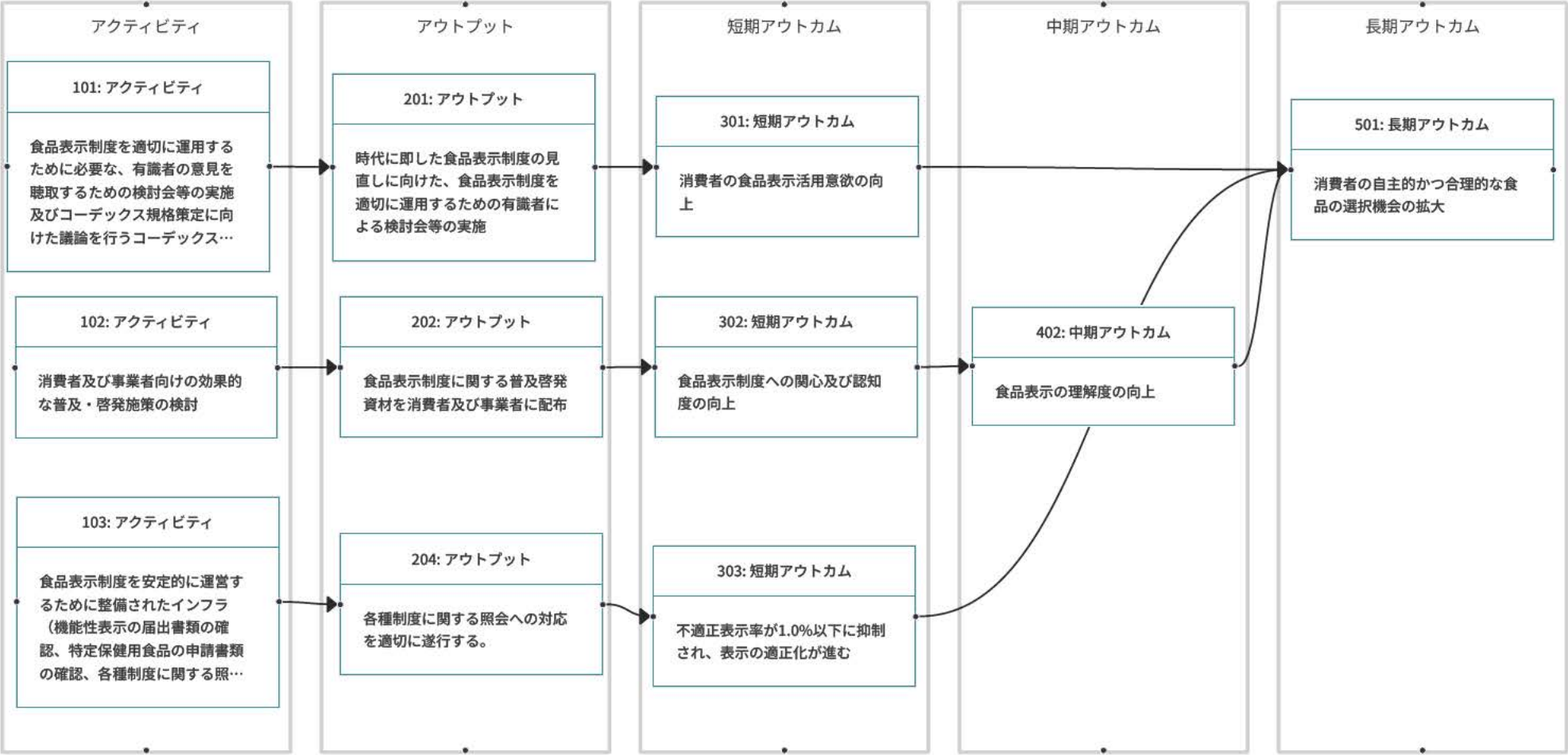
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和5年6月16日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf	
	・経済財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/ketteisiryouskakugi/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)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		92,000	89,656	97,248	103,879	132,858	
	当初予算		92,000	96,107	102,791	103,980	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		92,000	96,107	102,791	103,980	--	
	執行額		97,218	89,491	110,484	--	--	
	執行率		105.7%	93.1%	107.5%	--	--	
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 / 非常勤職員手当			--		56,555	79,303
		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			--		37,121	42,848
		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			--		5,541	5,472
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		3,497	3,386
		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			--		1,266	1,849
		主な増減理由		非常勤職員手当の一部を「保健機能食品に関する制度等の適正化・運用」で計上することとしたため。			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

アクティビティ	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				
アウトプット	活動目標	時代に即した食品表示制度の見直しに向けた、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		活動指標	制度の適正化・充実を図るための検討会等の開催件数
	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）	検討会等の開催件数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	4	4	4	4
	活動実績／成果実績(回)	6	4	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	制度の見直しにより、時代に即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 このほか、各種関係通知も改正。	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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98	98	98	--
	達成率(%)	100	100	100	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

アクティビティ	消費者及び事業者向けの効果的な普及・啓発施策の検討				
アウトプット	活動目標	食品表示制度に関する普及啓発資材を消費者及び事業者に配布		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(枚)	12,763	11,461	7,783	--
↓ 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、食品表示へ関心や認知度が向上する。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心及び認知度の向上		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）	消費者庁調べ 【補足】 2025年度実績測定より、集計ツールの変更を行っており、目標値は2026年度から記載。
	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(回)	4,000,000	4,000,000	--	200,000
	活動実績／成果実績(回)	6,572,624	5,914,984	204,858	--
	達成率(%)	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及び認知度が高まり、自発的に食品表示制度について学ぶ機会も発生すれば、食品表示の理解度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の理解度の向上		成果指標	消費期限表示の理解度	
	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）	
	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			2025年度		目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		--		65	
	活動実績／成果実績(%)		53.7		--	
	達成率(%)		--		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発活動による「消費者の関心及び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理解が進めば、食品を選択する際に食品表示を活用する消費者が増加する。普及啓発による食品表示制度の理解度向上を通じて、消費者の食品選択の際の表示活用機会を拡大することが重要である。					
	なお、その他の表示事項の理解度は下記のとおり。 ＜賞味期限＞2025年度：54.5％ ＜原材料名＞2025年度：54.6％ ＜添加物＞2025年度：64.3％ ＜遺伝子組換え表示＞2025年度：47.9％					
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大		成果指標	食品表示の商品選択への寄与度	
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)		98	98	98	--
	達成率(%)		100	100	100	--

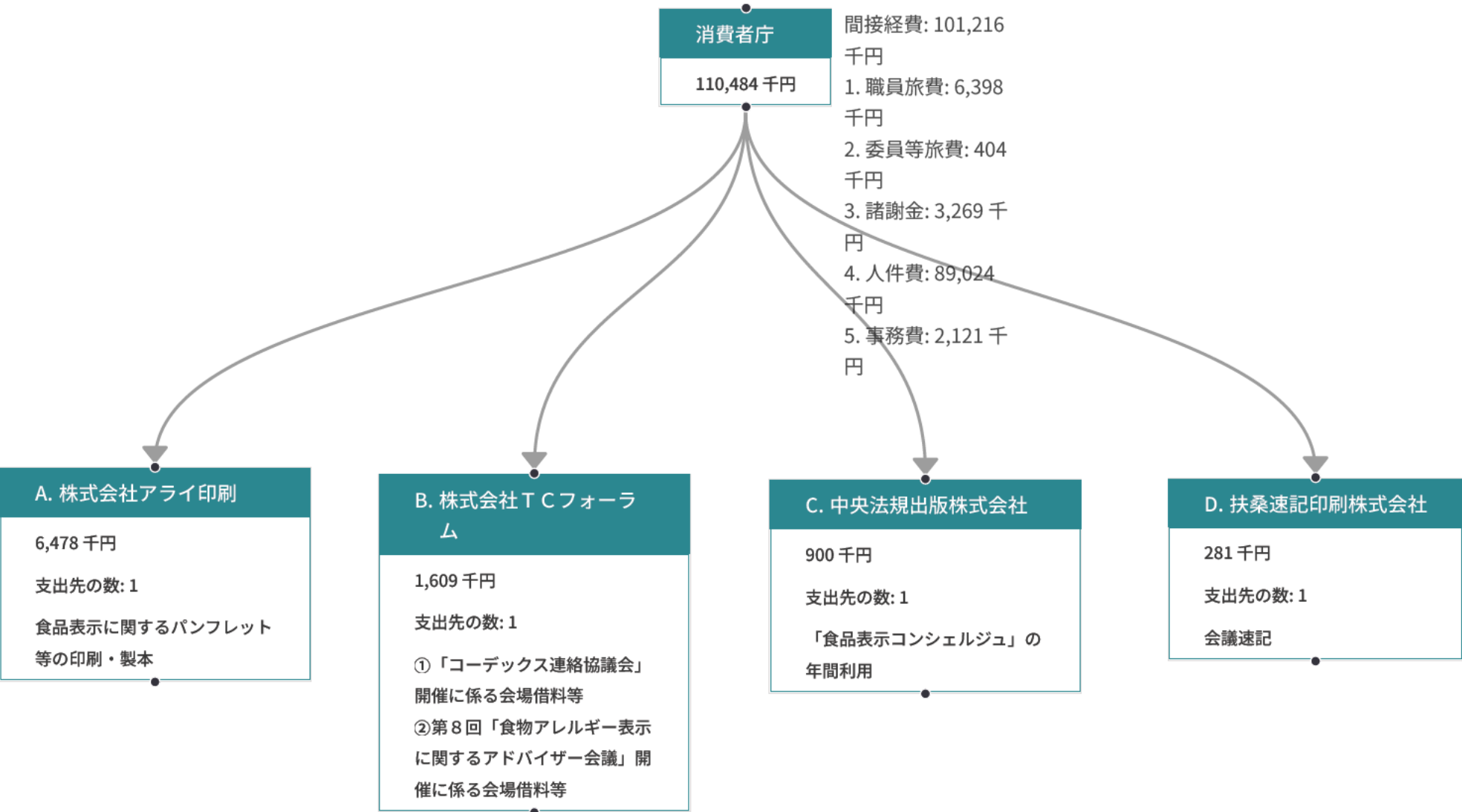
アクティビティからの発現経路 103-204-303-501

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	各種制度に関する照会への対応を適切に遂行する。		活動指標	各種制度に関する照会への対応
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(回)	16,278	9,614	18,027	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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。 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各種制度に関する照会事務への対応以外にも、保健機能食品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。 ＜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・届出確認数応＞ 2023年度：1,444件、2024年度：1,596件、2025年度：1,196件 ＜製造所固有記号の申請事務への対応＞ 2023年度：8,883件、2024年度：8,763件、2025年度：8,542件 これらの事務を通じて、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。				
短期アウトカム	成果目標	不適正表示率が1.0%以下に抑制され、表示の適正化が進む		成果指標	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不適正表示の割合
	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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(%)	1.2	1.1	1.1	--
	達成率(%)	83.3	90.9	90.9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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が高まり、食品表示を活用する意欲も向上して、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会が拡大する。				

長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大			成果指標	食品表示の商品選択への寄与度	
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		98	98	98	98	
	活動実績／成果実績(%)		98	98	98	--	
	達成率(%)		100	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を確保に関して、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。		
	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、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。		
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、適切な予算執行に努めること。 ・不適正表示率について、目標値に対する未達が続いていることを踏まえ、その要因を分析するとともに、設定した指標の実績を継続的に把握し、事業効果の検証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	不適正表示率については、引き続き食品表示制度の適正な運用に努めつつ、指標の実績を継続的に把握して参りたい。		
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	株式会社アライ印刷	6,478	1	食品表示に関するパンフレット等の印刷・製本		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社アライ印刷		6,478	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	
	「加工食品の食物アレルギー表示ハンドブック」の印刷・製本業務 随意契約（少額）		3,544	1	--	--	
	「外食・中食での食物アレルギー動画普及啓発資材（リーフレット）」の印刷・製本業務 随意契約（少額）		1,845	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・製本業務 随意契約（少額）		1,089	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TCフォーラム	1,609	1	①「コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等 ②第8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		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社TCフォーラム		1,609	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119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）		602	1	--	--	
	「第116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）		591	1	--	--	
	第8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）		416	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	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		
	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		
		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 随意契約（少額）		900		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	扶桑速記印刷株式会社		281		1	会議速記	
		支出先名		支出額		法人番号		
		扶桑速記印刷株式会社		281		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 一般競争契約（最低価格）		281		2	84.7	--
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	株式会社アライ印刷	「加工食品の食物アレルギー表示ハンドブック」の印刷・製本業務	事業費		印刷製本費		3,544
	B	株式会社TCフォーラム	「第119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		602
	C	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	事務費		役務提供		900
	D	扶桑速記印刷株式会社	会議速記	事務費		会議速記		281
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	青崎稔							
	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	2026			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	・調査・研究 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。 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		--	--

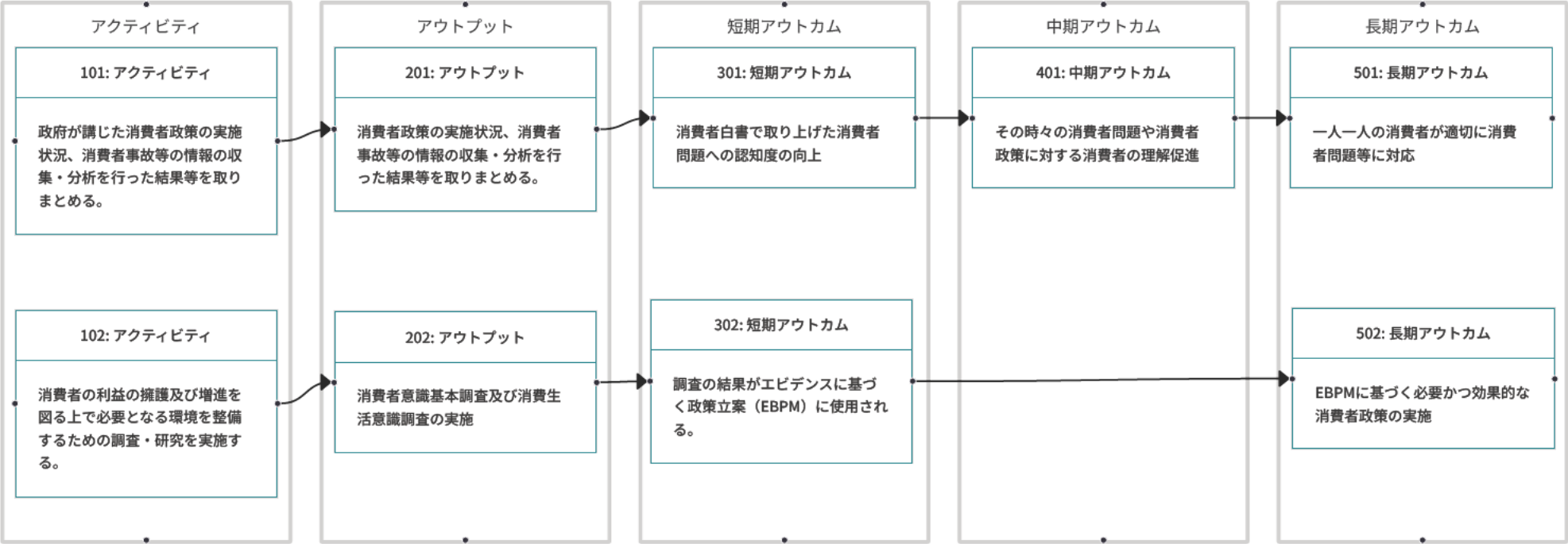
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和 7 年 3 月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		86,000	69,000	72,400	73,566	68,101		
	当初予算		75,000	69,629	73,821	66,559	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	811	△4,826	--	--		
	計		75,000	70,440	68,995	66,559	--		
	執行額		61,281	59,887	61,868	--	--		
	執行率		81.7%	85%	89.7%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		--		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		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	--				51,821	53,017	
		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	--				14,139	14,459	
		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	--				304	323	
		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	--				169	180	
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--				126	122	
		主な増減理由	--				その他特記事項	エシカル消費の啓発のための事業において、緊急的に必要となったため、「消費者教育充実・推進」（消費者教育推進課）へ、また、消費者利益の擁護・推進に係る表彰事業において、緊急的に必要となったため、「消費者に対する普及・啓発」（消費者教育推進課）へ流用の上、執行した。 加えて、消費者白書の作成に係る事業において、緊急的に必要となったため、「消費者契約に関する制度の企画立案」（消費者制度課）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

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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	--
↓ 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の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		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	7	7	7	10
	活動実績／成果実績(回数)	7	5	4	--
	達成率(%)	100	71.4	57.1	--
↓ 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、その時々の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	・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	・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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	7	7	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	6	7	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	2024年度までは消費者基本計画工程表、2025年度以降は行政事業レビューにおいて、調査結果がKPIに用いられている件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	○消費者基本計画工程表（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 ○行政事業レビュー https://rssystem.go.jp/top ○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	--

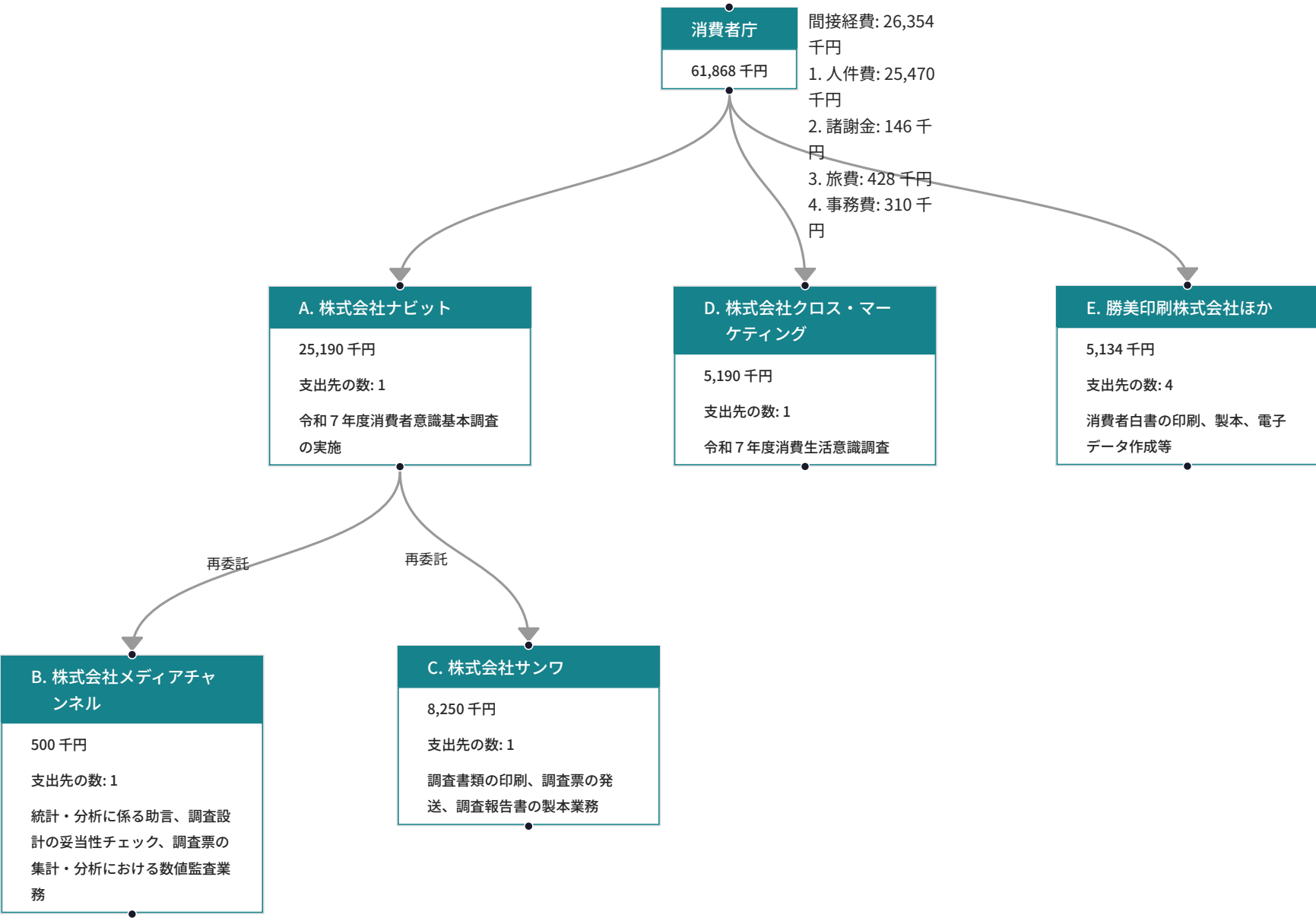
活動・成果目標 と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(設問数)	26	29	28	30
	活動実績／成果実績(設問数)	29	28	30	--
	達成率(%)	111.5	96.6	107.1	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現するため、エビデンスに基づく政策立案（EBPM）を実施する必要がある。				
長期アウトカム	成果目標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の実施		成果指標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の検討
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政事業レビューに本事業の調査結果が活用され、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	・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。		
	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、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	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2025
	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、必要な調査・研究を行い、効率的な事業の執行に努めること。 ・消費者白書の全国紙報道回数について、目標値に対する未達が続いていることから、その要因を分析するとともに、成果指標の実績の推移を継続的に把握し、事業効果の検証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	御指摘を踏まえ、必要な調査・研究を行い、効率的な事業の執行に努める。 また、消費者白書の全国紙報道回数ほか、成果指標の実績の推移を継続的に把握し、事業効果の検証に取り組んでいく。		
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	株式会社ナビット	25,190	1	令和 7 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		
		株式会社ナビット		25,190	7010001089876		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和 7 年度消費者意識基本調査 一般競争契約（最低価格）		25,190	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	株式会社メディアチャンネル	500	1	統計・分析に係る助言、調査設計の妥当性チェック、調査票の集計・分析における数値監査業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社メディアチャンネル		500	9011001040298		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「令和 7 年度消費者意識基本調査」業務に係る統計・分析に係る助言、調査設計の妥当性チェック、調査票の集計・分析における数値監査業務 その他(Aの再委託)		500	--	--	--
	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	株式会社サンワ	8,250	1	調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告書の製本業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社サンワ		8,250	8010001017910		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「令和 7 年度消費者意識基本調査」業務に係る調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告書の製本業務 その他(Aの再委託)		8,250	--	--	--
	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	株式会社クロス・マーケティング	5,190	1	令和7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	5,190	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7年度消費生活意識調査 一般競争契約（最低価格）	5,190	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		
E	勝美印刷株式会社ほか	5,134	4	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	3,948	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7年版消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等の作業 請負 一般競争契約（最低価格）	3,839	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	令和7年版消費者白書の市販版の購入 随意契約（少額）	109	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	朝日梱包株式会社	679	9010601040880			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和7年版消費者白書の梱包・発送 随意契約（少額）	679	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社サイマル・インターナショナル	307	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		
「令和7年版消費者白書」概要版の英訳業務 随意契約（少額）	307	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	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社太陽技報堂	200	8010001133856		
		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 8 年版消費者白書に掲載する図表画像の作成・検査作業請負 随意契約（少額）	200	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	株式会社ナビット	令和 7 年度消費者意識基本調査	雑役務費	令和 7 年度消費者意識基本調査の実施	16,440
	--	--	--	再委託費	統計・分析に係る助言、調査設計の妥当性 チェック、調査票の集計・分析における数 値監査業務	500
	--	--	--	再委託費	調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告 書の製本業務	8,250
	C	株式会社サンワ	「令和 7 年度消費者意識基本調 査」業務に係る調査書類の印 刷、調査票の発送、調査報告書 の製本業務	雑役務費	調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告 書の製本業務	8,250
	D	株式会社クロス・マーケティング	令和 7 年度消費生活意識調査	雑役務費	令和 7 年度消費生活意識調査	5,190
	E	勝美印刷株式会社	令和 7 年版消費者白書の印刷、 製本、電子データ作成等の作業 請負	雑役務費	令和 7 年版消費者白書の印刷、製本、電子 データ作成等	3,839
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 青崎稔							
	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	2026			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 7 年 3 月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	--		--	
	--		--	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

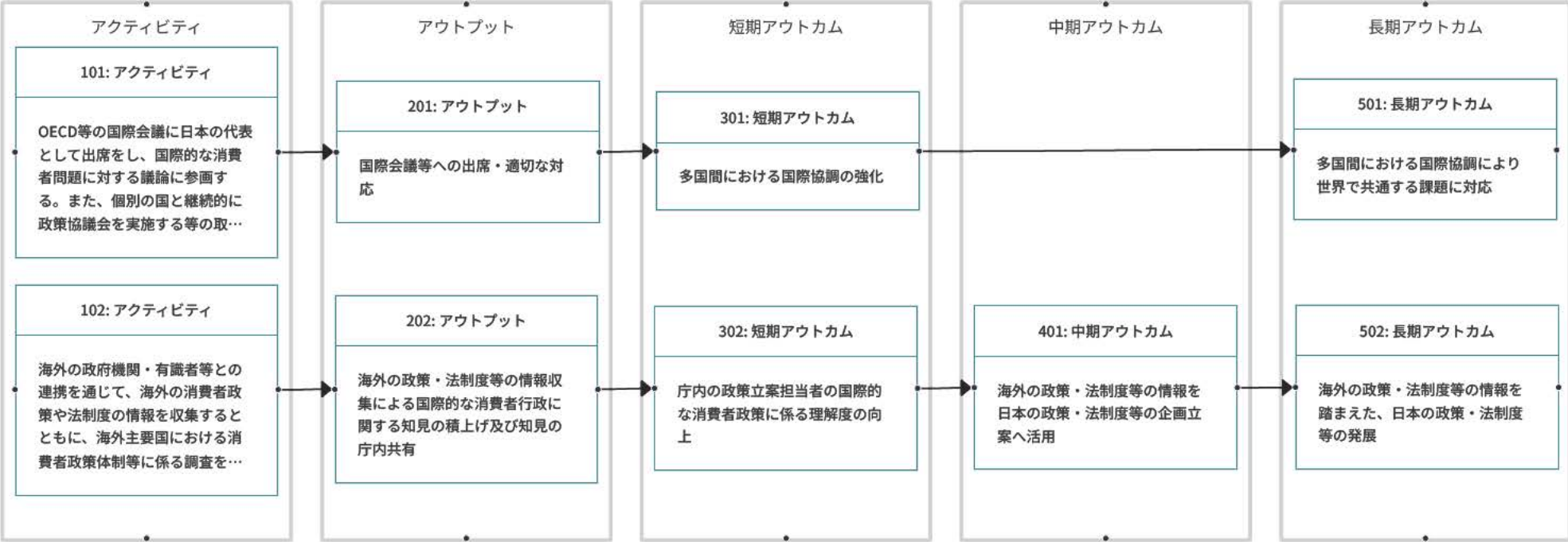
予算額執行額表 (単位：千円)		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	150,000	157,000	143,778	143,054	151,070
	当初予算	107,000	130,178	137,748	131,329	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	△3,233	1,836	514	--	--
	計	103,767	132,014	138,262	131,329	--
	執行額	71,784	84,951	104,011	--	--
	執行率	69.2%	64.3%	75.2%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	20,000	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	56,725	66,309
		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		--	41,029	41,029
		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		--	25,265	35,269
		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		--	7,069	7,229
		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		--	209	202

主な増減理由	要望枠で2,000万円を計上したほか、日EU消費者政策協議を閣僚級で実施するための経費を1,000万程度増額したこと、政策調査員及び事務補助員の賃金・保険料等が増額されたことによるもの。	その他特記事項	食品ロスの削減の推進のための事業において、緊急的に必要となったため、「食品ロス削減の推進」（消費者教育推進課）へ流用の上、執行した。 また、非常勤職員手当の不足分について、庁内予算を調整し、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 101-201-301-501

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	36	36	36	36
	活動実績／成果実績(件)	47	52	34	--
↓ 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		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)	2	3	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	2	--
	達成率(%)	100	66.7	100	--

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	9	10	6	6
	活動実績／成果実績(件)	10	1	5	--
↓ 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。				

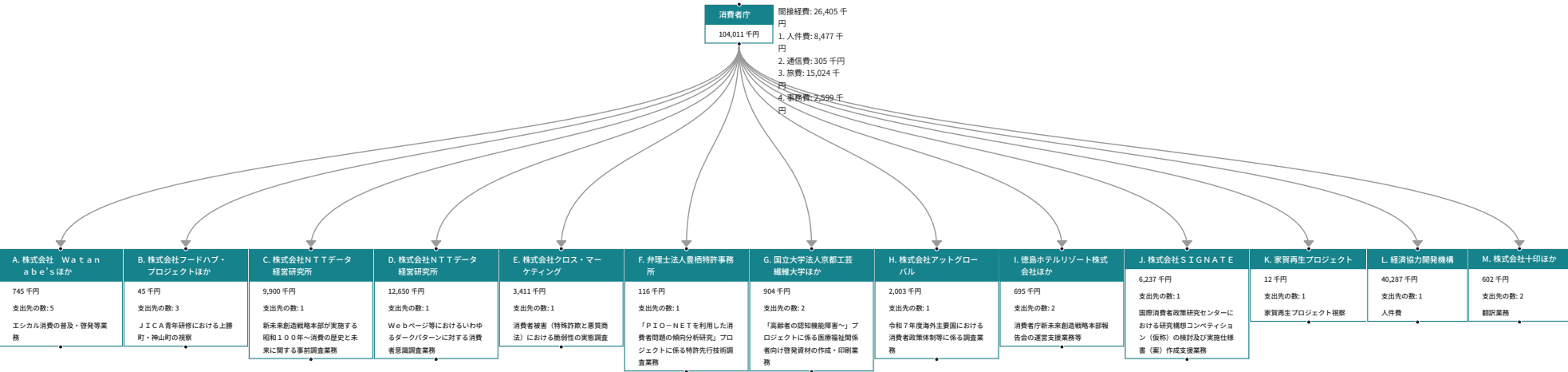
長期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の発展	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	共有された海外の政策・法制度等の情報（例：デジタル社会における消費者法制の比較法研究）も参考としつつ、日本の政策等が進められた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	海外の情報を踏まえた政策・法制度の実施状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連する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	・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。 ・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。		
	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、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	・必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に向けた取組に努めること。 ・引き続き、定性的な成果指標に係る実績を適切に整理するとともに、アクティビティからアウトカムに至る事業効果の把握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	御指摘を踏まえ、引き続き、必要性・効率性・有効性も勘案しつつ、適切な予算執行を図っていく。 また、引き続き、成果指標に係る実績を適切に整理し、事業効果の把握に努めていく。			
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 W a t a n a b e ’ s ほか		745	5	エシカル消費の普及・啓発等業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	タムラデザイン		229	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
	エシカル消費の普及啓発に係る広報用資料（ポスター）の制作・印刷業務 随意契約（少額）		229	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社W a t a n a b e ’ s		200	3480001011978		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費体験型イベント運営支援業務 随意契約（少額）		200	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	太陽高速印刷有限会社		199	6480002013194		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費の普及啓発に係る広報用資料（ポスター）の印刷業務 随意契約（少額）		145	1	--	--
	エシカル消費の広報用資料（ポスター）の印刷業務 随意契約（少額）		28	1	--	--
	エシカル消費の普及啓発に係る広報用資料（ポスター）の印刷業務 随意契約（少額）		26	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社共立		90	9480001004968		
	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
	国共催イベント運営支援業務 随意契約（少額）		90	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	
	支出先名	支出額	法人番号		
	富永ジョイナー有限会社	28	4480002003288		
	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
	廃材・端材を使用したイーゼルの製作業務 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	
B	株式会社フードハブ・プロジェクトほか	45	3	J I C A 青年研修における上勝町・神山町の視察	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社フードハブ・プロジェクト	22	2480001009593		
	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
	J I C A 青年研修における神山町の視察 随意契約（少額）	22	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人グリーンバレー	13	3480005002602		
	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
	J I C A 青年研修における神山町の視察 随意契約（少額）	13	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	合同会社パンゲア	10	3480003000987		
	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
	J I C A 青年研修における上勝町の視察 随意契約（少額）	10	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N T T データ経営研究所	9,900	1	新未来創造戦略本部が実施する昭和100年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務	
	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 N T T データ経営研究所	9,900	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	
	新未来創造戦略本部が実施する昭和 1 0 0 年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務 一般競争契約（総合評価）	9,900	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		
D	株式会社 N T T データ経営研究所	12,650	1	We b ページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社 N T T データ経営研究所	12,650	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	
	We b ページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務 一般競争契約（総合評価）	12,650	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		
E	株式会社クロス・マーケティング	3,411	1	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査		
	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	3,411	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	
	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査 一般競争契約（最低価格）	3,411	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	弁理士法人豊栖特許事務所	116	1	「P I O－N E T を利用した消費者問題の傾向分析研究」プロジェクトに係る特許先行技術調査業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	弁理士法人豊栖特許事務所	116	2480005002223			

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
		「P I O－N E Tを利用した消費者問題の傾向分析研究」プロジェクトに係る特許先行技術調査業務 随意契約（少額）	116	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	国立大学法人京都工芸繊維大学ほか		904	2	「高齢者の認知機能障害～」プロジェクトに係る医療福祉関係者向け啓発資材の作成・印刷業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	国立大学法人京都工芸繊維大学		500	2130005005533		
	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
	「高齢者の認知機能障害～」プロジェクトに係る医療福祉関係者向け啓発資材の作成 随意契約（少額）		500	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社坂東印刷		404	8480001004531		
	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
	「高齢者の認知機能障害に応じた～」プロジェクトで作成した啓発資材の印刷業務 随意契約（少額）		404	1	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	株式会社アットグローバル		2,003	1	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社アットグローバル		2,003	3010501025764		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務 一般競争契約（最低価格）		2,003	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
I	徳島ホテルリゾート株式会社ほか	695	2	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の運営支援業務等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	徳島ホテルリゾート株式会社	353	3480001004057			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和7年度成果報告会の開催に伴う会場の使用 随意契約（少額）	353	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ディア	343	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）	343	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		
J	株式会社SIGNATE	6,237	1	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社SIGNATE	6,237	9010001183388			
	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	
	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務 一般競争契約（最低価格）	6,237	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		
K	家賀再生プロジェクト	12	1	家賀再生プロジェクト視察		
	支出先名	支出額	法人番号			
	家賀再生プロジェクト	12	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		家賃再生プロジェクト視察 随意契約（少額）	12	1	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
L	経済協力開発機構		40,287	1	人件費	
	支出先名		支出額	法人番号		
	経済協力開発機構		40,287	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
	人件費 その他(任意拠出)		40,287	--	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
M	株式会社十印ほか		602	2	翻訳業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社十印		338	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
	OECD文書「PROTECTING～GREEN CLAIMS」の翻訳業務 随意契約（少額）		200	1	--	--
	「第5期消費者基本計画の概要」資料の翻訳業務 随意契約（少額）		85	1	--	--
	「第3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）		53	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社サイマル・インターナショナル		265	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
消費者庁説明資料の翻訳業務 随意契約（少額）		265	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
	C	株式会社NTTデータ経営研究所	新未来創造戦略本部が実施する昭和100年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務	雑役務費	新未来創造戦略本部が実施する昭和100年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務	9,900
	D	株式会社NTTデータ経営研究所	Webページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務	雑役務費	Webページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務	12,650
	E	株式会社クロス・マーケティング	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査	雑役務費	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査	3,411
	H	株式会社アットグローバル	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	雑役務費	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	2,003
	J	株式会社SIGNATE	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務	雑役務費	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務	6,237
	L	経済協力開発機構	人件費	任意拠出金	人件費	40,287
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	江田頼宣				
	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	2026	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	

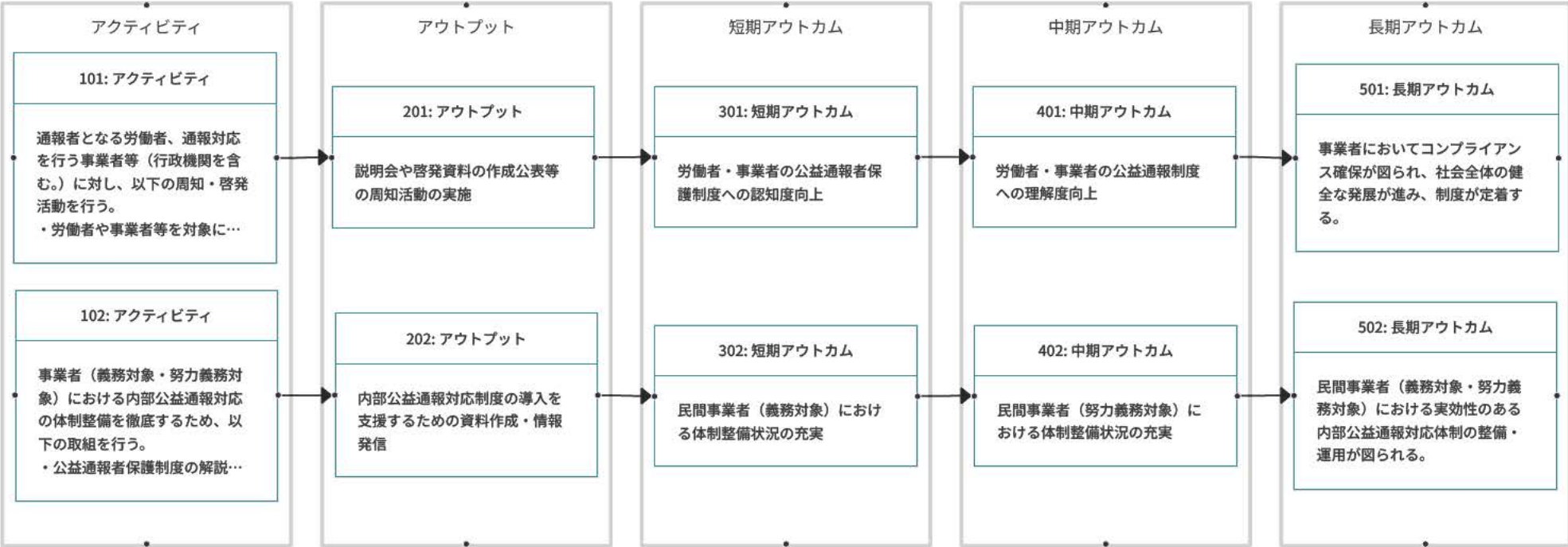
概要・目的	事業の目的	公益通報は、消費者の安全・安心を損なう事業者の法令違反を早期に是正し、被害の防止を図る点で消費者の安全・安心に資するものである。また、事業者にとっても、通報に適切に対応し、リスクの早期把握及び自浄作用の向上を図ることにより、企業価値及び社会的信用を向上させることができ、社会全体の利益を図る上で有用である。これらの意義を踏まえ、公益通報者保護制度の周知・啓発、通報窓口の整備促進、運用に関する情報収集・調査研究等を実施することで、公益通報者保護制度を推進し、公益通報者が守られるとともに、事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会経済の健全な発展が進むことを目的とする。				
	現状・課題	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。 ・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 こうした状況等も前提に、有識者による検討会を経て、令和7年に公益通報者保護法が改正され、令和8年12月1日から施行される。 （主な改正内容：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） 以上を踏まえ、公益通報者保護法の改正内容も含めた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。				
	事業の概要	・労働者及び事業者を対象とする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。 ・行政機関を含む事業者の内部公益通報対応体制の整備義務（従業員300人以下の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、説明会・研修会の実施等を通じ整備促進を図るとともに、事業者の自主的な取組を促進する。 ・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				
	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)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		116,200	91,000	235,326	147,329	146,846		
	当初予算		102,000	90,604	147,329	146,846	--		
	補正予算		88,000	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	47,850	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		190,000	138,454	147,329	146,846	--		
	執行額		144,473	93,658	119,543	--	--		
	執行率		76%	67.6%	81.1%	--	--		
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				--		109,545	113,743
		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				--		27,577	28,216
		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				--		3,494	1,655
		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				--		3,408	1,674
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		1,914	504
		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	1,054
主な増減理由	--				その他特記事項	2023年度の執行率（76％）について、補正予算88,000千円のうち47,850千円は翌年度に繰り越しているため、実際の執行率は98.4%である。			

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	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。 ・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・フリーランス）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		2023年度		2024年度		2025年度		2026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)	2,503		424		5,821		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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、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。							
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）	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		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(%)	--	--	36.4	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	121.3	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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。							

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に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(%)	38.6	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	154.4	--	--	--	--	--	--
↓ 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

アクティビティ	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。 ・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。				
アウトプット	活動目標	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	活動指標	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	
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	20,000	20,000	20,000	20,000
	活動実績／成果実績(件)	21,458	28,523	631,469	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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。				
短期アウトカム	成果目標	民間事業者（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（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に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(%)	85	--	--	95
	活動実績／成果実績(%)	91.5	--	--	--
	達成率(%)	107.6	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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。				

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	--			

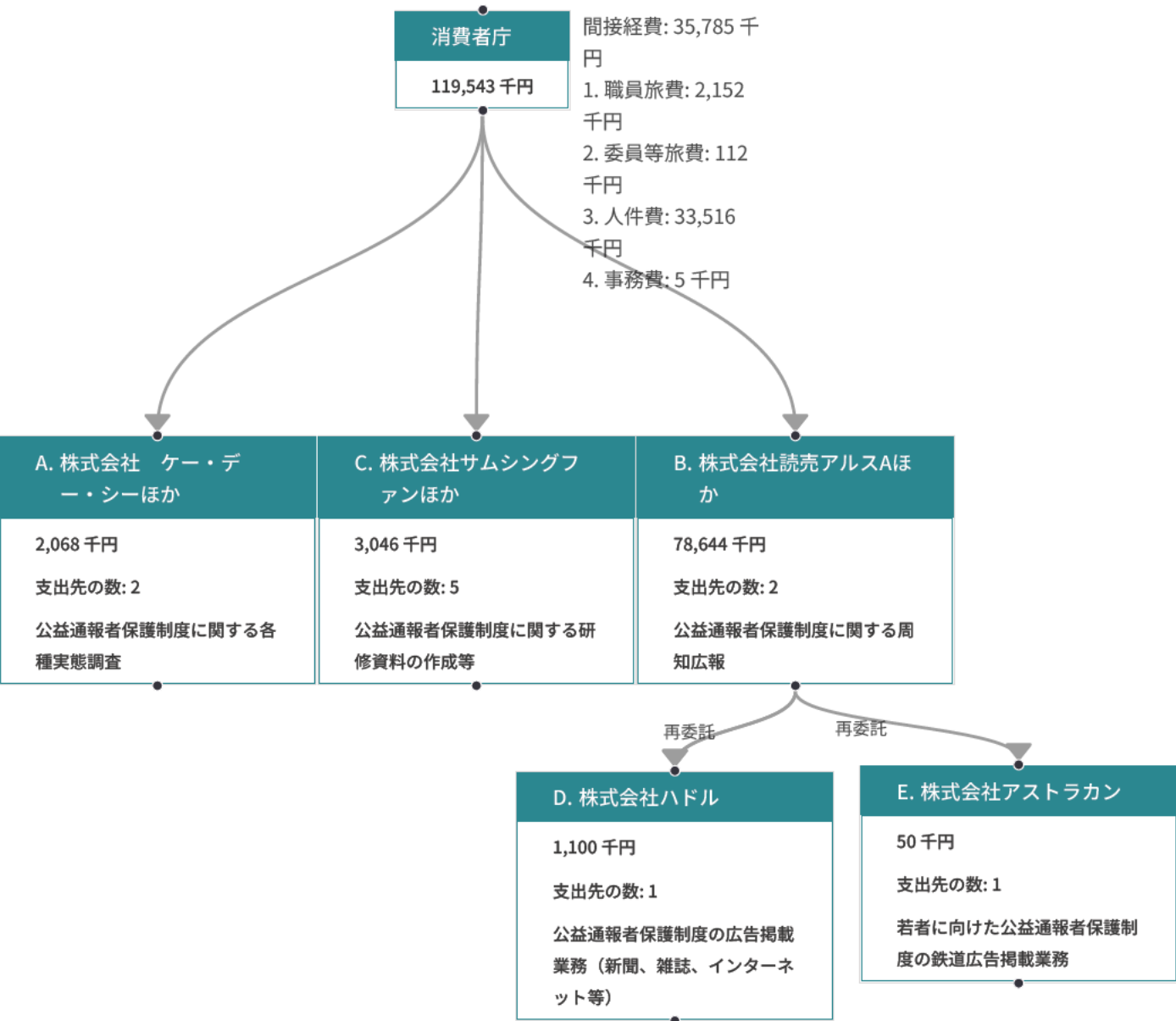
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<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。 <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、ウェブバ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。		
	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、ウェブバ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。		
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	2025
	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、適切な予算執行に努めていただきたい。 - 引き続き、認知度・理解度及び体制整備状況に係る指標の実績を継続的に把握するとともに、改正法施行後の状況も踏まえ、事業効果の検証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	御指摘を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図る。 事業効果について、各指標の継続的な把握を通じて検証・改善を行う。		

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 ケー・デー・シーほか		2,068	2	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		
	株式会社ケー・デー・シー		1,650	3010401097680		
	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
	民間事業者等における内部通報制度の実態調査実施に係る電子調査票の設計・開発業務等一式 一般競争契約（最低価格）		1,650	4	--	予定価格を類推されるおそれがるため。
	支出先名		支出額	法人番号		
	MMD L a b o株式会社		418	5011001095619		
	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
	出向・配置転換等に関する意識調査 随意契約（少額）		418	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 株式会社読売アルスAほか		78,644	2	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		
	株式会社読売アルスA		53,179	1010001031728		
	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）		53,179	7	--	予定価格が類推されるおそれがるため。
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社 J R西日本コミュニケーションズ		25,465	8120001064792		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	若者に向けた公益通報者保護制度の鉄道広告掲載業務 一般競争契約（最低価格）		25,465	4	--	予定価格が類推されるおそれがるため。

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
C	株式会社サムシングファンほか	3,046	5	公益通報者保護制度に関する研修資料の作成等	
支出先名		支出額	法人番号		
アイムクリエイト		993	9999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
公益通報者保護法改正に係るポスターの印刷業務 随意契約（少額）		498	1	--	--
公益通報者保護法改正に係るリーフレットの印刷業務 随意契約（少額）		495	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社サムシングファン		805	7120901022181		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和7年度 改正法に基づく公益通報者保護制度に関する説明 用動画の制作業務 随意契約（少額）		805	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社翻訳センター		498	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
公益通報者保護法関連のPPT資料 日英翻訳業務 随意契約（少額）		383	1	--	--
説明会原稿 日英翻訳業務 随意契約（少額）		114	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社イー・ブレイン		489	5010401062154		
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周知・啓発に係る資料作成の補助業務 随意契約（少額）		489	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	
		支出先名	支出額	法人番号		
		富士テレコム株式会社	261	6011401007346		
		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相談ダイヤルへの音声応答装置の導入 随意契約（少額）	261	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	株式会社ハドル	1,100	1	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）	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社ハドル	1,100	1011001043993		
		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） その他(再委託)	1,100	--	--	--
	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	株式会社アストラカン	50	1	若者に向けた公益通報者保護制度の鉄道広告掲載業務	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社アストラカン	50	8120001102115		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		若者に向けた公益通報者保護制度の鉄道広告掲載業務 その他(再委託)	50	--	--	--
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	株式会社ケー・デー・シー	民間事業者等における内部通報制度の実態調査実施に係る電子調査票の設計・開発業務等一式	雑役務費	民間事業者等における内部通報制度の実態調査実施に係る電子調査票の設計・開発業務等一式	1,650
	B	株式会社読売アルスA	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（新聞、雑誌、インターネット等）	53,179

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	江田頼宣						
	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	2026			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、ガバナンスの観点を重視した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、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・横展開を図るため、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・所在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おおむね毎月「消費者志向経営に関する連絡会」を開催し、有識者による講演や事業者における取組事例の共有等を行う （3）消費者志向経営優良事例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
--					--	--	--	--

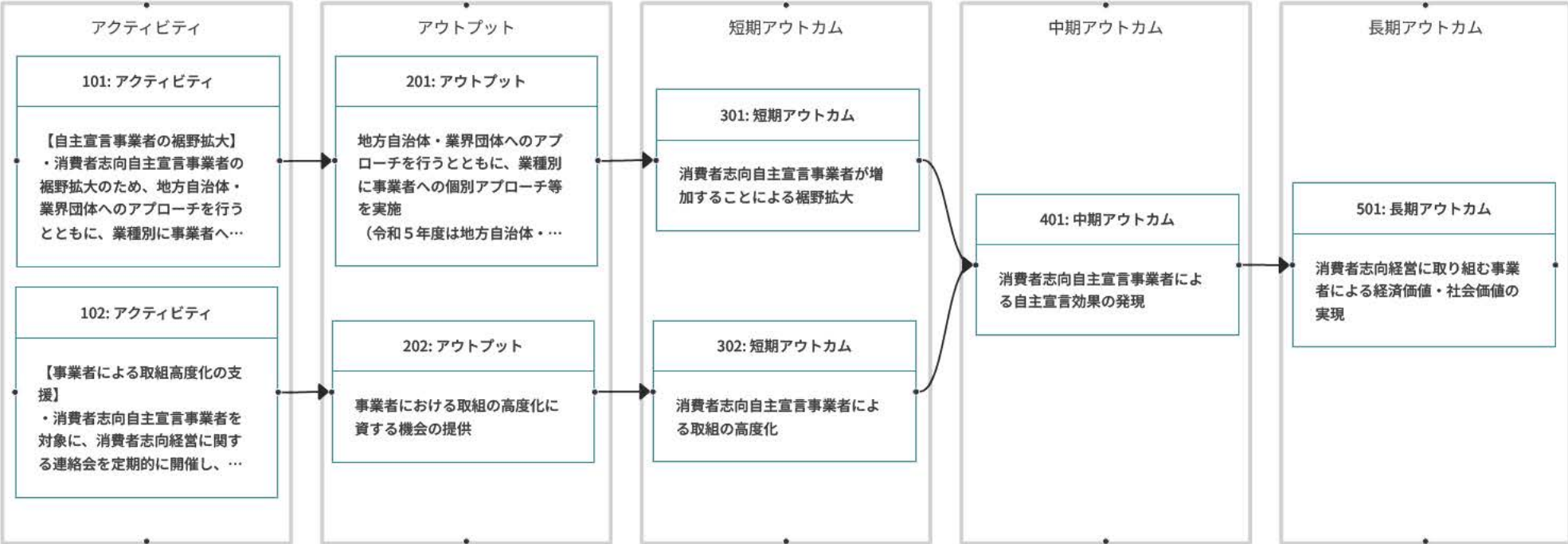
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和 7 年 3 月18日閣議決定）第 4 章 1．（ 4 ）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		55,000	36,000	42,836	17,836	17,836		
	当初予算		20,000	19,818	17,836	17,836	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		20,000	19,818	17,836	17,836	--		
	執行額		14,896	15,066	13,375	--	--		
	執行率		74.5%	76%	75%	--	--		
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				--		16,856	16,973
		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				--		477	383
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		254	252
		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				--		249	228
	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	【自主宣言事業者の裾野拡大】 ・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。				
アウトプット	活動目標	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)		活動指標	地方自治体、業界団体及び個別事業者へのアプローチ実施回数
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	30	30	50	40
	活動実績／成果実績(回)	36	76	18	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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。				
短期アウトカム	成果目標	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		成果指標	消費者志向自主宣言をした事業者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<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
	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(社)	306	306	1,100	1,100
	活動実績／成果実績(社)	629	870	1,023	--
	達成率(%)	205.6	284.3	93	--
↓ 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

アクティビティ	【事業者による取組高度化の支援】 ・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。				
アウトプット	活動目標	事業者における取組の高度化に資する機会の提供		活動指標	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。)
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	11	11	10	10
	活動実績／成果実績(回)	11	9	10	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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。				
短期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による取組の高度化		成果指標	消費者志向自主宣言事業者による取組状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和7年度に開催した連絡会について、各回終了後に実施したアンケート結果（N=298）を集計したところ、連絡会の内容について「満足」と回答した人は87.2%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。		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	--
↓ 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「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。）。				

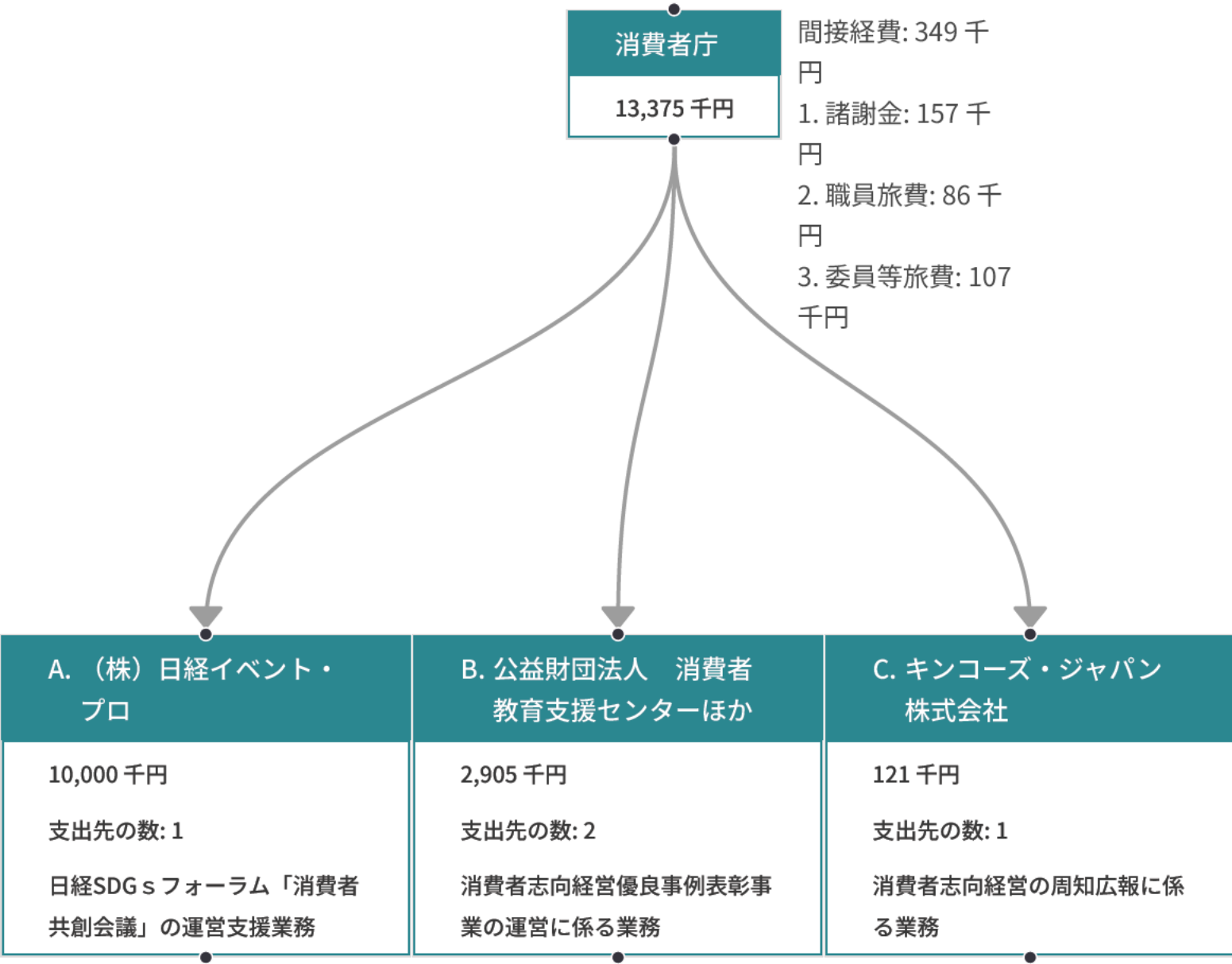
中期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現	成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、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	--
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	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。 ＜有効性＞ 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。				
		目標年度における効果測定に関する評価	--			
		改善の方向性	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る化のため、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。			
	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	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に努めること。 ・引き続き、中期・長期アウトカムに係る定性的な成果実績を適切に把握するとともに、成果指標の在り方について継続的に検討していただきたい。		
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	御指摘を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図る。 事業効果について、引き続き効果的な測定方法を検討するとともに、各指標の継続的な把握を通じて検証・改善を行う。			

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	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2023
	取りまとめ内容			
	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。 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。 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。 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。 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。			

	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。 ・令和７年度は、前年度にアプローチした事業者に対する個別フォローや、地方公共団体向け説明会を通じて、自主宣言事業者の裾野拡大を図った。 ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和７年度から、中小企業に対する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之、幅広い事業者からの応募拡大を図った。 【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。 ・令和７年度においても引き続き実施した消費生活意識調査の中で、新たに設けた設問では、企業が消費者志向経営に該当する取組を推進することに対し、消費者の期待感が高いことを確認した。今後も本調査を継続して実施する予定である。 ・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SDG s 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SDG s フォーラム「消費者共創会議」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 公益財団法人 消費者教育支援センターほか		2,905	2	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	公益財団法人消費者教育支援センター		2,860	5011105005399			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務 一般競争契約（最低価格）		2,860	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社弘周舎		45	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7年度消費者志向経営優良事例表彰」表彰状作成（筆耕） 随意契約（少額）		45	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 キンコーズ・ジャパン株式会社		121	1	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			
	キンコーズ・ジャパン株式会社		121	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	

	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	
			消費者志向自主宣言に係るパンフレットの印刷業務 随意契約（少額）	121	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	株式会社日経イベント・プロ	日経SDGs フォーラム「消費者共創会議」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	公益財団法人消費者教育支援センター	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務	雑役務費	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務		2,860
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	江田頼宣					
	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	2026			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）生活関連物資等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））：2022年度 3.2%、2023年度 3.0%、2024年度 3.0%、2025年度 2.6%） （参考２： 公共料金改定等の協議件数：2022年度 25件、2023年度 38件、2024年度 12件、2025年度 24件）					
	事業の概要	・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
	国民生活安定緊急措置法	昭和四十八年法律第二百一十一号			--	--	--
	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	昭和四十八年法律第四十八号			--	--	--
	物価統制令	昭和二十一年勅令第百十八号			--	--	--

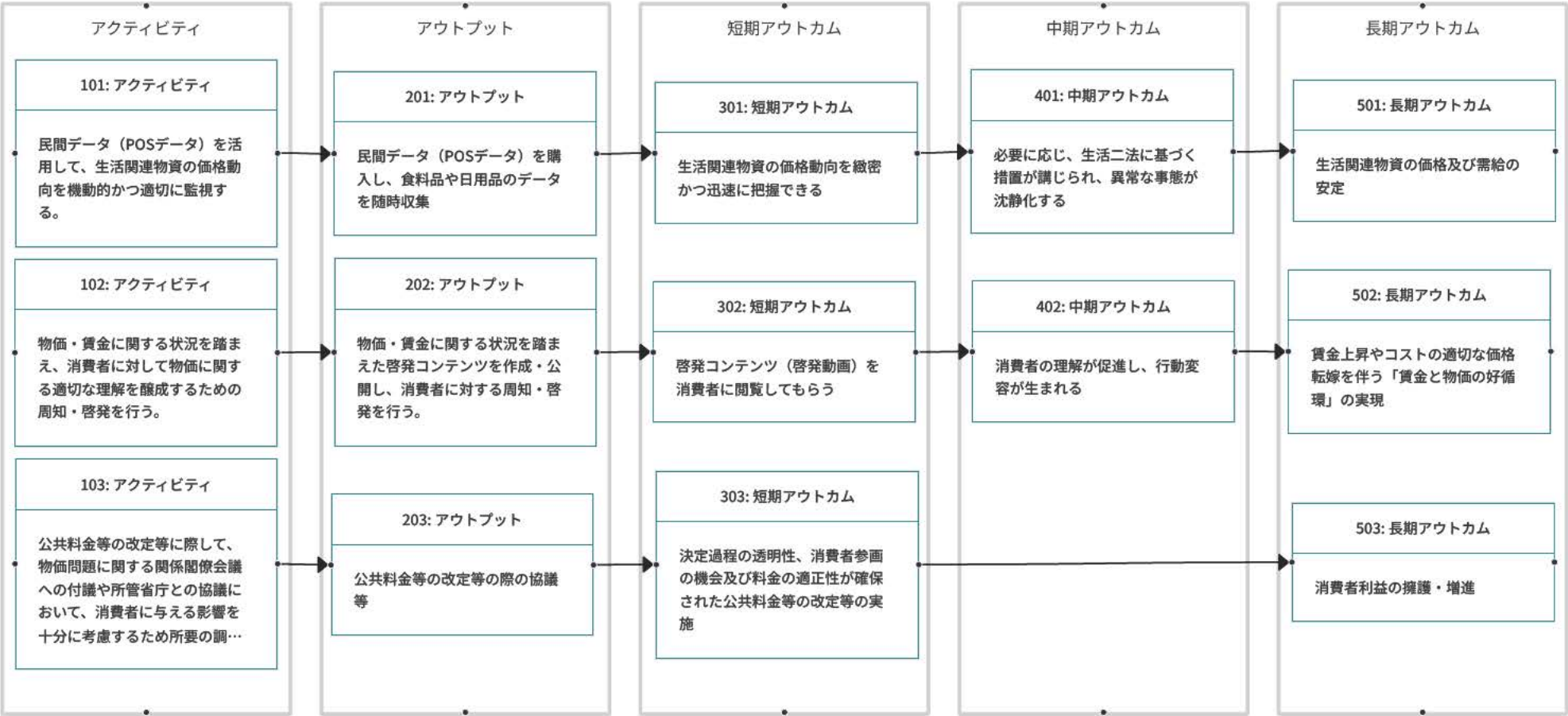
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和 7 年 3 月18日閣議決定）第 4 章 2．（2）①		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		35,000	52,000	32,406	51,133	62,719		
	当初予算		34,000	34,417	33,793	34,238	--		
	補正予算		--	--	40,000	--	--		
	前年度から繰越し		1,000	--	--	40,000	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		35,000	34,417	73,793	74,238	--		
	執行額		21,214	21,674	25,360	--	--		
	執行率		60.6%	63%	34.4%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		28,481		--		
		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				--		18,879	47,550
		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				--		14,139	14,459
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		1,044	504
		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				--		117	137
		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				--		59	69
		前年度から繰越し --				--		40,000	--
	主な増減理由				その他特記事項		2025年度の執行率（34.4%）について、補正予算40,000千円は翌年度に全額繰り越しているため、実際の執行率は75.0%である。		
	「賃金と物価の好循環の実現」のための普及啓発活動経費について新規要求を行ったため。								

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、食料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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	200	240	240	240
	活動実績／成果実績(回)	240	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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	7	12	24	12
	活動実績／成果実績(回)	7	16	11	--
↓ 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	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(回)	5,000	10,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(回)	5,188	7,437	7,583	--
	達成率(%)	103.8	74.4	75.8	--
↓ 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	令和7年度の動画内容の更新に当たり、消費者向けにアンケート調査を実施した結果、本動画を閲覧することで新たに知ることができたこととして、「これまで物価が上昇しなかった理由」を知ることができたとした者が41.8%、「物価が上昇しないことの問題点」を知ることができたとした者が34.5%、「賃金上昇と物価上昇の関係」について知ることができたとした者が34.9%となった。また、2023年からの3年間で物価上昇に対する意識が変わったとする声が8割を超えるなど、社会情勢も変化中、物価上昇に関する情報の分かりやすい発信について、企業に加え、国に対しても求める声が多かったことも踏まえ、啓発活動を継続し消費者の理解を一段と促進することにより、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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	25	38	12	24
	活動実績／成果実績(件)	38	12	24	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	25	38	12	24
	活動実績／成果実績(件)	38	12	24	--
	達成率(%)	152	31.6	200	--
↓ 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ており、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	--		

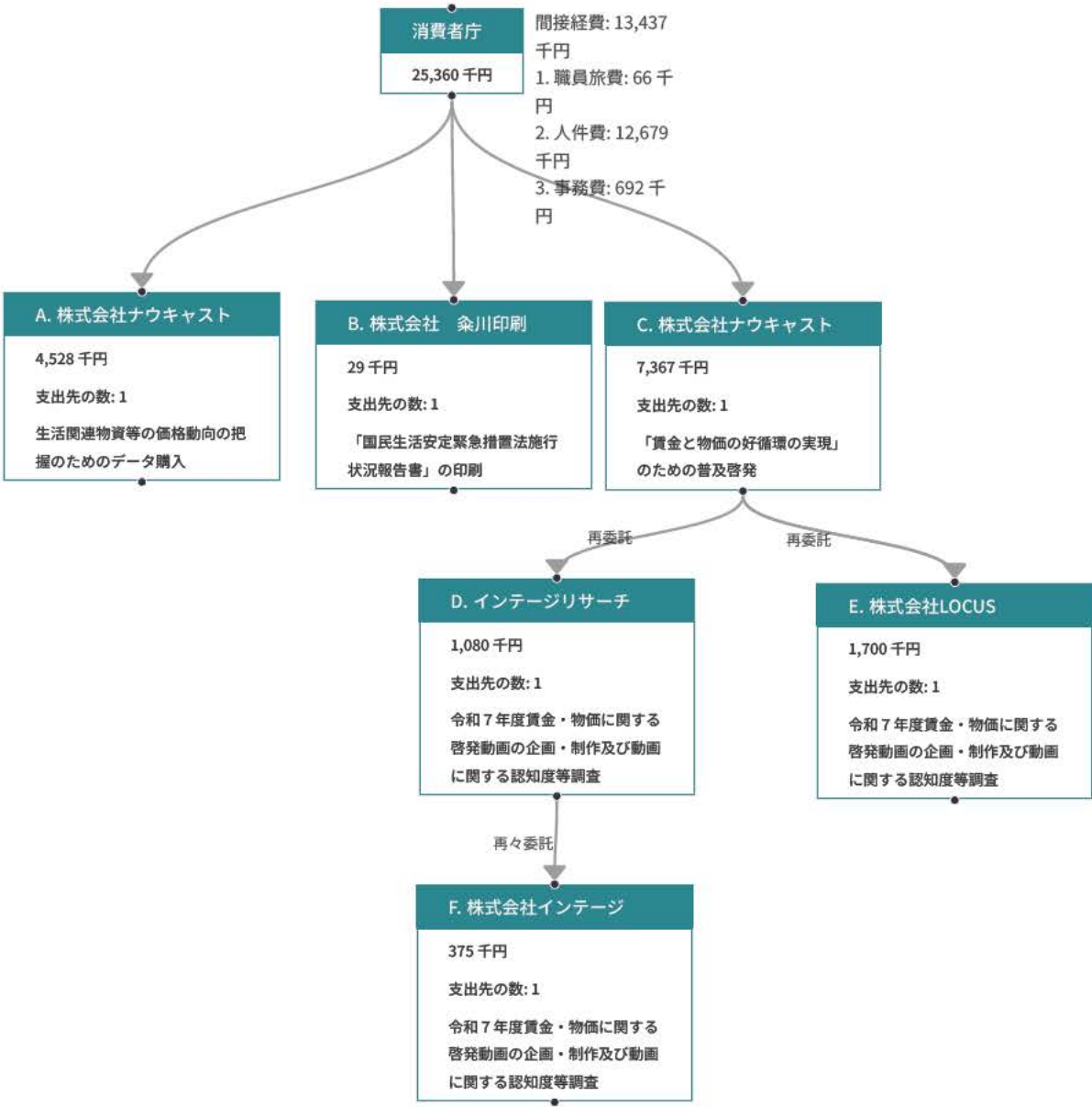
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	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処・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。		
	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	- 一部の調達において一者応札となっている。その他の応札者が見込めるよう仕様書を見直すなど調達方法について工夫いただきたい。 - 引き続き、設定した活動指標及び成果指標の実績を適切に把握するとともに、定性的な成果実績（啓発動画の認知度調査結果等を含む）とアウトカムとの関係を継続的に整理し、事業効果の検証に継続的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	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。 事業効果について、引き続き効果的な測定方法を検討するとともに、各指標の継続的な把握を通じて検証・改善を行う。		
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	株式会社ナウキャスト	4,528	1	生活関連物資等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			
	株式会社ナウキャスト	4,528	8010001165825			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和7年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）	4,528	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
B	株式会社 糸川印刷	29	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	29	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）	17	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）	12	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	株式会社ナウキャスト	7,367	1	「賃金と物価の好循環の実現」のための普及啓発		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ナウキャスト	7,367	8010001165825			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和7年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 一般競争契約（総合評価）	7,367	2	--	予定価格を類推されるおそれがあるため。	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		

	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	D インテージリサーチ		1,080	1	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社インテージリサーチ		1,080	6012701004917			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 その他(再委託)		1,080	--	--	--	
	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LOCUS		1,700	1	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社 L O C U S		1,700	7011001064654			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 その他(再委託)		1,700	--	--	--	
	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 株式会社インテージ		375	1	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社インテージ		375	3010001152563			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 その他(再委託)		375	--	--	--	

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	株式会社ナウキャスト	令和7年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7年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	4,528
	C	株式会社ナウキャスト	令和7年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査	雑役務費	令和7年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査	7,367
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

--