消費者政策企画・立案

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者政策課
	作成責任者	鮎澤良史
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000456	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（１）消費者政策企画・立案	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	デジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴う、昨今の消費者取引環境の変化を踏まえつつ、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。
	現状・課題	令和７年３月に閣議決定した「消費者基本計画」（第５期）は、令和７年度から11年度までの５年間における消費者政策の基本的な方針を示すものである。他方で、昨今のデジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴い、新たな製品・サービスや取引形態の出現とあいまって、消費者トラブルの動向も加速度的に変化していることから、いかにトラブルの実情を把握し、効果的な予防策及び早期の対策を講ずるかが課題となっている。
	事業の概要	「消費者基本計画」（第５期・令和７年度～11年度）の策定及び評価のための調査・検討、また消費者の安全・安心の確保に資する普及・啓発等。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者基本法	昭和四十三年法律第七十八号	第九条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和７年３月18日閣議決定）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf

実施方法	直接実施

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

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2023	2024	2025	2026	2027
要求額	51,500	58,268	109,195	114,280	193,809
当初予算	51,000	71,178	83,078	85,698	--
補正予算	--	46,648	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	46,648	--	--
予備費等	--	--	△21,884	--	--
計	51,000	117,826	107,842	85,698	--
執行額	43,766	59,639	40,174	--	--
執行率	85.8%	50.6%	37.3%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

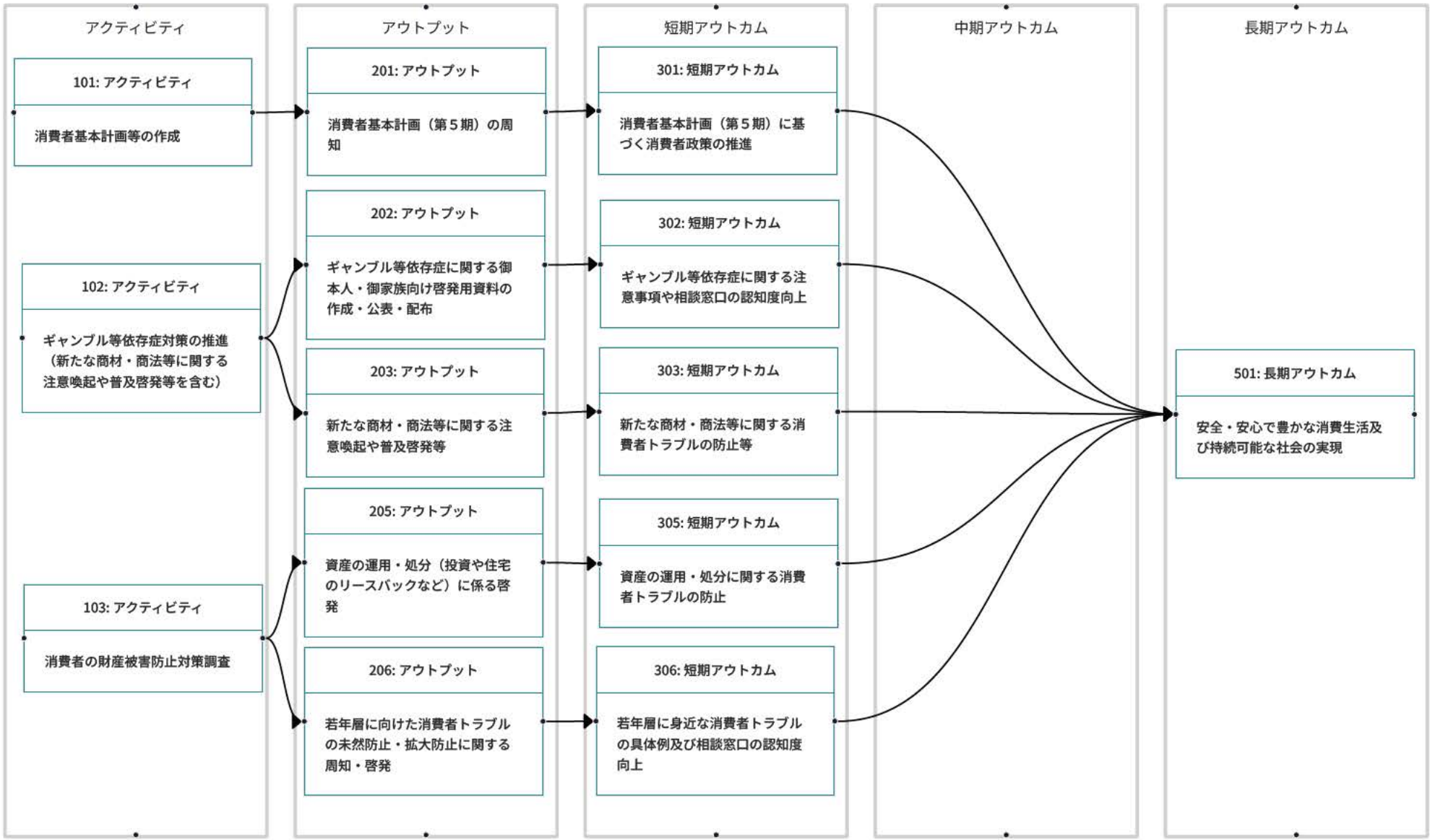
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

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	--	85,237	193,661
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	--	304	98
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	157	50

主な増減理由		その他特記事項	
	消費者への効果的な注意喚起を行うとともに、諸外国における悪質商法対策の制度等を調査・分析することで、詐欺的な悪質商法に関する政府としての対応強化を図るための費用が必要となったため。		食品ロスの削減の推進のための事業が緊急的に必要となったため、「食品ロスの削減の推進」（消費者教育推進課）へ流用の上、執行した。 また、食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進のための事業が緊急的に必要となったため、「食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進」（消費者安全課）へ流用の上、執行した。 さらに、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、「食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用」（食品表示課）へ流用の上執行した。

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-501

アクティビティ	消費者基本計画等の作成			
アウトプット	活動目標	消費者基本計画（第５期）の周知	活動指標	資料の地方自治体等への配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(冊)	12,069	0
	活動実績／成果実績(冊)	12,069	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者基本計画（第５期）に基づく施策の推進			
短期アウトカム	成果目標	消費者基本計画（第５期）に基づく消費者政策の推進	成果指標	決定から３年目を目途に中間点検を実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者基本計画（第５期）の具体的な点検手法に関する検討を進めている。	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	点検手法を検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓後続アウトカムへのつながり	点検結果を踏まえた施策の推進			
長期アウトカム	成果目標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	寄与度を測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 102-202-302-501

アクティビティ	ギャンブル等依存症対策の推進（新たな商材・商法等に関する注意喚起や普及啓発等を含む）

アウトプット	活動目標	ギャンブル等依存症に関する御本人・御家族向け啓発用資料の作成・公表・配布	活動指標	ポスター及びチラシの地方公共団体及び大学附属病院、国立病院機構等への配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	25,250	25,500	25,860	25,700
	活動実績／成果実績(枚)	25,250	25,500	25,860	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発用資料をHPに掲載するとともに、全国の大学附属病院や国立病院機構、消費生活センター等へ配布

短期アウトカム	成果目標	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口の認知度向上	成果指標	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口について、地方公共団体及び大学附属病院、国立病院機構等への配布を通じて、消費者に周知した。	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	ギャンブル等依存症に関して注意すべき点は多種多様であり、それらを網羅的に挙げた上で、その認知度を定量的に評価することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	ギャンブル等依存症に対する消費者の意識・行動の変容

長期アウトカム	成果目標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	寄与度を測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 102-203-303-501

アクティビティ	ギャンブル等依存症対策の推進（新たな商材・商法等に関する注意喚起や普及啓発等を含む）			
アウトプット	活動目標	新たな商材・商法等に関する注意喚起や普及啓発等	活動指標	注意喚起や普及啓発等を行った商材・商法等の数
	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）	--
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	0	0
	活動実績／成果実績(件)	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	新たな商材・商法等に関する消費者トラブル等に関する消費者の認知度向上

短期アウトカム	成果目標	新たな商材・商法等に関する消費者トラブルの防止等	成果指標	新たな商材・商法等に関する消費者トラブルの防止等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和７年度の実績は以下のとおり。 ・賃貸住宅のLPガス料金の適正化に向けた制度改正の周知するため、消費者庁ウェブサイトに資料を掲載した。 ・再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しとしての説明責任を果たす必要性を周知するため、事業者団体等へ資料を10,000枚配布した。	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	社会情勢を踏まえて、迅速に注意喚起や普及啓発等を行う必要があるため、その内容や対象者については事前に予測することが困難であるため。また、注意喚起や普及啓発等を行う内容は多岐に渡るため、その成果を定量的に評価することは難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	新たな商材・商法等に関する消費者の意識・行動の変容

長期アウトカム	成果目標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	寄与度を測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 103-205-305-501

アクティビティ	消費者の財産被害防止対策調査			
アウトプット	活動目標	資産の運用・処分（投資や住宅のリースバックなど）に係る啓発	活動指標	啓発資料の地方自治体・消費生活センター等への配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	19,040	0
	活動実績／成果実績(枚)	20,570	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な資産の運用・処分のためのリテラシーの向上			
短期アウトカム	成果目標	資産の運用・処分に関する消費者トラブルの防止	成果指標	資産の運用・処分に関する消費生活相談の動向
	定性的なアウトカムに関する成果実績	資産の運用・処分に関する消費生活相談情報を注視した。	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	消費生活相談情報は相談者の申告に基づいており、実態を把握することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	資産の運用・処分に対する消費者の意識・行動の変容			
長期アウトカム	成果目標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	寄与度を測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 103-206-306-501

アクティビティ	消費者の財産被害防止対策調査			
アウトプット	活動目標	若年層に向けた消費者トラブルの未然防止・拡大防止に関する周知・啓発	活動指標	地方公共団体や関係機関へのポスターの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	17,800	1,247	0
	活動実績／成果実績(枚)	17,800	1,247	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	地方公共団体や関係機関に配布			
短期アウトカム	成果目標	若年層に身近な消費者トラブルの具体例及び相談窓口の認知度向上	成果指標	若年層に身近な消費者トラブルの具体例及び相談窓口の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	新生活の始まりに向けて注意すべき点を具体的な事例とともに紹介するとともに、相談窓口を記載した注意喚起資料「新生活を彩る様々な『契約』をする前に押さえておきたいポイント」を作成し、地方公共団体等に周知した。	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	若年層に身近な消費者トラブルは多種多様であり、それらを網羅的に挙げた上で、その認知度を定量的に評価することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	若年層に身近な消費者トラブルに対する消費者の意識・行動の変容			
長期アウトカム	成果目標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	寄与度を測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	第５期消費者基本計画は令和７年度からの５年間における消費者政策の大綱を示すものであり、消費者政策の計画的な推進を図るため、本計画の周知は必要である。特に、地方公共団体は、国の施策に準じて施策を講ずる責務を有することから、国が策定した消費者政策の大綱の内容を把握することは必要である。 本計画では、閣議決定から３年目を目途に中間点検を実施することとされており、消費者政策の実施の状況を検証・評価・監視するためにも、点検手法の構築は不可欠である。 また、多様な属性の消費者に対し、社会情勢等を踏まえた内容での周知・啓発、様々な媒体を活用した周知・啓発は、消費者の利益の擁護及び増進の観点で有効であると考えられる。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	消費者基本計画（第５期）の計画期間中（５年間）において、体系的・計画的な業務スケジュールに基づき効率的に業務を遂行していく。 特に、決定から３年目を目途に行う中間点検に向けて、消費者政策の実施の状況に関する適切な検証・評価・監視を行えるよう、外部の知見も活用して具体的な点検手法を構築していく。 また、消費者トラブルの動向等を踏まえ、周知・啓発における実効性の向上を図っていく。

外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・予算執行率が低下していることから、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、予算執行率の向上にも努めていただきたい。 ・引き続き、各活動に係る定性的な成果実績を適切に整理するとともに、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継続的に検証していただきたい。

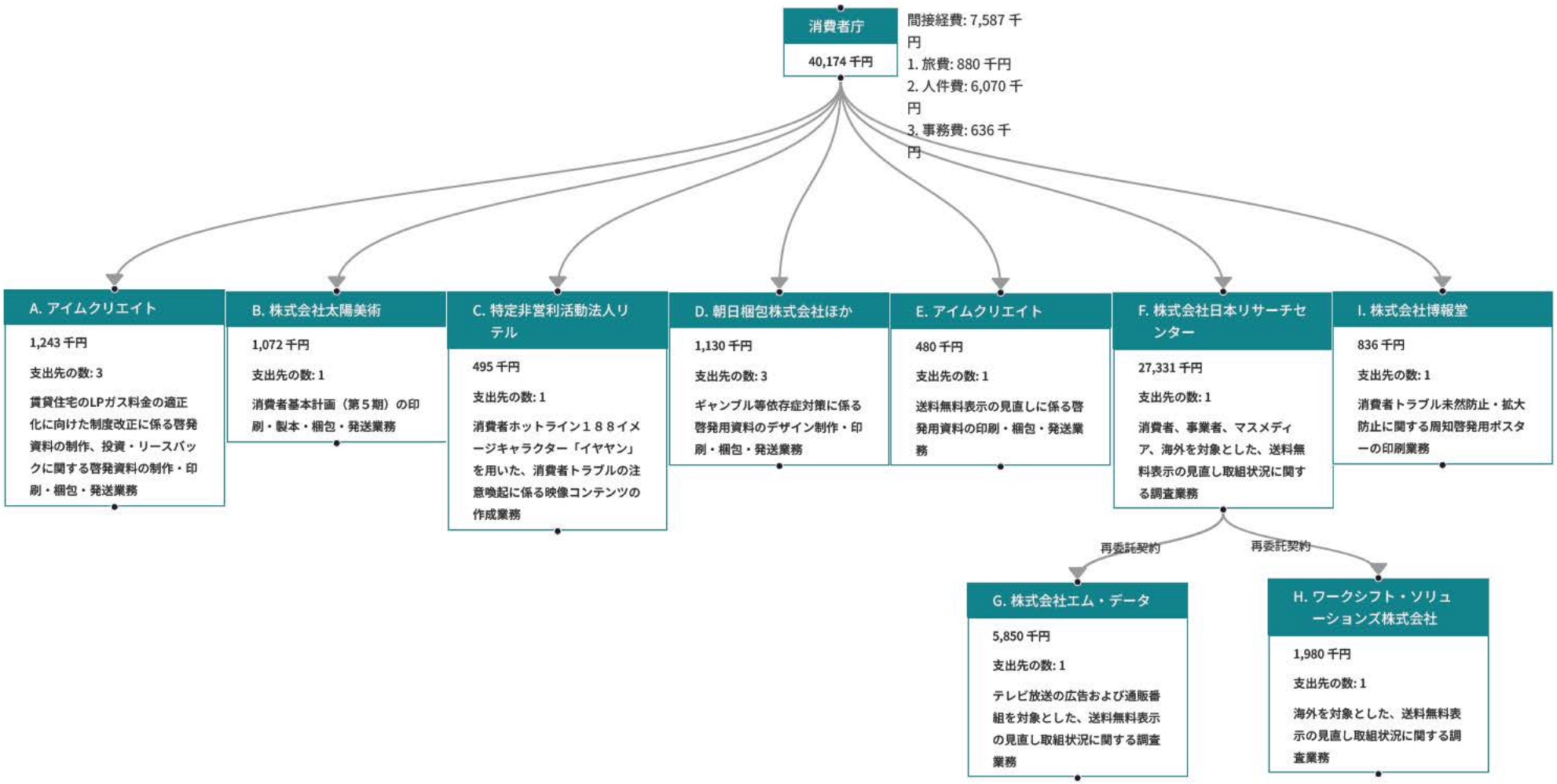
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行を行ってまいりたい。 あわせて、各活動に係る定性的な成果実績を整理するとともに、効果発現経路の妥当性を検証してまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--

その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
40,174 千円
間接経費: 7,587 千円
1. 旅費: 880 千円
2. 人件費: 6,070 千円
3. 事務費: 636 千円
A. アイムクリエイト
1,243 千円
支出先の数: 3
賃貸住宅のLPガス料金の適正化に向けた制度改正に係る啓発資料の制作、投資・リースバックに関する啓発資料の制作・印刷・梱包・発送業務
B. 株式会社太陽美術
1,072 千円
支出先の数: 1
消費者基本計画（第５期）の印刷・製本・梱包・発送業務
C. 特定非営利活動法人リテル
495 千円
支出先の数: 1
消費者ホットライン１８８イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務
D. 朝日梱包株式会社ほか
1,130 千円
支出先の数: 3
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作・印刷・梱包・発送業務
E. アイムクリエイト
480 千円
支出先の数: 1
送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷・梱包・発送業務
F. 株式会社日本リサーチセンター
27,331 千円
支出先の数: 1
消費者、事業者、マスメディア、海外を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務
I. 株式会社博報堂
836 千円
支出先の数: 1
消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスターの印刷業務
再委託契約
再委託契約
G. 株式会社エム・データ
5,850 千円
支出先の数: 1
テレビ放送の広告および通販番組を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務
H. ワークシフト・ソリューションズ株式会社
1,980 千円
支出先の数: 1
海外を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務

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　アイムクリエイト	1,243	3	賃貸住宅のLPガス料金の適正化に向けた制度改正に係る啓発資料の制作、投資・リースバックに関する啓発資料の制作・印刷・梱包・発送業務

支出先名	支出額	法人番号
アイムクリエイト	1,243	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
新規の啓発資料のデザイン・イラスト制作業務及び既存の啓発資料の修正業務 随意契約（少額）	495	1	--	--
投資及びリースバックに関する啓発資料の印刷業務 随意契約（少額）	435	1	--	--
投資及びリースバックに関する啓発資料の印刷業務、梱包業務及び発送業務 随意契約（少額）	314	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　株式会社太陽美術	1,072	1	消費者基本計画（第５期）の印刷・製本・梱包・発送業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社太陽美術	1,072	6010601003790

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「消費者基本計画」の印刷・製本及びこん包・発送業務 随意契約（少額）	1,072	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　特定非営利活動法人リテル	495	1	消費者ホットライン１８８イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人リテル	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

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
消費者ホットライン１８８イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務 随意契約（少額）	495	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　朝日梱包株式会社ほか	1,130	3	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作・印刷・梱包・発送業務

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	562	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・配送業務 随意契約（少額）	562	2	--	--

支出先名	支出額	法人番号
アイムクリエイト	330	9999999999999

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作業務 随意契約（少額）	330	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社太陽美術	238	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
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の印刷業務 随意契約（少額）	238	3	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　アイムクリエイト	480	1	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷・梱包・発送業務

支出先名	支出額	法人番号
アイムクリエイト	480	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	
	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷・梱包発送 随意契約（少額）	480	3	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F	株式会社日本リサーチセンター	27,331	1	消費者、事業者、マスメディア、海外を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日本リサーチセンター	27,331	5010001062587

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務 一般競争契約（総合評価）	27,331	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
G	株式会社エム・データ	5,850	1	テレビ放送の広告および通販番組を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エム・データ	5,850	1010401060459

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務 その他(再委託契約)	5,850	--	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
H	ワークシフト・ソリューションズ株式会社	1,980	1	海外を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務

支出先名	支出額	法人番号
ワークシフト・ソリューションズ株式会社	1,980	7010401107873

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務 その他(再委託契約)	1,980	--	--	--

支出先ブロック名	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　株式会社博報堂	836	1	消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスターの印刷業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社博報堂	836	8010401024011

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスターの印刷業務 随意契約（少額）	836	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	アイムクリエイト	新規の啓発資料のデザイン・イラスト制作業務及び既存の啓発資料の修正業務	雑役務費	投資及びリースバックに関する啓発資料のデザイン・イラスト制作業務、賃貸住宅のLPガス料金の適正化に向けた制度改正に係る啓発資料のデザイン修正業務	495
	B	株式会社太陽美術	「消費者基本計画」の印刷・製本及びこん包・発送業務	雑役務費	消費者基本計画（第５期）の印刷・製本・梱包・発送業務	236
	--	--	--	印刷製本費	消費者基本計画（第５期）の印刷・製本・梱包・発送業務	836
	C	特定非営利活動法人リテル	消費者ホットライン１８８イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務	雑役務費	消費者ホットライン１８８イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務	495
	D	朝日梱包株式会社	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・配送業務	雑役務費	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・配送業務	562
	E	アイムクリエイト	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷・梱包発送	印刷製本費	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷業務	273
	--	--	--	雑役務費	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の梱包・発送業務	206
	F	株式会社日本リサーチセンター	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	雑役務費	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	27,331
	G	株式会社エム・データ	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	雑役務費	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	5,850
	H	ワークシフト・ソリューションズ株式会社	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	雑役務費	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	1,980
	I	株式会社博報堂	消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスターの印刷業務	印刷製本費	消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスターの印刷業務	561
	--	--	--	雑役務費	消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスターの印刷業務	275

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

その他備考

--

消費者財産被害対応

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者政策課
	作成責任者	福島徹
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000425	事業開始年度	2010	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（２）消費者財産被害対応	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	財産被害の消費者事故等に係る情報を集約・分析し、そのうち、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、当該消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。
	現状・課題	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知（令和７年度は8,608件）やPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム。令和７年度は約97万件）等には多くの情報が寄せられており、当該情報を速やかに分析し、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出する必要がある。 このうち、措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する必要がある。
	事業の概要	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知やPIO-NET、有識者との情報交換会等において最新の情報を収集し、寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析する。 さらに、分析した情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、必要な調査を行った上で、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する。
	事業概要URL	--

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十二条	2	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十三条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第三十八条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第三十八条	2	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第四十条	4	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第四十条	5	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和７年３月18日閣議決定）第４章２（１）①及び（２）①	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf

実施方法	直接実施

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

備考	--

予算・執行

予算額執行額表（単位：千円）		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	26,000	26,346	26,568	27,894	133,061
	当初予算	26,000	26,485	27,989	28,063	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	26,000	26,485	27,989	28,063	--
	執行額	15,393	15,737	18,195	--	--
	執行率	59.2%	59.4%	65%	--	--

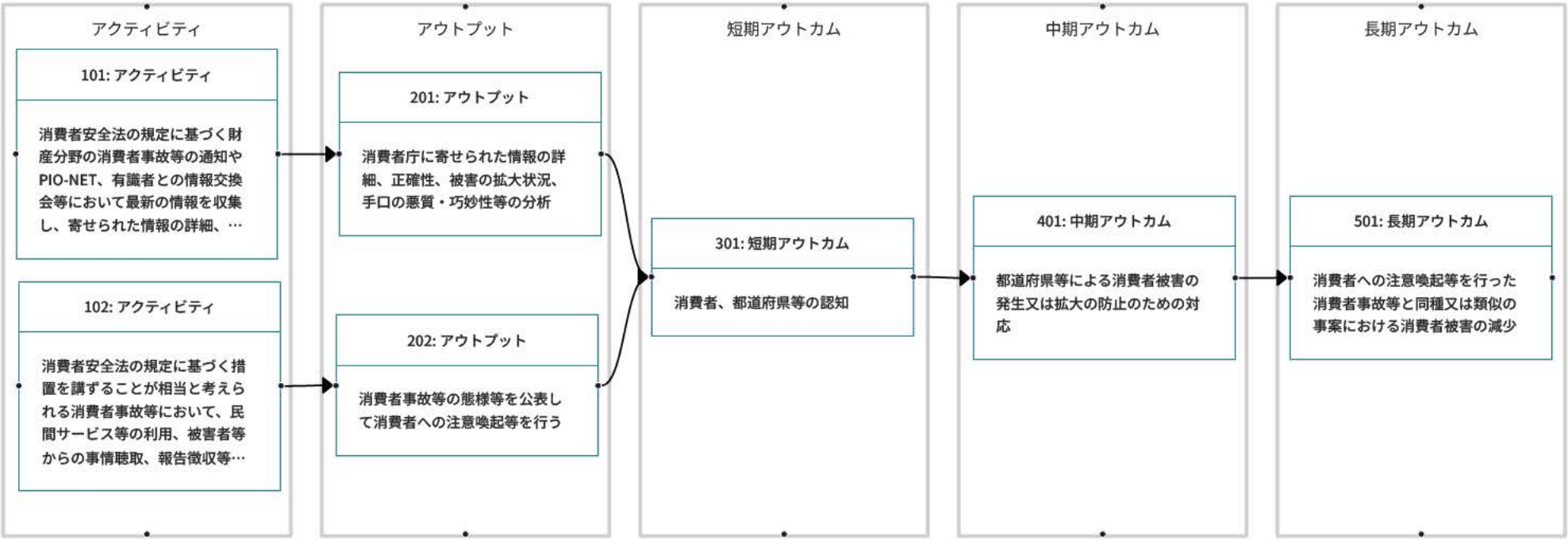
予算内訳表（単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考
	一般会計	一般会計	--	--	--

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	--	14,139	97,008
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	8,638	26,803
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費	--	2,037	2,037
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	1,602	3,548
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	--	1,101	3,004
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	546	661

主な増減理由	悪質商法に関する端緒情報を収集・分析し、被害が拡大する前の早期に手口公表など注意喚起を行い、被害の発生・拡大防止を図るための費用が必要となったため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知やPIO-NET、有識者との情報交換会等において最新の情報を収集し、寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析する。

アウトプット	活動目標	消費者庁に寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等の分析	活動指標	消費者安全法の規定に基づき通知され、分析を行った財産分野の消費者事故等の件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	9,000	9,000	9,000	9,000
	活動実績／成果実績(件)	10,663	8,990	8,608	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者庁に寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析し、消費者庁内や独立行政法人国民生活センターとの間でお互いの情報を共有する。 さらに、消費者庁が分析した情報や国民生活センターから共有された最新の情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、民間サービス等の利用、被害者等からの事情聴取・報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入手する。 そして、調査により入手した情報を元に、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。

短期アウトカム	成果目標	消費者、都道府県等の認知	成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページ： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/release/2026/index.html ただし、令和７年度までの財産分野の注意喚起等に係るウェブサイトアクセス数及び報道状況を踏まえ、最近の傾向に合わせて消費者等の認知状況をより広く把握する観点から、令和８年度以降は消費者庁ウェブサイトに加え、Xを含めたアクセス数を成果指標とすることとしている。 消費者庁公式X：https://x.com/caa_shohishacho
	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	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	500,000
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	221,579	--
	達成率(%)	--	164.1	42	--

後続アウトカムへのつながり	都道府県等に注意喚起等の内容を認知させることで、当該都道府県等において注意喚起等の情報の周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応を図る。

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

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

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

アクティビティからの発現経路 102-202-301-401-501

アクティビティ	消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等において、民間サービス等の利用、被害者等からの事情聴取、報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入手し、当該情報を元に、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行う。

アウトプット				
	活動目標	消費者事故等の態様等を公表して消費者への注意喚起等を行う	活動指標	消費者安全法の規定に基づく措置（注意喚起等）の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	16	19	16	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者事故等の態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供することで、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。

短期アウトカム				
	成果目標	消費者、都道府県等の認知	成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページ： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/release/2026/index.html ただし、令和７年度までの財産分野の注意喚起等に係るウェブサイトアクセス数及び報道状況を踏まえ、最近の傾向に合わせて消費者等の認知状況をより広く把握する観点から、令和８年度以降は消費者庁ウェブサイトに加え、Xを含めたアクセス数を成果指標とすることとしている。 消費者庁公式X：https://x.com/caa_shohishacho
	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	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	500,000
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	221,579	--
	達成率(%)	--	164.1	42	--

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

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	＜必要性＞ 消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、必要があると認めるときは、消費者安全法の規定に基づき消費者への注意喚起等を行うこととされている。 ＜効率性＞ 効率的な調査に努めるとともに、注意喚起等の公表については、記者発表だけでなく消費者庁ウェブサイトへの掲載やSNSでの配信、都道府県等に情報提供するなど情報発信に係る効率性に配慮して行っている。 ＜効果＞ 消費者への注意喚起において、消費等事故等を生じさせていた事業者の名称、URLや消費者被害をもたらす悪質商法の内容等を公表することにより、例えば、「大手通信関連会社の名称をかたり、自動音声や国際電話番号等を用いて架空の利用料金請求を行う事業者に関する注意喚起」（令和６年６月11日公表）では、2025年度中においては、約9万件のウェブサイトページのアクセス数であるなど、効果的な注意喚起となるような事案の選定に努めている。一方で、効果的な事案選定を行うための分析能力や事案処理するための調査能力等は改善余地があり、職員の能力向上を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起を行っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	職員の能力向上（分析能力、調査能力等）を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	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	（１）　アウトプット指標である「消費者安全法の規定に基づき通知され、分析を行った財産分野の消費者事故等の件数」は微減である中、短期アウトカムである「消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数」が24年度から翌年度にかけて極端に減っている。中期、長期のアウトカム指標が定量的に測れないというのであれば、短期のそれが重要な意味を持ってくる「ロジックモデル」になっているのであるから、分析と対応を慎重に行うべき。 （２）　アクティビティ101と102が短期アウトカムにおいて共通の指標につながっているが、そもそもアクティビティが短期アウトカムへの因果としてつながる必要があるが、アクティビティ101と102とそのアウトプットが、「アクセス数」の増減にどう因果が働いているか、の省察を。もし因果として流れているというのであれば、EBPMという視点からはどちらの要素がどう影響しているのか、という分析も問題になる。 （３）　消費者、自治体等への情報共有、注意喚起が事業内容なのであれば、その他の評価指標もあっていいのではないか。（自治体等からのWEB等についてのメールなどでの問い合わせ件数、相談件数など） （４）　本事業の意義と必要性については十分認めるところ。		
	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、適切な予算執行に努めること。 ・外部有識者の所見を踏まえ、成果指標の実績値の推移及びその変動要因を継続的に把握・分析し、事業効果の検証に努めていただきたい。

<table>
<tr><td rowspan="4">所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況</td><td>改善点・反映状況</td><td colspan="3">現状通り</td></tr>
<tr><td rowspan="2">反映額</td><td>会計</td><td>勘定</td><td>反映額 (千円)</td></tr>
<tr><td>--</td><td>--</td><td>--</td></tr>
<tr><td>詳細</td><td colspan="3">2024年度のウェブサイトのアクセス数の急増については、「大手通信関連会社の名称をかたり、自動音声や国際電話番号等を用いて架空の利用料金請求を行う事業者に関する注意喚起」（令和６年６月11日公表）の掲載ページの閲覧数が2024年度中、「約75万件」に上っており、極端に多く閲覧されていたことが原因であるが、当該事業者の拠点が摘発されたという報道以降、閲覧件数が急減し、2025年度の同閲覧数は「約7万件」となったため、アクセス数全体としても2025年度の数値が2024年度比で大きく減少する結果となっている。
また、消費者、自治体等への情報共有、注意喚起が事業内容なのであれば、その他の評価指標（自治体等からのWEB等についてのメールなどでの問い合わせ件数、相談件数など）があってもよいのではないかとのご指摘について、過去の公表における実態として、自治体等からの問い合わせ・相談は僅少であり、必ずしも自治体における情報の活用度や認知度を表すものではないと思われる。他方で、消費者庁公式Xにおける注意喚起を各地の自治体アカウントがリポスト（引用展開）をしているという実態も踏まえ、Ｘのアクセス数が自治体等における情報の活用度にある程度関係するのではないかと思われるとことから、今回、Ｘのアクセス数も指標の一部としたところである。
行政事業レビュー推進チームの所見におけるご指摘を踏まえ、調査事案に係る端緒情報の収集や事情聴取に必要な経費等の予算については、必要なものについて有効かつ適切な方法で執行していくとともに、 成果指標の実績値の推移とその変動要因を継続的に把握しつつ、成果指標となるウェブサイト及びＸの閲覧件数を向上させていくことに努めて参る所存である。</td></tr>
<tr><td>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</td><td colspan="4">--</td></tr>
<tr><td>その他の指摘事項</td><td colspan="4">--</td></tr>
</table>

支出先

資金の流れ

間接経費: 18,195 千円

1. 人件費: 11,700 千円
2. 諸謝金: 17 千円
3. 旅費: 2,262 千円
4. 事務費: 4,216 千円

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

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

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

その他備考

--

新たな消費者トラブル等の動向調査

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者政策課
	作成責任者	鮎澤良史
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000459	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（３）新たな消費者トラブル等の動向調査	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	インターネットを活用した新たな技術やサービスの出現に伴い、消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化していることを踏まえ、消費者トラブルが顕在化しつつある分野における消費者取引の動向を把握し、早期の対応につなげる。
	現状・課題	インターネットを活用した消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化し、消費者トラブルが加速度的に複雑化・多様化している。そのため、消費者被害の把握・対応という後追い的な対策のみでは限界が生じつつある。
	事業の概要	インターネットを活用した消費者取引のうち、web3で展開されるサービス等に焦点を当てて消費者取引の動向を把握・分析し、対策の必要性等を判断するための基礎的資料を得る。
	事業概要URL	--

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和７年３月18日閣議決定）第１章１．デジタル技術の飛躍	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf

実施方法	直接実施

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

備考	--

予算・執行

予算額執行額表（単位：千円）		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	13,000	13,278	13,276	13,274	10,145
	当初予算	13,000	13,278	13,276	13,274	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	＼13,278	--	--	--
	計	13,000	--	13,276	13,274	--
	執行額	8,800	0	10,049	--	--
	執行率	67.7%	--	75.7%	--	--

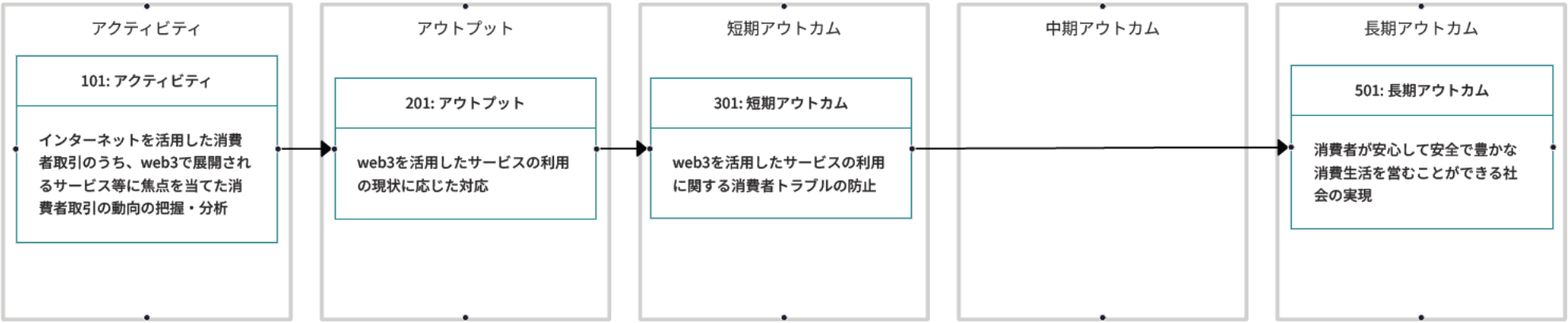
予算内訳表（単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考
	一般会計	一般会計	--	--	--

	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	--	13,274	10,145

主な増減理由	令和９年度では、主に令和８年度調査で整理することとした消費者トラブルのリスクや論点について更なる調査・分析を行い、今後の未然防止・拡大防止に向けた施策に必要な事項を整理して、より実効性のある調査とする予定。 これまでに実施した調査内容等も踏まえ、調査旅費等を減額している。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-501

アクティビティ	インターネットを活用した消費者取引のうち、web3で展開されるサービス等に焦点を当てた消費者取引の動向の把握・分析			
アウトプット	活動目標	web3を活用したサービスの利用の現状に応じた対応	活動指標	調査対象とするweb3に係るサービス分野数
	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		2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	5	5
	活動実績／成果実績(件)	5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	分析結果を踏まえた対応			
短期アウトカム	成果目標	web3を活用したサービスの利用に関する消費者トラブルの防止	成果指標	web3を活用したサービスの利用に関する消費者トラブルの顕在化の状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	web3を活用したサービスの利用については、依然、普及途上にあると判断される。	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	サンプル調査による傾向把握であり、定量化は困難であるため。	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	分析結果を踏まえた対応			
長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	web3を活用したサービスの利用に関する消費者トラブルの動向
	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	寄与度を測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	--

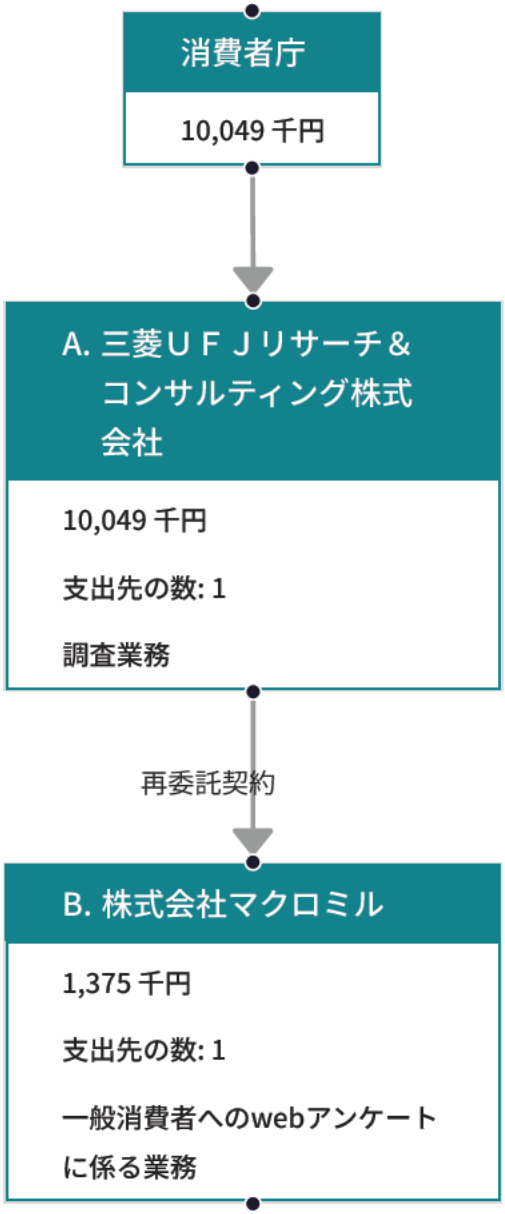
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

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、技術革新に伴う新たなインターネット取引の形態を対象とするものであり、社会状況の変化等を踏まえた消費者行政の推進に不可欠である。 また、取引形態やサービスの内容、消費者への普及状況等は刻々と変化することから、消費者トラブルの動向を継続的に把握する必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	今回の調査結果を踏まえつつ、技術革新や社会状況等の変化に伴う消費者取引の動向に注視していく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。 ・引き続き、調査結果を踏まえた定性的な成果実績を適切に整理するとともに、事業の有効性及び成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	引き続き、定性的な成果実績を適切に整理、事業の成果を検証、事業の必要性・効率性・有効性を検討したうえで、適切な予算執行に努めていく。		
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


消費者庁
10,049 千円
A. 三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社
10,049 千円
支出先の数: 1
調査業務
再委託契約
B. 株式会社マクロミル
1,375 千円
支出先の数: 1
一般消費者へのwebアンケートに係る業務

支出先上位者リスト（単位：千円）	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	10,049	1	調査業務

支出先名	支出額	法人番号
三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	10,049	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
web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	10,049	2	--	予定価格の推知を防ぐため、落札率は非公開とした。

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B 株式会社マクロミル	1,375	1	一般消費者へのwebアンケートに係る業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社マクロミル	1,375	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
web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務 その他(再委託契約)	1,375	--	--	--

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	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務	雑役務費	web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務	10,049
B	株式会社マクロミル	web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務	雑役務費	一般消費者へのwebアンケートに係る業務	1,375

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の運用等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者政策課
	作成責任者	熊澤英人
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	006456	事業開始年度	2023	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（４）法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の運用等	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和４年法律第105号。以下「不当寄附勧誘防止法」又は「法」という。）の規定による法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。
	現状・課題	不当寄附勧誘防止法は、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者を保護する観点から、法人等による個人に対する寄附の勧誘に関して、配慮義務（法第３条）及び禁止行為（法第４条及び第５条）を規定している。これら配慮義務及び禁止行為に関しては、違反に対する行政上の措置（法第６条及び第７条）を規定しているところ、法を適正に運用するとともに、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の着実な収集につながるよう、法の規定や消費者庁への情報提供方法について周知啓発を実施する必要がある。また、法附則第５条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する必要がある。
	事業の概要	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を適正に運用する。あわせて、法人等及び個人に対し、説明会や動画等を通じて、法の規定や趣旨について説明や周知啓発を実施し、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。加えて、法附則第５条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律	令和四年法律第百五号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和７年３月18日閣議決定）第４章２.（２）②（マルチ商法・悪質な勧誘等への対応）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf

実施方法	直接実施

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

予算・執行

予算額執行額表（単位：千円）		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	--	70,000	63,000	44,000	54,032
	当初予算	77,000	70,000	63,000	42,638	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	△800	--	--
	計	77,000	70,000	62,200	42,638	--
	執行額	63,262	25,774	34,537	--	--
	執行率	82.2%	36.8%	55.5%	--	--

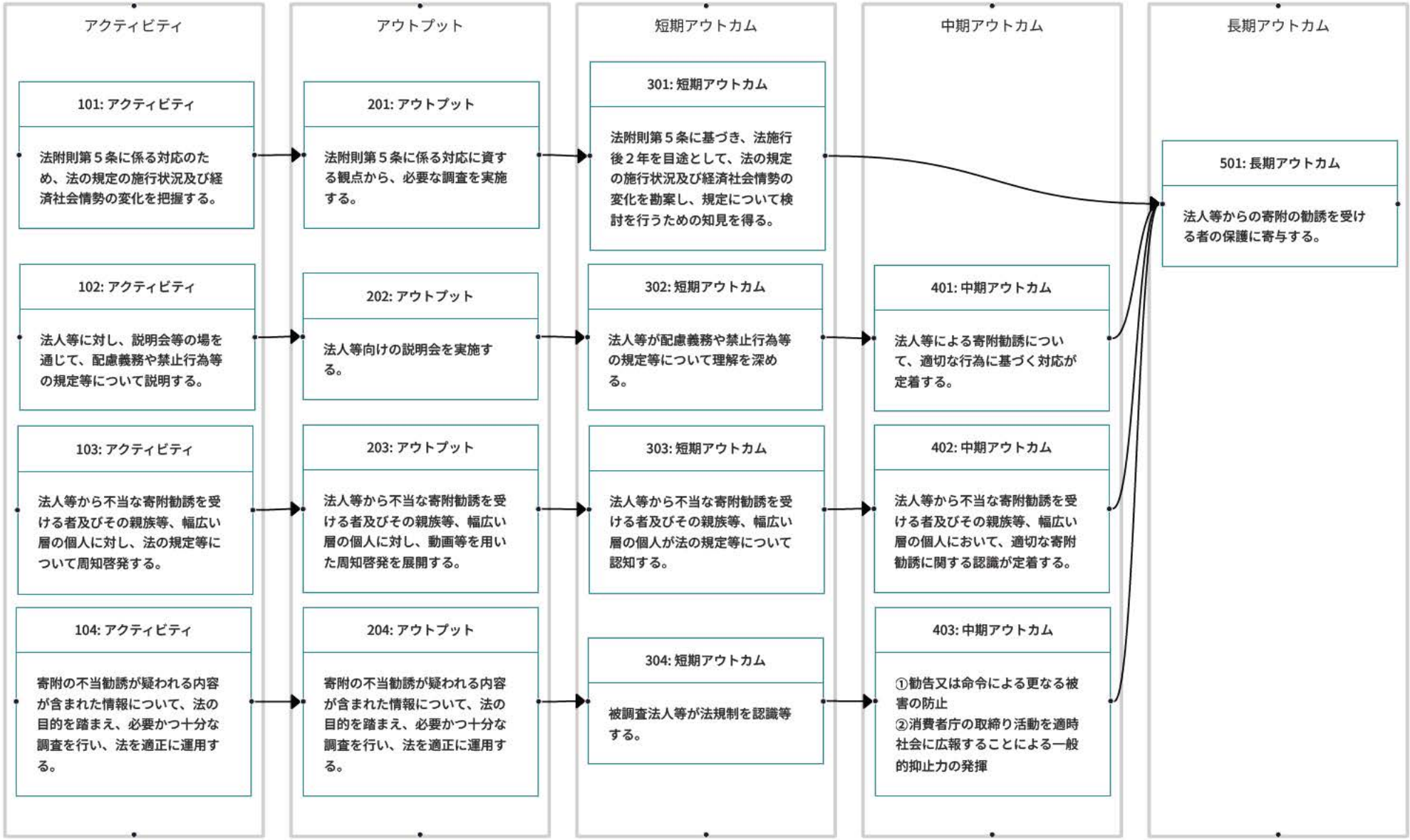
予算内訳表（単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考
	一般会計	一般会計	--	13,000	--

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	--	38,332	49,568
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	4,107	4,266
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	199	198

主な増減理由	法附則第５条に係る検討の結果、法の周知啓発については更なる充実を図るとされたことを踏まえ、誰もが利用する場所での実効性の高い周知啓発や幅広い層への周知啓発等を行うための費用が必要となったため。	その他特記事項	緊急案件の初期調査の対応等により、職員旅費が不足したため、「生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言」（消費者安全課）に流用の上執行した。

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	法附則第５条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。

アウトプット	活動目標	法附則第５条に係る対応に資する観点から、必要な調査を実施する。	活動指標	実施調査数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	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	--

		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(回)	1	2	0	0
	活動実績／成果実績(回)	1	2	0	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第５条に係る対応に資する調査を実施することで、法附則第５条に基づき、法施行後２年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を行うための知見を得る。

短期アウトカム	成果目標	法附則第５条に基づき、法施行後２年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を行うための知見を得る。	成果指標	検討に資する知見の集約等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和６年度までに実施した調査等により得られた知見を踏まえ、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律附則第５条に係る報告書」を令和７年９月に公表した。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	検討内容について、定量的に評価できるものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第５条に係る対応により、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。

長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和８年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護にどの程度寄与したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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	法人等に対し、説明会等の場を通じて、配慮義務や禁止行為等の規定等について説明する。

アウトプット				
	活動目標	法人等向けの説明会を実施する。	活動指標	説明会への参加人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	500	200	150	100
	活動実績／成果実績(人)	550	194	53	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等向けの説明会を通じて、法人等が配慮義務や禁止行為等の規定等について理解を深める。

短期アウトカム				
	成果目標	法人等が配慮義務や禁止行為等の規定等について理解を深める。	成果指標	法人等における配慮義務や禁止行為等の規定等についての理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	法人等向けの説明会について、法人等関係者合計53名の参加があり、参加者を対象に実施したアンケートにおいて、合計26名からの回答を得た。アンケート結果において、参加法人等の種別割合は、多い順に、社会福祉法人23.1%、NPO法人19.2%、営利法人及び学校法人15.4%であった。また、参加法人等の80.8%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の92.3%が説明会で法の理解が深まったと回答している。
	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(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	99	97	92	--
	達成率(%)	123.8	121.3	115	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等が配慮義務や禁止行為等の規定等について理解を深めることで、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。

中期アウトカム	成果目標	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。	成果指標	法人等による寄附勧誘における適切な行為に基づく対応の定着
	定性的なアウトカムに関する成果実績	不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和８年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	不当寄附勧誘防止法は、その規模や活動内容等を問わず、広く法人等（法人又は法人でない社団若しくは財団で代表者若しくは管理人の定めがあるもの）を対象としており、世の中には多種多様な法人等が存在するため、多種多様な法人等の寄附勧誘行為を網羅的に把握した上で、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
後続アウトカムへのつながり	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。			
長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和８年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護にどの程度寄与したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-402-501

アクティビティ	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人に対し、法の規定等について周知啓発する。

アウトプット	活動目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人に対し、動画等を用いた周知啓発を展開する。	活動指標	YouTube広告及びTVer広告における動画の視聴回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和６年度に作成した若年層向けの啓発動画をYouTube広告及びTVer広告、令和５年度に作成した広報動画を電車内及び駅構内の映像広告に掲載した。 YouTube広告及びTVer広告における動画の視聴回数の目標値及び成果実績値の内訳は以下のとおりである。 （YouTube広告） 目標値：650,000回 成果実績値：653,719回 （TVer広告） 目標値：250,000回 成果実績値：250,922回 ※2023年度はTVer広告を実施しておらず、その目標値及び成果実績値はYouTube広告における動画の視聴回数のみであるため、比較をする際には留意されたい。 なお、個人向けの周知啓発については、このほか、新たに啓発カード及びB3ポスターの作成・公表や、全国の路線バスや郵便局、国公立病院等におけるポスターの掲出・配布及びパンフレットの配布等も行った。
	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)	650,000	900,000	900,000	900,000
	活動実績／成果実績(回)	681,012	931,958	904,641	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	動画等を用いた周知啓発により、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人が法の規定等について認知する。

短期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人が法の規定等について認知する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人における法の規定等の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓後続アウトカムへのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人が法の規定等について認知することで、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。			
中期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人において、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人における適切な寄附勧誘に関する認識の定着
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓後続アウトカムへのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人において、適切な寄附勧誘に関する認識が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。			
長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和８年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護にどの程度寄与したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 104-204-304-403-501

アクティビティ	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を適正に運用する。

アウトプット	活動目標	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を適正に運用する。	活動指標	調査対象情報件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	目標値については、定量的に予測・設定を行うことが困難であるため、０件に設定している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(件)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	97	56	49	--

↓後続アウトカムへのつながり	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を適正に運用することで、被調査法人等における法規制の認識等につながる。

短期アウトカム	成果目標	被調査法人等が法規制を認識等する。	成果指標	被調査法人等における法規制の認識等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和８年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	被調査法人等が法規制を認識等するという事象について定量的に評価できるものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓後続アウトカムへのつながり	被調査法人等が法規制を認識等することで、 ①勧告又は命令による更なる被害の防止 ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮 につながる。

中期アウトカム	成果目標	①勧告又は命令による更なる被害の防止 ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮	成果指標	①勧告又は命令による更なる被害の防止（再犯の有無） ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮（行政上の措置の件数の増減）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	目標値については、定量的に予測・設定を行うことが困難であるため、０件に設定している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	--	0	0
	活動実績／成果実績(件)	--	0	--
	達成率(%)	--	100	--

後続アウトカムへのつながり	①勧告又は命令による更なる被害の防止 ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮 を通じ、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。

長期アウトカム				
	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和８年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護にどの程度寄与したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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、主に、①法附則第５条に係る対応、②法人等向けの説明会、③個人向けの周知啓発及び④寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査を実施した。 具体的には、①について、令和６年度までに実施した調査等により得られた知見を踏まえ、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律附則第５条に係る報告書」を令和７年９月に公表した。法の全面施行から２年を経過した時点において、法改正すべき立法事実は認められなかったが、今後、相当程度の期間における事案の蓄積状況を注視し、必要に応じて検討していくとともに、法の周知啓発及び執行に関しては更なる充実を図っていくこととする旨の、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与するための検討結果が得られた。 ②について、これまでの実施状況も踏まえながら、引き続き法人等向けの説明会を実施したところ、法人等関係者合計53名の参加があり、アンケート結果において、参加法人等の種別割合は、多い順に、社会福祉法人23.1%、NPO法人19.2%、営利法人及び学校法人15.4%であった。また、参加法人等の80.8%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の92.3%が説明会で法の理解が深まったと回答している。以上から、法人等向けの説明会を実施することにより、法人等における配慮義務や禁止行為等の規定等についての理解の深まりや適切な行為に基づく対応の定着について、一定の効果が認められると考える。 ③について、令和６年度に作成した若年層向けの啓発動画を令和８年１月19日～３月15日の期間においてYouTube広告及びTVer広告、令和５年度に作成した広報動画を令和８年２月23日～３月15日の期間において電車内及び駅構内の映像広告に掲載し、YouTube広告では65万回以上、TVer広告では25万回以上の視聴回数を獲得した。さらに、新たに啓発カード及びB3ポスターの作成・公表や、全国の路線バスや郵便局、国公立病院等におけるポスターの掲出・配布及びパンフレットの配布等も行った。以上から、動画等を用いた周知啓発を展開することにより、個人における法の規定等についての認知や適切な寄附勧誘に関する認識の定着について、一定の寄与を果たしたものと考える。 ④について、消費者庁ウェブサイト、全国の消費生活センター等、霊感商法等対応ダイヤルの３つの窓口を設け、これらを中心に端緒情報を収集し、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、所要の調査を行った。令和７年度は、調査対象情報として49件を受理し、勧告又は命令を実施した事件はなかった。以上から、法を適正に運用することにより、法人等による不当な寄附勧誘の抑止に一定の効果が認められると考える。 上記①～④の令和７年度の取組については、法の目的を踏まえ、いずれもその必要性を精査した上で実施してきた取組であり、寄附勧誘対策室として業務を実施していくに当たり、いずれも必要なものであったと考えられる。また、①の法附則第５条に基づく検討の結果、法の周知啓発及び執行に関しては更なる充実を図っていくこととしたことを踏まえ、②～④について、従来からの取組に加えて、新たな啓発資料の作成や周知場所の拡大、より安心して情報をお寄せいただくための情報提供フォームの改善など、各種取組のブラッシュアップを行うことができた。
	目標年度における効果測定に関する評価	①勧告又は命令による更なる被害の防止（再犯の有無）及び②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮（行政上の措置の件数の増減）について、目標年度である2025年度までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はなかった。当該結果には様々な要因があり得るため、その評価は一概には困難であるが、これまでの取組に一定の効果は認められると考えられ、引き続き注視してまいりたい。
	改善の方向性	法の目的である法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を達成するため、法人等及び個人に対する法の規定等の説明や周知啓発について、各種取組を継続するとともに、これまでの取組状況や法附則第５条に基づく検討の結果等を踏まえ、引き続き、誰もが利用する場所での実効性の高い周知啓発や幅広い層への周知啓発の実施等、更なる充実を図っていく。また、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査についても、法附則第５条に基づく検討の結果等を踏まえ、調査不能とならないための方策等の更なる充実を図りつつ、引き続き必要かつ十分な調査を行い、法を適正に運用していく。

外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・一般競争入札による調達を行っており競争性は確保できている。 引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図られたい。 ・個人向け周知啓発に係る短期・中期アウトカムについて、成果実績の把握方法を検討することとしているところ、その検討状況及び取組の成果を継続的に把握し、事業効果の検証に努めていただきたい。

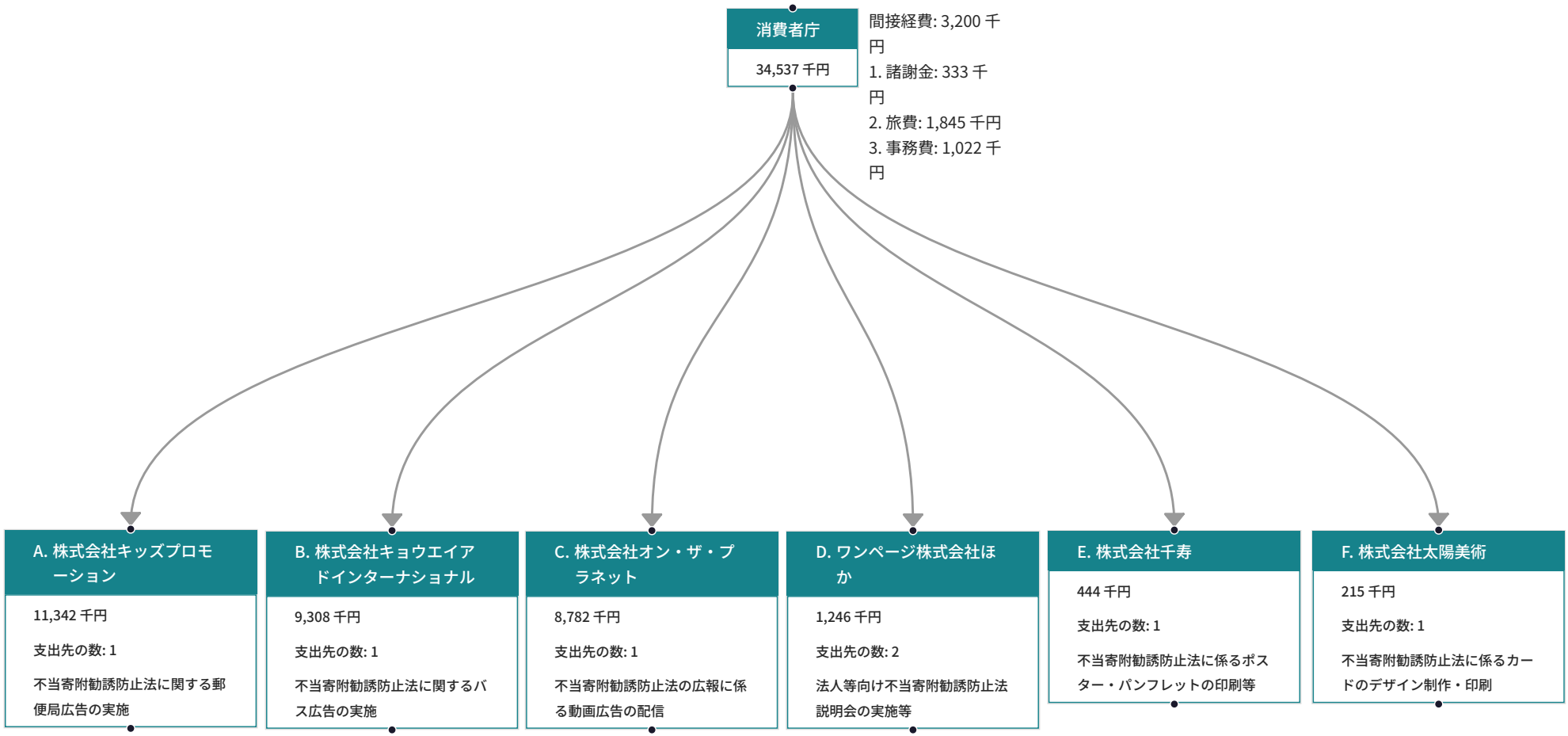
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努めてまいりたい。あわせて、周知啓発について、引き続き成果実績の把握方法を検討し、事業効果の継続的な検証に努めてまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--

その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
34,537 千円
間接経費: 3,200 千円
1. 諸謝金: 333 千円
2. 旅費: 1,845 千円
3. 事務費: 1,022 千円
A. 株式会社キッズプロモーション
11,342 千円
支出先の数: 1
不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告の実施
B. 株式会社キョウエイアドインターナショナル
9,308 千円
支出先の数: 1
不当寄附勧誘防止法に関するバス広告の実施
C. 株式会社オン・ザ・プラネット
8,782 千円
支出先の数: 1
不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告の配信
D. ワンページ株式会社ほか
1,246 千円
支出先の数: 2
法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会の実施等
E. 株式会社千寿
444 千円
支出先の数: 1
不当寄附勧誘防止法に係るポスター・パンフレットの印刷等
F. 株式会社太陽美術
215 千円
支出先の数: 1
不当寄附勧誘防止法に係るカードのデザイン制作・印刷

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	株式会社キッズプロモーション	11,342	1	不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告の実施

支出先名	支出額	法人番号
株式会社キッズプロモーション	11,342	8011101027948

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告等実施業務 一般競争契約（最低価格）	11,342	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
B	株式会社キョウエイアドインターナショナル	9,308	1	不当寄附勧誘防止法に関するバス広告の実施

支出先名	支出額	法人番号
株式会社キョウエイアドインターナショナル	9,308	4011101005486

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
不当寄附勧誘防止法に関するバス広告等実施業務 一般競争契約（最低価格）	9,308	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
C	株式会社オン・ザ・プラネット	8,782	1	不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告の配信

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オン・ザ・プラネット	8,782	7012301007484

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告配信業務 一般競争契約（最低価格）	8,782	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	ワンページ株式会社ほか	1,246	2	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会の実施等

支出先名	支出額	法人番号

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	ワンページ株式会社	750	4180001127416	

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に係る運営支援等業務 一般競争契約（最低価格）	750	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
株式会社三榮廣告社	496	2010001016942

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に関する新聞広告等業務 随意契約（少額）	496	1	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E	株式会社千寿	444	1	不当寄附勧誘防止法に係るポスター・パンフレットの印刷等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社千寿	444	1010801022050

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「不当寄附勧誘防止法ポスター」の印刷等 随意契約（少額）	334	1	--	--
不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷等 随意契約（少額）	82	1	--	--
不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷 随意契約（少額）	29	1	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F	株式会社太陽美術	215	1	不当寄附勧誘防止法に係るカードのデザイン制作・印刷

支出先名	支出額	法人番号
株式会社太陽美術	215	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

	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		不当寄附勧誘防止法に係る啓発カードのデザイン等制作・印刷業務 随意契約（少額）	215	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	株式会社キッズプロモーション	不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告等実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告等実施業務	11,342
B	株式会社キョウエイアドインターナショナル	不当寄附勧誘防止法に関するバス広告等実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に関するバス広告等実施業務	9,308
C	株式会社オン・ザ・プラネット	不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告配信業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告配信業務	8,782
D	ワンページ株式会社	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に係る運営支援等業務	雑役務費	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に係る運営支援等業務	750
E	株式会社千寿	「不当寄附勧誘防止法ポスター」の印刷等	印刷製本費	「不当寄附勧誘防止法ポスター」の印刷	171
--	--	--	雑役務費	「不当寄附勧誘防止法ポスター」の梱包・発送	163
F	株式会社太陽美術	不当寄附勧誘防止法に係る啓発カードのデザイン等制作・印刷業務	印刷製本費	不当寄附勧誘防止法に係る啓発カードのデザイン等制作・印刷業務	215

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者団体訴訟制度に関する環境整備

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者制度課
	作成責任者	落合英紀
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000458	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（５）消費者団体訴訟制度に関する環境整備	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	消費者団体訴訟制度（差止請求、被害回復）の適切かつ実効的な運用により、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られることで、安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。
	現状・課題	【現状】 ・制度の担い手である適格消費者団体、特定適格消費者団体（以下「団体」という。）の活動環境に関する支援が十分ではなく、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られていない。 ・適格消費者団体が行った差止請求及び特定適格消費者団体が行った被害回復裁判の情報を一元的に集約した「COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト 」の活用に加え、マスコットキャラクター（ここりす、てりす及びとりす）を用いた啓発動画を作成した。 ・差止請求、被害回復の事例を紹介する「消費者団体訴訟制度成果事例集」を作成した。 ・地方公共団体との情報連携のため、「適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合」を計６回開催した。 【課題】 ・団体の行う差止請求は、事業者の不当な行為を差し止めるものであり、金銭を回収するものではないため、適格消費者団体は、地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しており、差止請求制度が十分に機能していない。 ・団体間の相互連携及び情報連携が十分にできていない。 ・団体とその他の団体（幅広い分野のNPOや地方公共団体など）との連携が十分にできていない。 ・消費者団体訴訟制度の認知度が11.9%と依然として低く、消費者などからの情報提供が不十分。
	事業の概要	消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者との間には情報の質・量・交渉力の格差があること、訴訟には時間・費用・労力が掛かり、少額被害の回復に見合わないこと、個別のトラブルが回復されても、将来的に同種のトラブルがなくなるわけではないことなどの課題がある。このため、内閣総理大臣が認定した団体が、消費者に代わって事業者に対して不当行為の差止請求や被害回復のための訴訟を行う消費者団体訴訟制度が消費者と事業者間の紛争解決のための枠組みとして活用されるよう、消費者契約法（平成12年法律第61号）及び消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（平成25年法律第96号）に基づき、日本全国における制度の適切かつ実効的な運用等を推進する。具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。 ・団体及び消費者団体訴訟等支援法人の認定・監督・支援 ・団体の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する環境整備 ・団体が、消費者契約法等に基づいて行う、事業者の不当な行為に対する差止請求（被害回復は除く。）に関する事業に関する支援 ・消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--
	消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律	平成二十五年法律第九十六号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	第５期消費者基本計画（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	101,500	104,000	145,878	105,006	116,106
	当初予算	74,000	88,883	106,733	95,000	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	74,000	88,883	106,733	95,000	--
	執行額	45,022	60,953	102,627	--	--
	執行率	60.8%	68.6%	96.2%	--	--

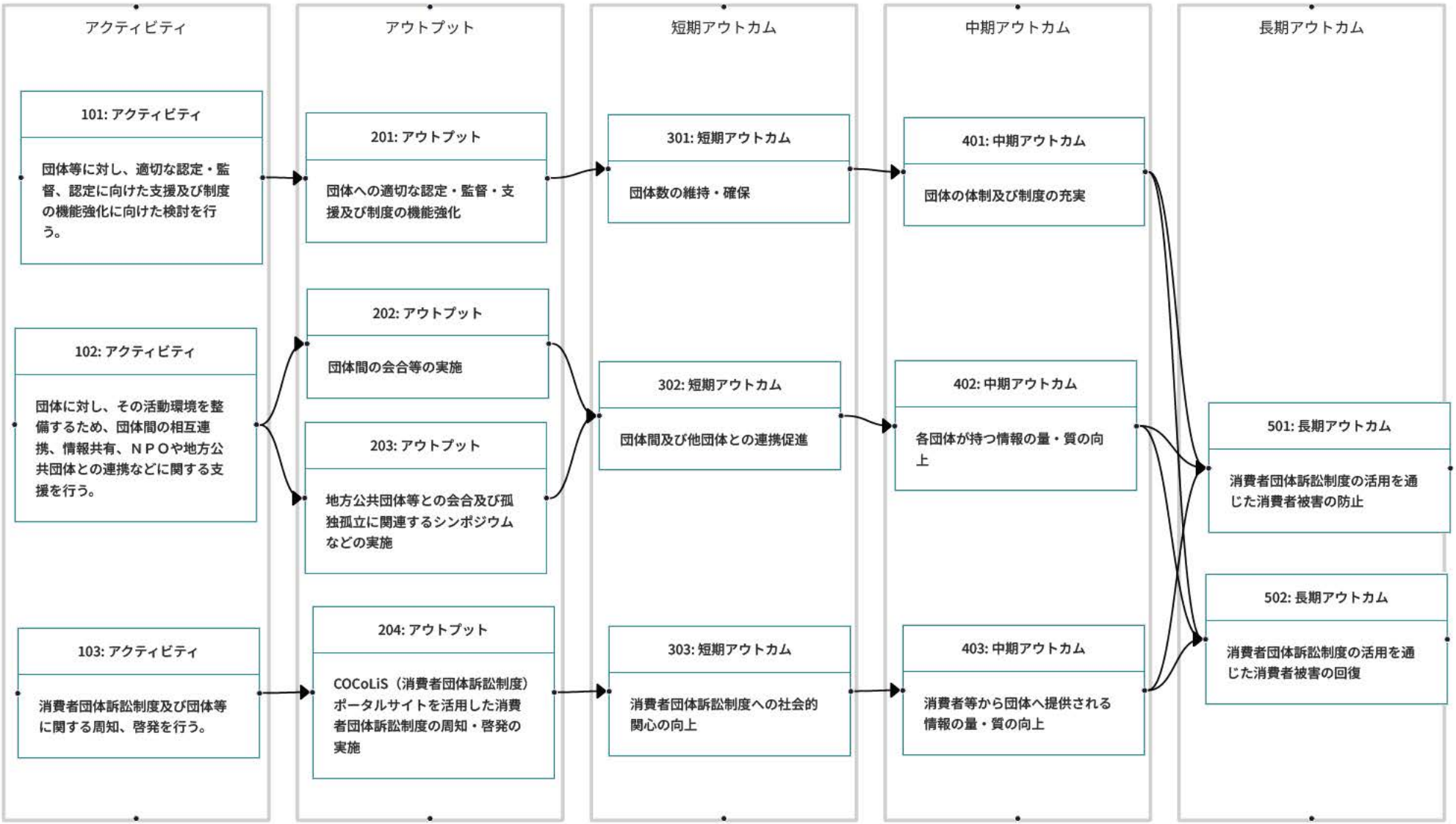
予算内訳表（単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考
	一般会計	一般会計	--	19,700	--

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	--	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 / 職員旅費	--	1,861	1,977
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	--	445	467
当初予算 消費者政策調査費	--	85,625	106,433

主な増減理由	消費者裁判手続特例法の見直しに向けた実態把握や調査・研究を行うための増額要求を行っている。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	団体等に対し、適切な認定・監督、認定に向けた支援及び制度の機能強化に向けた検討を行う。

アウトプット				
	活動目標	団体への適切な認定・監督・支援及び制度の機能強化	活動指標	監督している適格消費者団体・特定適格消費者団体の数（延べ数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・団体に対して助言・情報提供等を行う「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度の創設に伴い、令和５年８月31日に「消費者団体訴訟等支援法人の認定、監督等に関するガイドライン」を制定。同年12月に第１号として、特定非営利活動法人消費者スマイル基金を認定。 ・消費者被害情報を収集し、被害回復の可否や消費者裁判手続特例法に関する法的な課題等について検討する「消費者被害の実態調査業務」を2018年度以降、毎年実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	28	30	30	32
	活動実績／成果実績(団体)	30	30	31	--

↓後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。

短期アウトカム				
	成果目標	団体数の維持・確保	成果指標	団体からの認定の申請件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：１団体
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	5	7	10	4
	活動実績／成果実績(件)	5	7	11	--
	達成率(%)	100	100	110	--

↓後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。

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

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体の体制及び制度の充実が図られることにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。

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

活動・成果目標と実績		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(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--
	達成率(%)	56	108	48	--

アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-502

アクティビティ	団体等に対し、適切な認定・監督、認定に向けた支援及び制度の機能強化に向けた検討を行う。

アウトプット				
	活動目標	団体への適切な認定・監督・支援及び制度の機能強化	活動指標	監督している適格消費者団体・特定適格消費者団体の数（延べ数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・団体に対して助言・情報提供等を行う「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度の創設に伴い、令和５年８月31日に「消費者団体訴訟等支援法人の認定、監督等に関するガイドライン」を制定。同年12月に第１号として、特定非営利活動法人消費者スマイル基金を認定。 ・消費者被害情報を収集し、被害回復の可否や消費者裁判手続特例法に関する法的な課題等について検討する「消費者被害の実態調査業務」を2018年度以降、毎年実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	28	30	30	32
	活動実績／成果実績(団体)	30	30	31	--

↓後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。

短期アウトカム				
	成果目標	団体数の維持・確保	成果指標	団体からの認定の申請件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：１団体
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	5	7	10	4
	活動実績／成果実績(件)	5	7	11	--
	達成率(%)	100	100	110	--

↓後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。

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

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

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/trial/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		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(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	2	--
	達成率(%)	0	0	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	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。

アウトプット	活動目標	団体間の会合等の実施	活動指標	適格消費者団体等との情報連携の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者庁の主催により、適格消費者団体、特定適格消費者団体、その他の関係団体・機関（適格消費者団体を目指す団体、国民生活センターなど）の連携を図るため、「適格消費者団体連絡協議会」を年２回開催している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	19	15	14	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体間での情報交換などが行われることで、団体間の連携が促進され、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	-
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--
	達成率(%)	102.2	108.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体に集まる情報の量・質が向上することにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。			
長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		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(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--
	達成率(%)	56	108	48	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-502

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。

アウトプット	活動目標	団体間の会合等の実施	活動指標	適格消費者団体等との情報連携の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者庁の主催により、適格消費者団体、特定適格消費者団体、その他の関係団体・機関（適格消費者団体を目指す団体、国民生活センターなど）の連携を図るため、「適格消費者団体連絡協議会」を年２回開催している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	19	15	14	--

後続アウトカムへのつながり	団体間での情報交換などが行われることで、団体間の連携が促進され、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	-
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--
	達成率(%)	102.2	108.7	--

後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

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

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

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/trial/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		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(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	2	--
	達成率(%)	0	0	100	--

アクティビティからの発現経路 102-203-302-402-501

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。

アウトプット	活動目標	地方公共団体等との会合及び孤独孤立に関連するシンポジウムなどの実施	活動指標	適格消費者団体等と地方公共団体との連携を高めるための会合への参加地方公共団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和４年度から、適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム及びオンライン相談会を実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	10	10	47	--
	活動実績／成果実績(団体)	2	34	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	会合やシンポジウム等における参加自治体数が増えることで、団体と自治体が連携する機会が増え、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	-
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--
	達成率(%)	102.2	108.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

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

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

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

活動・成果目標と実績		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(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--
	達成率(%)	56	108	48	--

アクティビティからの発現経路 102-203-302-402-502

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。

アウトプット	活動目標	地方公共団体等との会合及び孤独孤立に関連するシンポジウムなどの実施	活動指標	適格消費者団体等と地方公共団体との連携を高めるための会合への参加地方公共団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和４年度から、適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム及びオンライン相談会を実施。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(団体)	10	10	47	--
	活動実績／成果実績(団体)	2	34	--	--

後続アウトカムへのつながり	会合やシンポジウム等における参加自治体数が増えることで、団体と自治体が連携する機会が増え、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	-
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--
	達成率(%)	102.2	108.7	--

後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

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

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

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/trial/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		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(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	2	--
	達成率(%)	0	0	100	--

アクティビティからの発現経路 103-204-303-403-501

アクティビティ	消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発を行う。

アウトプット				
	活動目標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトを活用した消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施	活動指標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのコンテンツ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者団体訴訟制度を消費者にとってより身近なものとするため、令和６年４月からCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトの運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画を作成。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	0	15	20	26
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	26	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施により、制度の社会的関心が高まる。

短期アウトカム				
	成果目標	消費者団体訴訟制度への社会的関心の向上	成果指標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：11.9%（2025年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：9.1%（2025年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：10.2%（2025年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	1,500,000
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	1,232,000	--
	達成率(%)	1,546.3	123.2	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の社会的関心が向上することで、消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上	成果指標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟等支援法人である特定非営利活動法人消費者スマイル基金が、国の委託を受け、適格消費者団体ポータルサイトの運営・管理を実施。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者等から団体へ提供される情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者からの情報提供の増加や質の向上により、団体における差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。

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

活動・成果目標と実績		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(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--
	達成率(%)	56	108	48	--

アクティビティからの発現経路 103-204-303-403-502

アクティビティ	消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発を行う。

アウトプット				
	活動目標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトを活用した消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施	活動指標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのコンテンツ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者団体訴訟制度を消費者にとってより身近なものとするため、令和６年４月からCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトの運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画を作成。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	0	15	20	26
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	26	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施により、制度の社会的関心が高まる。

短期アウトカム				
	成果目標	消費者団体訴訟制度への社会的関心の向上	成果指標	COCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：11.9%（2025年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：9.1%（2025年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：10.2%（2025年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	1,500,000
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	1,232,000	--
	達成率(%)	1,546.3	123.2	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の社会的関心が向上することで、消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上	成果指標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟等支援法人である特定非営利活動法人消費者スマイル基金が、国の委託を受け、適格消費者団体ポータルサイトの運営・管理を実施。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者等から団体へ提供される情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者からの情報提供の増加や質の向上により、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/trial/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		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(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	2	--
	達成率(%)	0	0	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

<table>
<tr><td rowspan="3">事業所管部局による点検・改善</td><td>点検結果</td><td>本制度は、事業概要で記載したとおり、事業者に比べて弱い立場にある消費者の被害の未然防止・拡大防止、集団的な被害回復の観点で重要である。また、本制度は消費者利益の擁護のみならず、健全な事業者の発展にも寄与する。団体が事業者の問題のある行為の是正を促すこと（差止請求）は、自覚せずに問題のある行為を行っている事業者にとっては、その行為の改善につながり、信頼性向上に資する。また、自覚的に悪質な行為を行っている事業者に対しては、その行為が未然に差し止められ、市場から排除されることで、業界全体の信用性の向上が見込まれる。こういった効果とあわせて、集団的な被害回復が図られることで、消費者被害を回避した消費者や被害回復を受けた消費者による新たな消費につながり、健全な事業者への需要が喚起され、消費需要の増大につながり、ひいては健全な事業活動に還流することが期待される。
近年、高齢化や取引のデジタル化が急速に進む中、事業者が意図するしないにかかわらず消費者被害が容易に発生し得る状況にある一方で、全ての消費者被害に対して行政が関与することは現実的には困難であることに鑑みると、民間団体が主体となって消費者被害の防止や回復に取り組むという本制度の有効性は高く、引き続き重要である。
また、令和４年において、消費者裁判手続特例法を改正。被害回復制度の更なる活用を促すため、消費者団体訴訟等支援法人制度を創設するとともに、被害回復裁判における和解の早期柔軟化などを図る制度改善を実施したところ。足下において、共通義務確認訴訟において和解に向けた協議を実施した事案も確認されており、改善の効果が発現しつつある。さらに、団体数は着実に増加してきており（2021年度：22団体、2022年度：23団体、2023年度：26団体、2024年度：26団体、2025年度：27団体）、差止請求等の件数も増加している（2021年度：22件、2022年度：33件、2023年度：28件、2024年度：54件、2025年度：24件）。
他方で、前述したとおり、差止請求制度は消費者及び事業者の双方にメリットがあるにもかかわらず、その業務に要した費用（弁護士費用や申入れに要した費用など）を消費者からも事業者からも得ることが難しい。これは、団体による差止請求が、特定の消費者において現に生じている被害を救済するための制度ではなく、将来に向けて不特定多数の消費者に対して生じ得る被害の防止を図る制度であること、また、事業者にとっては団体による差止請求が表面上ではメリットにならないことなどが要因である。
このため、多くの団体が地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しているのが現状であり、財政的な課題を抱えていることから、消費者団体訴訟制度を通じた消費者被害の防止・回復の更なる促進のためには、現状のアクティビティだけではなく、財政面の支援が必要と考えられる。
加えて、団体への情報面での支援が不十分であることや、制度の認知度が低く、消費者などからの情報提供が不十分であること等が考えられることから、引き続き団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施していく必要があると考えられる。</td></tr>
<tr><td>目標年度における効果測定に関する評価</td><td>共通義務確認訴訟は現在係争中の案件もあるため、引き続き状況を注視してまいりたい。</td></tr>
<tr><td>改善の方向性</td><td>点検結果でも記載したとおり、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、経済の成長に資することを踏まえると、本制度が事業者や業界にとっても、ひいては我が国経済全体にとってもメリットになることを消費者及び事業者に広く周知・広報していく。あわせて、行政としても団体の活動しやすい環境構築に向けた総合的な支援体制の整備を積極的に行い、団体に消費者と事業者との間をつなぐ社会インフラとしての活動を促すことで更なる制度の活用を促進する必要がある。
具体的には、新たに団体を支援する主体として、「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度を創設したことから、今後は、新たに認定された消費者団体訴訟等支援法人も活用しながら、他団体との連携を促すことによる情報面等での環境整備や制度の活用促進に向けた総合的な支援体制を整備していく必要がある。特に、制度の中核を担う団体における財政面のひっ迫は喫緊の課題であり、差止請求制度の重要性や有効性、費用対効果などを踏まえ、令和７年度から実施している、差止請求関係業務について、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業について、規模を拡大する必要がある。
また、周知・啓発については、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和６年４月からCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）の運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画の作成も行ったところ。さらに、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。</td></tr>
</table>

外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・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。 ・令和5年度に実施された公開プロセスにおいてEBPMの観点からの指摘がなされているところ、長期アウトカムの成果指標（差止請求に係る一定の結論が得られた件数）の実績値が年度間で大きく変動していることから、その変動要因を継続的に把握し、事業効果の検証に努めていただきたい。

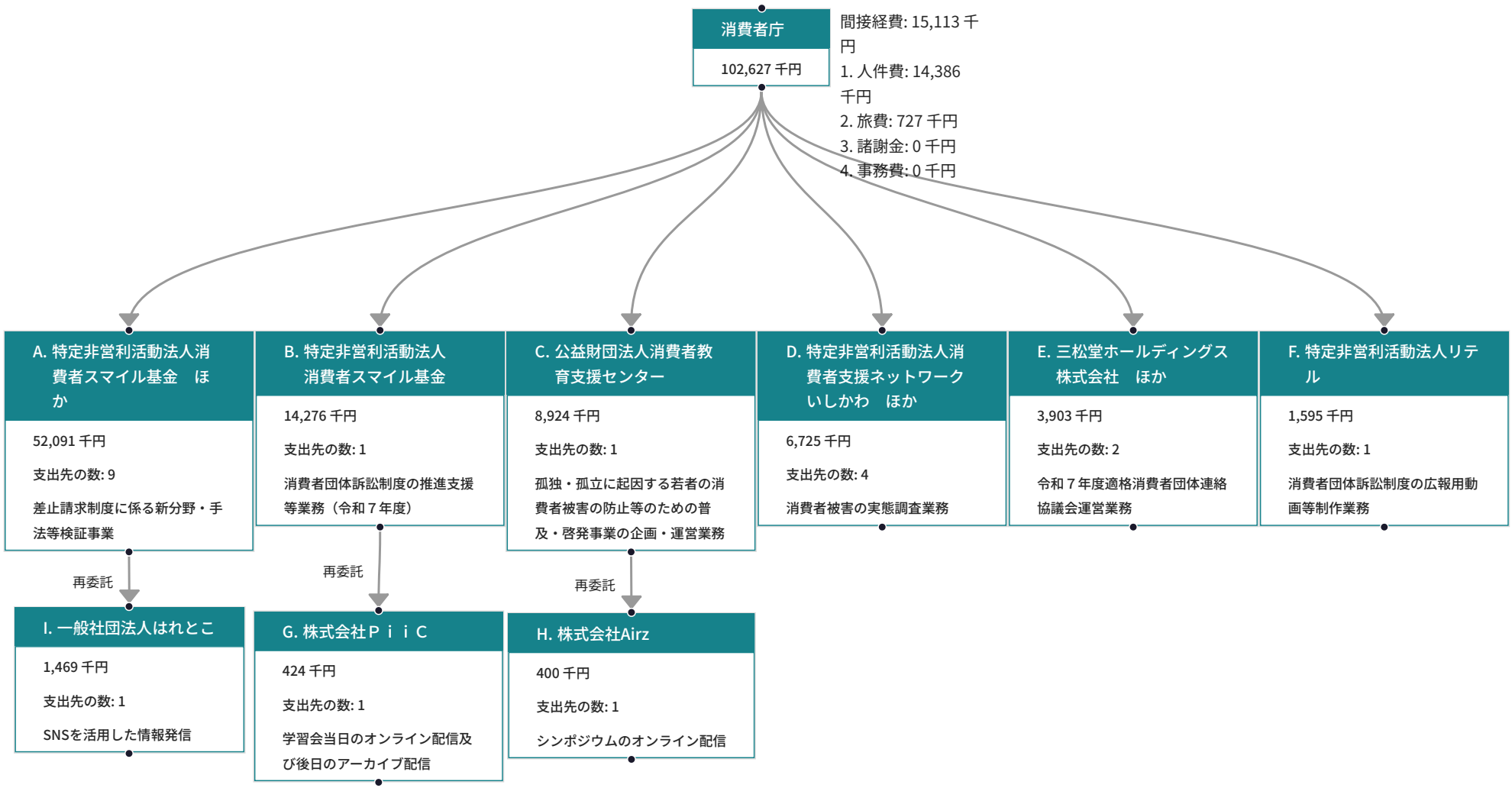
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	一般競争入札における一者応札については、事業開始時期や仕様書を見直す等しながら、可能な限り競争性を確保した方法を採用する。また、長期アウトカムの成果指標の実績値については、事案の発生数によるため、年度間で変動するものであるが、引き続き事業効果の検証に努めてまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2024
	取りまとめ内容			
	本事業は、実際の消費行動の中にあっては、事業者と各消費者の立場が対等なものになりにくいことに着目し、消費者保護の一環として、一定要件を満たした消費者団体が個々の消費者に代わって事業者に対応できる団体訴訟権を設定するものであり、消費者保護を目指す諸事業の中にあって高い重要性を有している。 その重要性からして、本事業が今後とも安定的に継続していく必要があるという一致した認識のもと、そのために特に留意すべき事項として、① 事業遂行態勢の維持方策、② 国による財源補填の必要性、③ 本制度の国民への周知・広報活動という３点について提言を試みる。 ①事業遂行態勢の維持方策 　本事業の中心となる適格消費者団体及び特定適格消費者団体(以下「団体」という。)は、その実務に必要とされる専門知識と経験を有する者で構成されることを前提としている。ただ、その構成員の実務への関与の形態は一様ではなく、また団体内に一定の能力が継続的に担保される仕組みには必ずしもなっていないきらいがある。例えば主要な役割を果たしてきた構成員の交代などで、一時的にせよ機能が弱体化するといったリスクが常に存在していると考えられる。自律を旨とする団体にあっては、第一義的には組織として能力の向上・蓄積が求められるが、加えて他の団体との連携、他の各種組織との連携、地方公共団体との連携など、外部能力の活用も有効な方策となるものと考えられる。また、令和４年の法改正を受けて、国が認定した消費者団体訴訟支援法人「スマイル基金」が各団体の一部業務を受託する道が拓かれるなど、新たな対策も講じられている。各団体の現状を踏まえると、今後とも事業遂行態勢の安定的な確保を図るための様々な手段が整備されると同時に、その積極的な活用が全団体にわたって図られることが不可欠である。 ②国による財源補填の必要性 　本事業を担う各団体は、その運営財源に関しても自律を旨としており、国の認定を受ける際にも、「経理的な基礎」という要素が掲げられてはいる。しかし、それは認定後の財源的な安定性を保証するものではなく、実際に取り扱う案件に要する費用が予測できるものとは限らないなど、人的資源以上に不確実性が高い。個々の団体の財源をめぐる状況は画一的なものではなく、構成員のボランタリー活動による費用処理の回避、篤志家からの寄附、さらには地方公共団体からの受託業務といったものも含んでいるといわれるが、今後も財源不足を原因とする事業の停滞を避ける手立てを考えておく必要がある。令和５年度には、霊感商法を含めた悪質商法対策に係る別事業として「消費生活相談機能強化促進等補助金」が14団体に交付されたが、今後についても、レビューシートにも示されているとおり、本事業の円滑な推進に資する国の補助金の設定を考慮すべきものと思う。ただ、国の補助金に関しては、各団体の活動状況及び財源事情の把握を前提に、個々の事業進捗に欠かせない不足部分に的確に投入される必要があり、前記の補助金の効果検証等を参考に、交付要件を慎重に設計していく必要がある。 ③本制度の国民への周知・広報活動 　あらゆる国の施策について、国民への周知・広報は様々な形で行われているが、本事業については、本年度からポータルサイトを通じた活動が加わったものの、現状、消費者団体訴訟制度の認知度は著しく低いのではないかと考えられる。本事業に関しては、周知・広報活動に伴う認知度の向上が、消費者サイドからの問題提起、すなわち団体訴訟の積極的な活用に結びつく可能性があり、ひいては現在の団体の数、案件処理能力の見直しにも影響し得るものであり、より一層積極的に認知度向上の施策が展開されていく必要がある。その際、国民への制度そのものに関する情報伝達のみならず、実際に起きた事例の紹介の中でも、この制度がどのように活用されたか、あるいは活用され得たかという視点からの紹介が有効に作用するものと思う。 消費者団体訴訟制度の維持発展には、自律を本旨とする各団体の自助努力と国による適切な支援が、ともに欠かせないものと思われ、またその前提として、国が、各団体の活動状況、課題・ニーズ、さらには活動環境の変化に関する情報を精緻に把握・評価していくことが求められる。また、事業管理する上でのアウトプット、アウトカムの設定等についても、EBPMの考え方のより一層の定着が必要な部分が残っているように見受けられる。 それらを基礎に、この制度が国民の関心そして利益擁護の要請に広く応え、より大きな成果を上げることによって、消費者庁自身も展望するように「社会インフラ」のひとつに育っていくことを強く望むものである。			

	対応状況
	① 事業遂行態勢の維持方策 ・特定適格消費者団体・適格消費者団体、適格消費者団体を目指す消費者団体、消費者団体訴訟等支援法人、その他の関係者との連携を目的として「適格消費者団体連絡協議会」を開催した。 ・団体がそれぞれの所在する各地方自治体等との連携を深め、情報連携体制を構築することを目的に、適格消費者団体と地方自治体の連携の場として「地方公共団体とのブロック会合」を開催した。 ・適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム等を実施した。 ・被害回復制度の更なる活用に向けた情報収集を目的として、消費者の財産的被害の発生又は拡大の状況を把握し、消費者裁判手続特例法による被害回復の可否を検討する実態調査を行った。 ・団体の活動状況や消費者団体訴訟の結果を一覧化することで、消費者の訴訟参加や団体への新たな情報提供、情報の活用等の促進を目的として、ポータルサイトの運営・管理を委託した。 ・差止請求、被害回復の事例を紹介する「消費者団体訴訟制度成果事例集」を作成した。 ② 国による財源補填の必要性 ・団体がより広範に差止請求関係業務に取り組むことができる環境を整備するため、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業を実施するための予算を確保した。 ③ 本制度の国民への周知・広報活動 ・消費者団体訴訟制度について新たな啓発動画を作成すると共に、消費者団体訴訟制度について広く国民に周知するためインターネット広告を用いた広報を実施した。
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
102,627 千円
間接経費: 15,113 千円
1. 人件費: 14,386 千円
2. 旅費: 727 千円
3. 諸謝金: 0 千円
4. 事務費: 0 千円
A. 特定非営利活動法人消費者スマイル基金　ほか
52,091 千円
支出先の数: 9
差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業
B. 特定非営利活動法人消費者スマイル基金
14,276 千円
支出先の数: 1
消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和７年度）
C. 公益財団法人消費者教育支援センター
8,924 千円
支出先の数: 1
孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務
D. 特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ　ほか
6,725 千円
支出先の数: 4
消費者被害の実態調査業務
E. 三松堂ホールディングス株式会社　ほか
3,903 千円
支出先の数: 2
令和７年度適格消費者団体連絡協議会運営業務
F. 特定非営利活動法人リテル
1,595 千円
支出先の数: 1
消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務
再委託
再委託
再委託
I. 一般社団法人はれとこ
1,469 千円
支出先の数: 1
SNSを活用した情報発信
G. 株式会社ＰｉｉＣ
424 千円
支出先の数: 1
学習会当日のオンライン配信及び後日のアーカイブ配信
H. 株式会社Airz
400 千円
支出先の数: 1
シンポジウムのオンライン配信

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　特定非営利活動法人消費者スマイル基金　ほか	52,091	9	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者スマイル基金	17,629	5010005027116

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分７】（適格消費者団体と地方公共団体等の協働関係構築手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	10,979	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分９】（AIを活用した不当契約条項の情報収集を図る手法等の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	6,651	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	10,118	7430005005201

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分３】（専門人材の開拓・育成に係る新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	5,080	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分１】（新分野の差止請求可否の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	5,038	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者機構日本	5,500	9010005008351

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分５】（適格消費者団体同士の連携・協力を図る新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	5,500	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先名	支出額	法人番号

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	特定非営利活動法人消費者支援機構関西	5,335	6120005010084		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分４】（事業者との協働体制を図る新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	5,335	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者市民サポートちば	5,234	9040005019362		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分２】（情報収集に関する新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	5,234	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		
	公益社団法人全国消費生活相談員協会	4,869	2010405010418		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分８】（消費生活相談員等への差止請求制度の周知・活用を図る手法等の調査） 一般競争契約（総合評価）	4,869	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者ネットおかやま	3,407	2260005003094		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分６】（適格消費者団体の活動及び差止請求制度の認知向上を図る広報手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	3,407	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	特定非営利活動法人　消費者スマイル基金	14,276	1	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和７年度）	
	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	
	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	14,276	5010005027116		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和７年度） 随意契約（その他）(特命随意契約)	14,276	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	公益財団法人消費者教育支援センター	8,924	1	孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務	
	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	8,924	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
	孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務 一般競争契約（総合評価）	8,924	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D	特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ　ほか	6,725	4	消費者被害の実態調査業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ	1,800	5220005007848		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者被害の実態調査業務（中部地方） 一般競争契約（総合評価）	1,800	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	1,769	7430005005201		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者被害の実態調査業務（北海道・東北・北関東地方） 一般競争契約（総合評価）	1,769	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
特定非営利活動法人消費者機構日本	1,650	9010005008351	

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者被害の実態調査業務（南関東地方） 一般競争契約（総合評価）	1,650	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援機構関西	1,506	6120005010084

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者被害の実態調査業務（近畿・中国・四国・九州地方） 一般競争契約（総合評価）	1,506	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　三松堂ホールディングス株式会社　ほか	3,903	2	令和７年度適格消費者団体連絡協議会運営業務

支出先名	支出額	法人番号
三松堂ホールディングス株式会社	2,038	8010001017167

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度適格消費者団体連絡協議会（令和７年９月開催）運営業務 一般競争契約（最低価格）	2,038	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先名	支出額	法人番号
株式会社映音企画	1,864	1011801046007

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度適格消費者団体連絡協議会（令和８年３月開催）運営業務 一般競争契約（総合評価）	1,864	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　特定非営利活動法人リテル	1,595	1	消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務

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	
	特定非営利活動法人リテル	1,595	2013305003383		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務 随意契約（少額）	1,595	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	株式会社Ｐｉｉ Ｃ	424	1	学習会当日のオンライン配信及び後日のアーカイブ配信
	支出先名	支出額	法人番号	
	株式会社Ｐｉｉｃ	424	9010701039096	

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和７年度） その他(再委託)	424	--	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
H	株式会社Airz	400	1	シンポジウムのオンライン配信
	支出先名	支出額	法人番号	
	株式会社Ａｉｒｚ	400	8011001129357	

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務 その他(再委託)	400	--	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
I	一般社団法人はれとこ	1,469	1	SNSを活用した情報発信
	支出先名	支出額	法人番号	
	一般社団法人はれとこ	1,469	2260005010677	

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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	
			差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分６】（適格消費者団体の活動及び差止請求制度の認知向上を図る広報手法の調査・検証） その他(再委託)	1,469	--	--	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分７】（適格消費者団体と地方公共団体等の協働関係構築手法の調査・検証）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者スマイル基金に差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分７】（適格消費者団体と地方公共団体等の協働関係構築手法の調査・検証）を委託	10,979
	B	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和７年度）	雑役務費	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和７年度）	14,276
	C	公益財団法人消費者教育支援センター	孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務	雑役務費	公益財団法人消費者教育支援センターに孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務を委託	8,924
	D	特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ	消費者被害の実態調査業務（中部地方）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわに消費者被害の実態調査業務（中部地方）を委託	1,800
	E	三松堂ホールディングス株式会社	令和７年度適格消費者団体連絡協議会（令和７年９月開催）運営業務	雑役務費	三松堂ホールディングス株式会社に令和７年度適格消費者団体連絡協議会運営業務を委託	2,038
	F	特定非営利活動法人リテル	消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務	雑役務費	特定非営利活動法人リテルに消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務を委託	1,595

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

その他備考

--

消費者契約に関する制度の企画立案

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者制度課
	作成責任者	落合英紀
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000462	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（６）消費者契約に関する制度の企画立案	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	消費者契約法の適切な運用を行うとともに、時宜にあわせて必要な制度改善を図ることで、消費者にとって安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。
	現状・課題	【現状】 ・消費者法制度を理念から見直し、その在り方を再編し拡充するため、内閣総理大臣からの諮問を受けて、消費者委員会に「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」が設置された。専門調査会では、消費者取引全体の法制度の在り方、実効性の高い規律の在り方、デジタル化による技術の進展が消費者の関わる取引環境に与える影響についての基本的な考え方等についての調査審議が行われ、令和７年７月に同委員から答申が出された。本答申を踏まえ、令和７年11月から「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催し、同検討会及びワーキンググループにおいて、多岐にわたる検討事項について、論点の整理及び具体的な検討を進めている。 【課題】 ・デジタル化、高齢化の進展といった消費者を取り巻く環境の変化を捉え、第208回国会の消費者契約法等改正時の附帯決議において、既存の消費者法制度の枠組みでの対応には限界があり、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討が必要であると示されている。こういった指摘も踏まえ、消費者を取り巻く環境の急激な変化に対応するため、抜本的な制度的・政策的対応に向けた検討を遅滞なく進める必要がある。
	事業の概要	消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者との間には情報の質及び量並びに交渉力の格差があることから、消費者の利益の擁護を図るため、平成13年４月１日に消費者契約法が施行された。同法は、消費者が事業者と結んだ契約（消費者契約）について、不当な勧誘による契約の取消しや不当な契約条項の無効等を規定しており、民事ルールである本法が活用されることで、消費者契約に関するトラブルの公正かつ円滑な解決に資することが期待される。本事業では、同法の適切な運用を行うとともに、同法を含む消費者法制度について、時宜にあわせた改善の方向性に係る検討などを実施している。 具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。 ・消費者契約法を始めとする消費者法制度について見直しの検討や必要な調査等を行う。 ・消費者契約法の運用を行うとともに、消費者契約法の周知・啓発に取り組む。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	第５期消費者基本計画（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	◯修正日：令和８年10月21日 ◯修正概要 　2025年度から2026年度への繰越額、2025年度の執行額及び旅費の支出額に誤りがあったため修正。

予算・執行

予算額執行額表（単位：千円）		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	66,300	95,000	62,738	71,185	175,746
	当初予算	38,000	74,371	59,362	60,786	--
	補正予算	--	--	43,000	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	37,500	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	38,000	74,371	102,362	98,286	--
	執行額	19,948	47,346	43,114	--	--
	執行率	52.5%	63.7%	42.1%	--	--

予算内訳表（単位：千円）

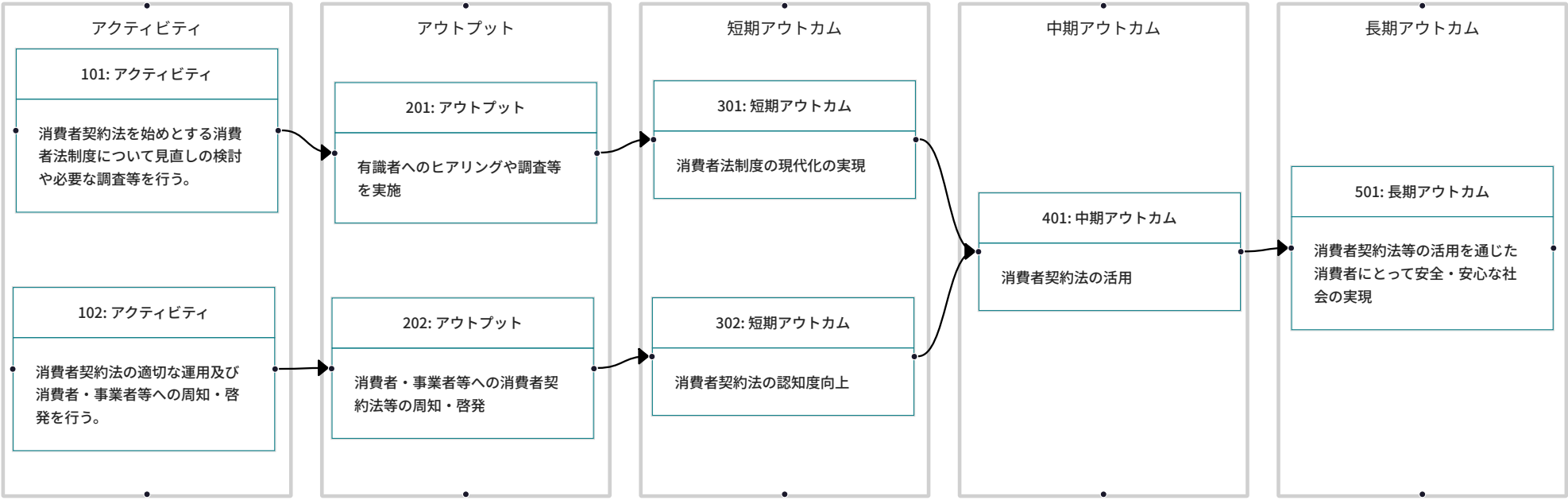
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	98,793	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	33,972	134,638
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	--	21,208	35,412
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	3,270	3,198
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	--	723	767
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費	--	692	786
当初予算 委員等旅費	--	921	945
前年度から繰越し --	--	37,500	--

主な増減理由		その他特記事項	
	消費者契約法に関する広報媒体の刷新に加え、消費者被害の未然防止等をより実効的にするため、説明会の開催や、時宜に応じた広報・啓発活動をSNSやWEBを通じて行い、消費者だけでなく事業者も含めた幅広い層の国民への周知を図るための費用について、増額要求を行っている。		--

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	消費者契約法を始めとする消費者法制度について見直しの検討や必要な調査等を行う。

アウトプット	活動目標	有識者へのヒアリングや調査等を実施	活動指標	消費者契約法、消費者法制度の在り方等に関する会合、有識者との意見交換・ヒアリング等の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和５年11月に消費者委員会へ「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」の議論を踏まえた更なる具体的な検討を求める諮問を行い、これを受け消費者委員会に「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」が設置された。令和７年７月には同委員会から答申が出され、本答申を踏まえ、同年11月から、「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催している。
	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(回)	30	30	30	30
	活動実績／成果実績(回)	28	65	26	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	有識者へのヒアリングや会合等の議論を踏まえ、具体的な検討・見直しを行うことで、消費者法制度の現代化の実現につながる。

短期アウトカム	成果目標	消費者法制度の現代化の実現	成果指標	消費者法制度の現代化の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標：消費者契約法等に関する学術研究の数：124件（令和７年度）	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者法制度の現代化の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者法制度の現代化が実現することで、より一層消費者契約法が活用されることが期待される。

中期アウトカム	成果目標	消費者契約法の活用	成果指標	消費者契約法の活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者契約法の活用の成果としては、事業者の意識向上・消費者のリテラシー向上により適正な消費者契約が締結されることや、消費者や適格消費者団体等の指摘により、事業者が不当条項等を修正すること等が考えられるが、これらを外部から計測することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法が実際に活用されることにより、消費者被害が防止・回復され、消費者にとって安全・安心な社会の実現につながる。

長期アウトカム	成果目標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現	成果指標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	安全・安心な社会の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

アクティビティ	消費者契約法の適切な運用及び消費者・事業者等への周知・啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	消費者・事業者等への消費者契約法等の周知・啓発	活動指標	消費者や事業者又は事業者団体に対して実施した消費者契約法等に関する研修・説明会等の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・悪質ホストクラブ問題に関して、令和７年度には、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律の一部を改正する法律（令和７年法律第45号）の施行を踏まえて、消費者庁ウェブサイトに掲載している、いわゆる「デート商法」に関する通知の内容を全国の地方自治体及び消費生活センター等に改めて周知した。
	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	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	12	18	31	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法等の周知・啓発を実施することにより、消費者契約法の認知度が向上する。

短期アウトカム	成果目標	消費者契約法の認知度向上	成果指標	消費者契約法の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和５年度：消費者庁「消費生活意識調査」https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003 ・令和６年度：消費者庁「消費生活意識調査」https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003/ ・令和７年度：消費者庁「消費生活意識調査」https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003/
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(%)	40	50	50	50
	活動実績／成果実績(%)	32.3	30.3	29.1	--
	達成率(%)	80.8	60.6	58.2	--

後続アウトカムへのつながり	消費者契約法の認知度が向上することで、消費者契約法の活用が期待される。			
中期アウトカム	成果目標	消費者契約法の活用	成果指標	消費者契約法の活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者契約法の活用の成果としては、事業者の意識向上・消費者のリテラシー向上により適正な消費者契約が締結されることや、消費者や適格消費者団体等の指摘により、事業者が不当条項等を修正すること等が考えられるが、これらを外部から計測することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
後続アウトカムへのつながり	消費者契約法が実際に活用されることにより、消費者被害が防止・回復され、消費者にとって安全・安心な社会の実現につながる。			
長期アウトカム	成果目標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現	成果指標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	安全・安心な社会の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	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	消費者契約法に代表される消費者法は、これまで累次の改正を繰り返してきたが、高齢化やデジタル化の進展等に伴い、消費者を取り巻く環境が日々変化している現代においては、これまでのように消費者法を個別課題ごとに都度対応するために改正を行っても、消費者取引の安心・安全を十全に実現するのは難しくなりつつある。 その根拠として、令和６年の消費生活相談件数は前年より減少したものの（90.0万件）、年間90万件前後で推移しており、高齢化の進展により認知機能が不十分な消費者の割合が拡大していること（2024年時点で全人口の3割が高齢者）、人間関係やコミュニティーの希薄化、飛躍的な技術革新がもたらす消費社会の複雑多様化・取引の個別化等により、誰もが単独で十全な意思決定をすることがこれまでより一層困難になっていること、消費者が単独で取引に関わる機会が増え、自ら対処することが困難で周りも気付きにくいトラブルにさらされる可能性が高まっていること等、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくする状態が急速に拡大している等の社会的背景が挙げられる。 このような消費者取引環境の変化を受け、衆・参両院からは「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」という附帯決議（消費者契約法の令和４年改正時）がなされており、我が国において、消費者契約法を中心に、既存の枠組み捉われることなく、消費者法制度を抜本的に再編・拡充するための検討を進めていくことは立法府の要請に添った取組であるとともに、社会的背景を捉まえた適切な取組であると考える。 また、前述のとおり、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中においては、現行の消費者契約法も十分に活用されることで足下の消費者被害を防止していく必要がある。令和７年度は風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律の一部を改正する法律（令和７年法律第45号）の施行を踏まえて、消費者庁ウェブサイトに掲載している、いわゆる「デート商法」に関する通知の内容を全国の地方自治体及び消費生活センター等に改めて周知した。こういった現状を踏まえ、現行法について適切に運用するともに、その内容について事業者や消費者に広く周知することで、更なる活用を促していくことが重要である。 以上により、国費を投入する必要性は高い事業であると考える。 他方、本事業の課題としては、消費者法制度を理念から見直すことは、消費者が単独で検討するには広範なテーマであること、社会的な背景を十分に反映するため、消費者法制に限らず、多種多様な有識者の知見を取り込むとともに、海外の法制度に関する状況なども把握する必要があること、事業者に対する消費者契約法に係る周知・広報が不足していることなどが挙げられる。
	目標年度における効果測定に関する評価	消費者契約法の認知度は前年度と比して減少傾向ではあるが、令和６年４月からCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）の運用を始めたところ、本サイトの活用も含め引き続き効果的な周知・啓発について分析してまいりたい。
	改善の方向性	消費者法制度の見直しに向けた検討については、消費者庁から消費者委員会に諮問を行い、消費者委員会に令和５年11月に設置された「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」においてより具体的な議論を開始し、令和７年７月には答申がなされた。本年度事業においては、本答申を踏まえて令和７年11月から「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催しており、同検討会及びワーキンググループにおいて、多岐に渡る検討事項について論点の整理及び具体的な検討を進めている。 また、周知・啓発については、関連事業において、消費者等に適格消費者団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和６年４月から運用開始したCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）を活用しつつ、広報媒体の刷新や説明会の開催等、より効果的な周知・広報の手段を検討していく。

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。 ・消費者契約法の認知度の実績値が低下傾向にあることから、周知・啓発に係る取組の実施状況と認知度の推移との関係を継続的に把握し、その要因を分析していただきたい。

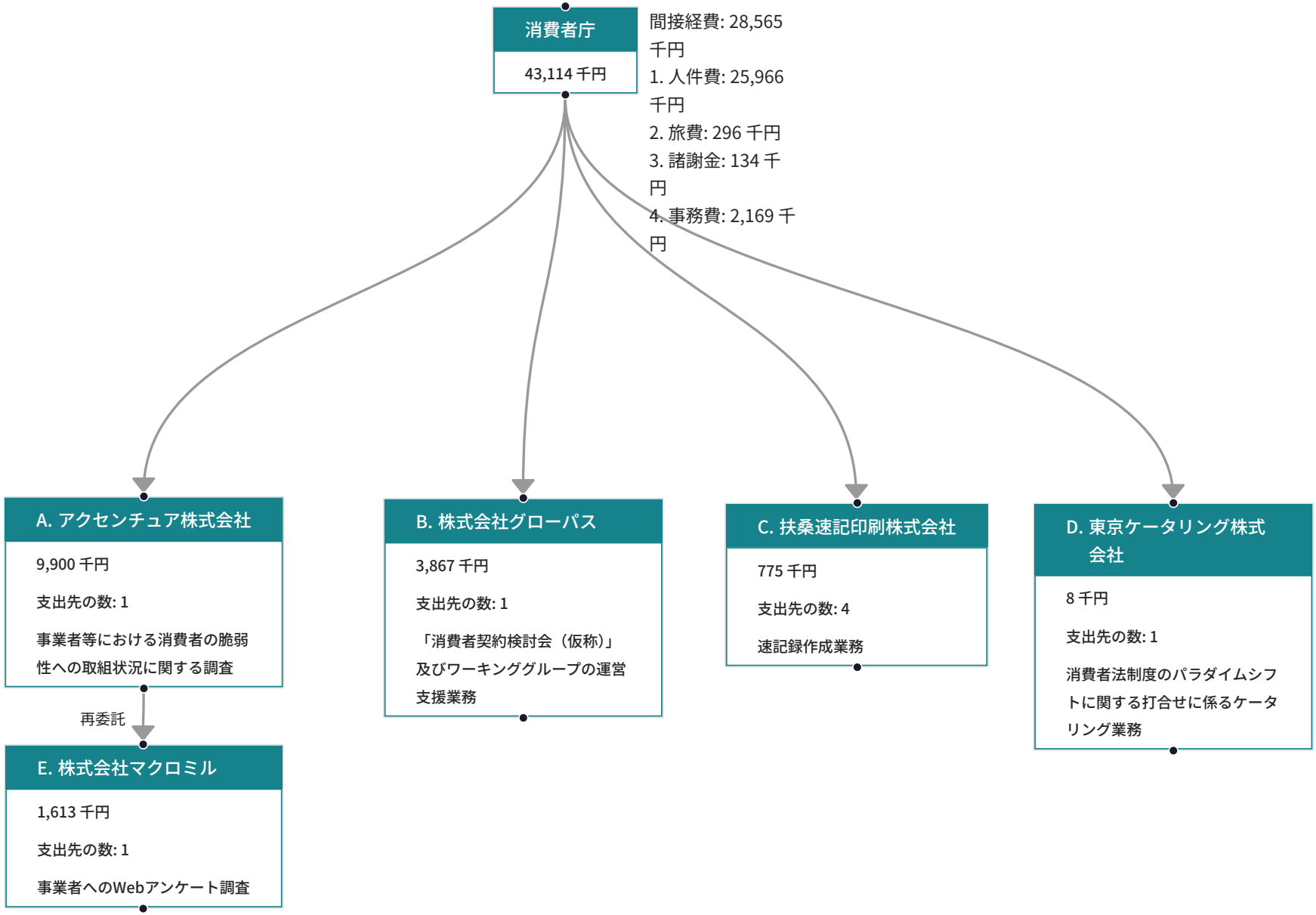
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	一般競争入札における一者応札については、事業開始時期や仕様書を見直す等しながら、可能な限り競争性を確保した方法を採用する。また、消費者契約法の認知度の推移を把握し、分析に努めてまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--

その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
43,114 千円
間接経費: 28,565 千円
1. 人件費: 25,966 千円
2. 旅費: 296 千円
3. 諸謝金: 134 千円
4. 事務費: 2,169 千円
A. アクセンチュア株式会社
9,900 千円
支出先の数: 1
事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査
再委託
E. 株式会社マクロミル
1,613 千円
支出先の数: 1
事業者へのWebアンケート調査
B. 株式会社グローパス
3,867 千円
支出先の数: 1
「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキンググループの運営支援業務
C. 扶桑速記印刷株式会社
775 千円
支出先の数: 4
速記録作成業務
D. 東京ケータリング株式会社
8 千円
支出先の数: 1
消費者法制度のパラダイムシフトに関する打合せに係るケータリング業務

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	アクセンチュア株式会社	9,900	1	事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査

支出先名	支出額	法人番号
アクセンチュア株式会社	9,900	7010401001556

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査 一般競争契約（総合評価）	9,900	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B	株式会社グローパス	3,867	1	「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキンググループの運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社グローパス	3,867	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
「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキンググループの運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	3,867	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C	扶桑速記印刷株式会社	775	4	速記録作成業務

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷株式会社	775	9010001027784

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
速記録作成（12月分） 一般競争契約（最低価格）	334	2	84.7	--
速記録作成（１月分） 一般競争契約（最低価格）	221	2	84.7	--
速記録作成（３月分） 一般競争契約（最低価格）	138	2	84.7	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	速記録作成（11月分） 一般競争契約（最低価格）	82	2	84.7	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D	東京ケータリング株式会社	8	1	消費者法制度のパラダイムシフトに関する打合せに係るケータリング業務

支出先名	支出額	法人番号
東京ケータリング株式会社	8	3011001030453

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者法制度のパラダイムシフトに関する打合せに係るケータリング業務 随意契約（少額）	8	1	--	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E	株式会社マクロミル	1,613	1	事業者へのWebアンケート調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社マクロミル	1,613	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
事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査 その他(再委託)	1,613	--	--	--

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	アクセンチュア株式会社	事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査	雑役務費	事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査を委託	9,900
B	株式会社グローパス	「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキンググループの運営支援業務	雑役務費	「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキンググループの運営支援業務を委託	3,867
E	株式会社マクロミル	事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査	雑役務費	事業者へのWebアンケート調査を委託	1,613

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者教育充実・推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者教育推進課
	作成責任者	田中誠
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000465	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（７）消費者教育充実・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	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないこと及び被害に遭った際に救済できるように教育することに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。 また、持続可能な社会の実現を目指すためには、事業者の取組だけでなく、消費者側も持続可能な社会の実現に寄与する商品・サービス又は事業者を選択して消費を行うなど、主体的な取組を行うことが求められる。このような公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、消費者に対する啓発、地方公共団体・事業者等の活動を通じた機運の醸成等を行う。
	現状・課題	〇成年年齢引下げやデジタル化の進展等により、幅広い世代において消費者被害増加のリスクがある。 〇消費者被害の防止・減少のため、ライフステージに応じた、社会人も含めた切れ目のない消費者教育の推進が必要。 〇消費者市民社会の形成（自立した消費者の育成）に向け、消費者にとって身近な取組であるサステナブルファッション等のエシカル消費について、消費者教育・普及啓発の一環として推進。 〇エシカル消費の認知度は上昇傾向にあり、実践する意向のある消費者や、日常的に実践する消費者も一定数いる。 〇エシカル消費の普及啓発とともに、消費者の実践を促すための情報発信や地方公共団体や事業者等の取組への支援が必要。
	事業の概要	上記事業目的を達成するため、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を基に主に以下の取組を実施。 〇地方公共団体等への消費者教育実施の支援(消費者力新教材の開発)・働きかけ 〇事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ(教育プログラムの開発等) 〇消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有 〇エシカル消費の実践に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・取組事例の共有等）の実施 〇エシカル消費（サステナブルファッションを含む）の普及啓発に向けた情報発信
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者教育の推進に関する法律	平成二十四年法律第六十一号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画	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	予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額・執行額の整理をそろえることに伴い、行政事業レビューに記載する予算額・執行額については消費者教育とエシカル消費の普及啓発についての予算額・執行額を記載している。

予算・執行

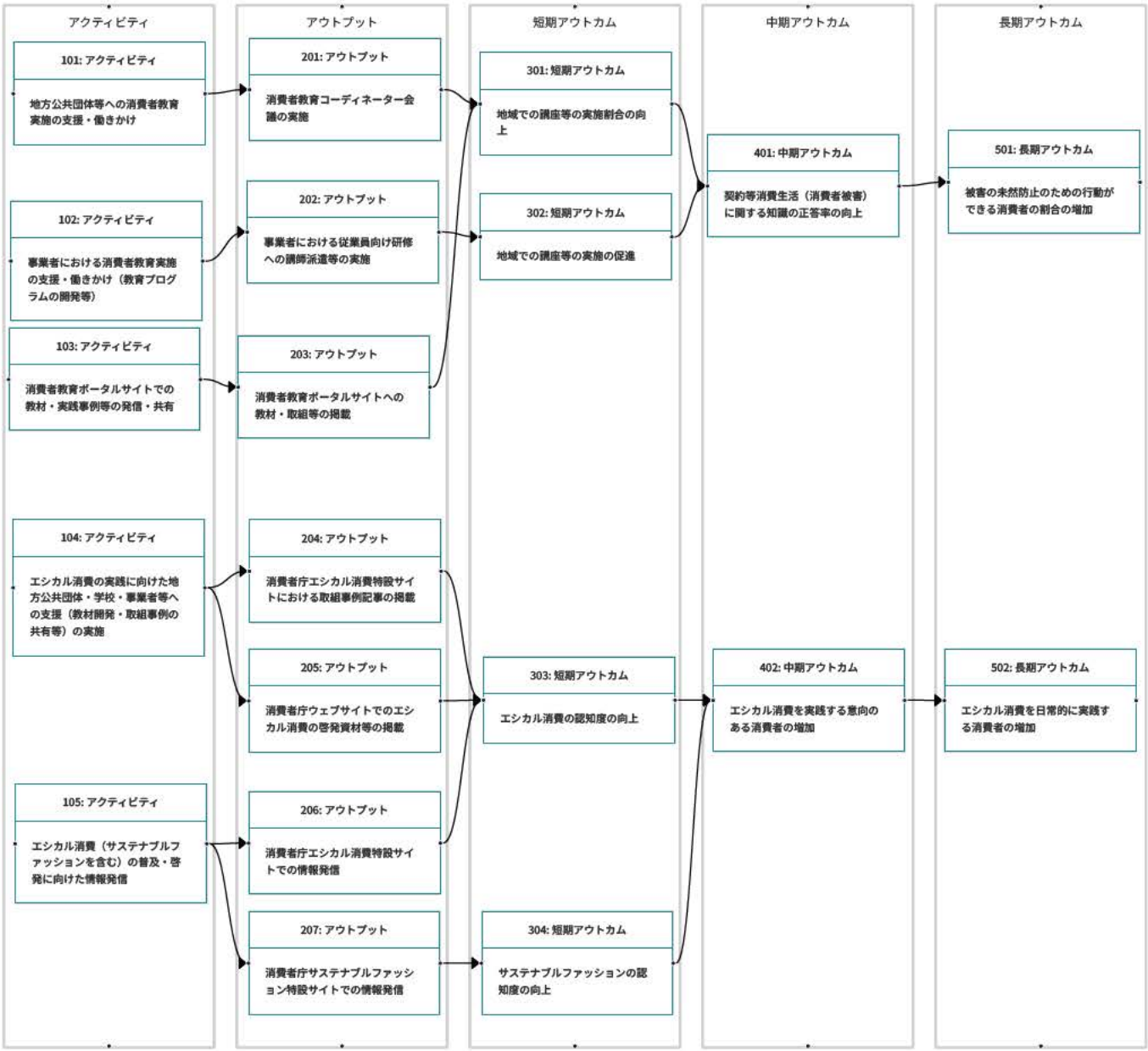
予算額執行額表 （単位：千円）		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	81,000	87,000	82,282	88,042	159,784
	当初予算	75,000	68,675	82,510	83,930	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	120,000	--	--	--	--
	予備費等	--	--	1,626	--	--
	計	195,000	68,675	84,136	83,930	--
	執行額	133,885	49,241	102,050	--	--
	執行率	68.7%	71.7%	121.3%	--	--

予算内訳表 （単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	70,000	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	60,961	135,845
		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	14,218
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当		--	3,312	3,312
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費		--	2,314	2,545
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	1,225	1,196
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費		--	1,017	1,657
		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		--	523	568
		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
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 職員旅費		--	126	140
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金		--	104	101

主な増減理由	新規要求として、社会変化を捉えたプッシュ型の消費者教育展開・実証事業に係る経費70,000(千円)を計上しているため、増額となっている。	その他特記事項	エシカル消費の啓発のための事業が緊急的に必要となったため、「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」（参事官(調査研究・国際担当)）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	地方公共団体等への消費者教育実施の支援・働きかけ

アウトプット	活動目標	消費者教育コーディネーター会議の実施	活動指標	消費者教育コーディネーター会議の参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度地方消費者行政の現況調査 令和６年度地方消費者行政の現況調査 令和７年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	100	150	300	300
	活動実績／成果実績(人)	146	290	99	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者庁主催の下、消費者教育の多様な担い手と場をつなぐ「消費者教育コーディネーター」が担うコーディネート機能の発揮や活動スキルの向上に資することを目的として消費者教育コーディネーター会議を開催している。当会議への参加者数が増加することで、参加者が活動する自治体で講座等を実施することにつながると考え、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※消費者教育コーディネーターとは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐことにより、新たな実践の場を創出させる役割を担う。消費者教育コーディネーター会議においては、各地域で積み重ねられてきた独自の取組について共有し、抱える課題や目指すべき目標等の抽出等を行っている。

短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上	成果指標	地域での講座等の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度地方消費者行政の現況調査 令和６年度地方消費者行政の現況調査 令和７年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	40	55	55	55
	活動実績／成果実績(%)	50	51	52	--
	達成率(%)	125	92.7	94.5	--

↓後続アウトカムへのつながり	地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） 令和６年度消費生活意識調査（第５回） 令和７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	38	40	42	42
	活動実績／成果実績(%)	38.8	39.2	38.3	--
	達成率(%)	102.1	98	91.2	--

後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） 令和６年度消費生活意識調査（第５回） 令和７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和７年度　被害に遭った際に相談ができる消費者の割合　71.9% 令和７年度　被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合　26.1%
	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(%)	48	49	50	50
	活動実績／成果実績(%)	46.6	48	45.9	--
	達成率(%)	97.1	98	91.8	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

アクティビティ	事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ（教育プログラムの開発等）

アウトプット	活動目標	事業者における従業員向け研修への講師派遣等の実施	活動指標	講師派遣等を通じた従業員向け研修の実施事業者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	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(社)	60	220	300	300
	活動実績／成果実績(社)	108	416	184	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者庁による講師派遣等を通じて従業員向け研修を実施する事業者数が向上することで、消費者教育が実践される場・範囲が拡大し、各地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）が増加すると考えたため、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※令和７年度は対象地域を３地域とし、講師派遣の他に、自社での研修実施が困難な事業者向けに集合研修を実施。

短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施の促進	成果指標	地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度地方消費者行政の現況調査 令和６年度地方消費者行政の現況調査 令和７年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	10	10	15
	活動実績／成果実績(%)	6.3	5.4	11.1	--
	達成率(%)	--	54	111	--

↓後続アウトカムへのつながり	各地での充実した消費者教育関連事業の増加により消費者教育が充実することで、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えられるため、本指標を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） 令和６年度消費生活意識調査（第５回） 令和７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	38	40	42	42
	活動実績／成果実績(%)	38.8	39.2	38.3	--
	達成率(%)	102.1	98	91.2	--

後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） 令和６年度消費生活意識調査（第５回） 令和７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和７年度　被害に遭った際に相談ができる消費者の割合　71.9% 令和７年度　被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合　26.1%
	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(%)	48	49	50	50
	活動実績／成果実績(%)	46.6	48	45.9	--
	達成率(%)	97.1	98	91.8	--

アクティビティからの発現経路 103-203-301-401-501

アクティビティ	消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有

アウトプット	活動目標	消費者教育ポータルサイトへの教材・取組等の掲載	活動指標	消費者教育ポータルサイトのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	380,000	550,000	1,000,000	1,000,000
	活動実績／成果実績(件)	531,627	891,030	754,704	--

後続アウトカムへのつながり	消費者教育ポータルサイト上の教材・取組が地域の担い手により幅広く活用されることで、地域における消費者教育の取組が充実・増加すると考えらえることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上	成果指標	地域での講座等の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度地方消費者行政の現況調査 令和６年度地方消費者行政の現況調査 令和７年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	40	55	55	55
	活動実績／成果実績(%)	50	51	52	--
	達成率(%)	125	92.7	94.5	--

後続アウトカムへのつながり	地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） 令和６年度消費生活意識調査（第５回） 令和７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	38	40	42	42
	活動実績／成果実績(%)	38.8	39.2	38.3	--
	達成率(%)	102.1	98	91.2	--

後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） 令和６年度消費生活意識調査（第５回） 令和７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和７年度　被害に遭った際に相談ができる消費者の割合　71.9% 令和７年度　被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合　26.1%
	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(%)	48	49	50	50
	活動実績／成果実績(%)	46.6	48	45.9	--
	達成率(%)	97.1	98	91.8	--

アクティビティからの発現経路 104-204-303-402-502

アクティビティ	エシカル消費の実践に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・取組事例の共有等）の実施

アウトプット	活動目標	消費者庁エシカル消費特設サイトにおける取組事例記事の掲載	活動指標	消費者庁エシカル消費特設サイトにおける取組事例記事数（年度ごとの掲載記事数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁エシカル消費特設サイトの掲載記事数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	15	15	15	15
	活動実績／成果実績(件)	11	15	9	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者庁エシカル消費特設サイトにおいて、事業者、有識者による取組事例等の記事を掲載することにより、エシカル消費に関する認知度が向上する。

短期アウトカム	成果目標	エシカル消費の認知度の向上	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６年度消費生活意識調査（第３回） 令和７年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	27.1	--
	達成率(%)	91.6	85.6	84.7	--

↓後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が向上することによって、エシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の増加	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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(%)	--	--	32	40
	活動実績／成果実績(%)	--	--	45.9	--
	達成率(%)	--	--	143.4	--

↓後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の増加	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	78	78
	活動実績／成果実績(%)	--	--	74.7	--
	達成率(%)	--	--	95.8	--

アクティビティからの発現経路 104-205-303-402-502

アクティビティ	エシカル消費の実践に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・取組事例の共有等）の実施

アウトプット	活動目標	消費者庁ウェブサイトでのエシカル消費の啓発資材等の掲載	活動指標	消費者庁ウェブサイトでのエシカル消費の啓発資材等へのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(人)	48,000	53,000	53,000	53,000
	活動実績／成果実績(人)	52,341	34,413	39,859	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の啓発資材をより活用してもらうことで、各地域における講座の実施等の啓発活動を増加させることができ、それによってエシカル消費に関する認知度が向上する。

短期アウトカム	成果目標	エシカル消費の認知度の向上	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６年度消費生活意識調査（第３回） 令和７年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(%)	32	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	27.1	--
	達成率(%)	91.6	85.6	84.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が向上することによって、エシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の増加	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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(%)	--	--	32	40
	活動実績／成果実績(%)	--	--	45.9	--
	達成率(%)	--	--	143.4	--

↓後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の増加	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	78	78
	活動実績／成果実績(%)	--	--	74.7	--
	達成率(%)	--	--	95.8	--

アクティビティからの発現経路 105-206-303-402-502

アクティビティ	エシカル消費（サステナブルファッションを含む）の普及・啓発に向けた情報発信

アウトプット	活動目標	消費者庁エシカル消費特設サイトでの情報発信	活動指標	消費者庁エシカル消費特設サイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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)	26,000	7,200,000	7,200,000	7,200,000
	活動実績／成果実績(件)	313,210	5,107,392	6,839,051	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者庁エシカル消費特設サイトでは、エシカル消費を実施する事業者、有識者の取組に関する記事や地方公共団体の取組を掲載しており、エシカル消費を実践するヒントを得ることができる。当該特設サイトのアクセス数が増加することにより、エシカル消費の認知度が向上する。

短期アウトカム	成果目標	エシカル消費の認知度の向上	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６年度消費生活意識調査（第３回） 令和７年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	27.1	--
	達成率(%)	91.6	85.6	84.7	--

↓後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が向上することによって、エシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の増加	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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(%)	--	--	32	40
	活動実績／成果実績(%)	--	--	45.9	--
	達成率(%)	--	--	143.4	--

↓後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の増加	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	78	78
	活動実績／成果実績(%)	--	--	74.7	--
	達成率(%)	--	--	95.8	--

アクティビティからの発現経路 105-207-304-402-502

アクティビティ	エシカル消費（サステナブルファッションを含む）の普及・啓発に向けた情報発信

アウトプット	活動目標	消費者庁サステナブルファッション特設サイトでの情報発信	活動指標	消費者庁サステナブルファッション特設サイトのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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)	30,000	320,000	320,000	320,000
	活動実績／成果実績(件)	313,305	215,305	176,078	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁サステナブルファッション特設サイトでは、サステナブルファッションを必要とする背景やサステナブルファッションを実践するためのヒントを掲載している。当該サイトのアクセス数が増加することにより、サステナブルファッションの認知度が向上する。

短期アウトカム	成果目標	サステナブルファッションの認知度の向上	成果指標	サステナブルファッションの認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６年度消費生活意識調査（第３回） 令和７年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	45	45	45	45
	活動実績／成果実績(%)	42.7	40.4	38.3	--
	達成率(%)	94.9	89.8	85.1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッションの認知度が向上することによって、サステナブルファッションを含めたエシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の増加	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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(%)	--	--	32	40
	活動実績／成果実績(%)	--	--	45.9	--
	達成率(%)	--	--	143.4	--

↓後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の増加	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。
	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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	78	78
	活動実績／成果実績(%)	--	--	74.7	--
	達成率(%)	--	--	95.8	--

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	消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、関係省庁と連携して周知・啓発に取り組んだほか、消費者力育成強化のための教材の開発、活用促進を行った。消費者庁ウェブサイトやポータルサイト、SNS等を幅広く活用し、有効かつ効率的な普及啓発に努めた。 また、エシカル消費については、イベント等の開催、情報発信に努めるとともに、持続可能な社会を将来世代に引き継いでいくためには、消費者自らが環境に配慮した消費行動を選択していくことが重要であることから、2025年度は消費者月間のテーマを「明日の地球を救うため、消費者にできること　グリーン志向消費～どのグリーンにする？～」とし、関連する教育・啓発等の事業を集中的に実施することによって、全国的な機運醸成に繋げた。
	目標年度における効果測定に関する評価	地方公共団体等への消費者教育の実施を働きかけたが、地域での講座実施率や消費生活に関する知識の正答率など目標に届かなかった指標があった。引き続き、地域での消費者教育の取組が充実・増加するよう地方公共団体への働きかけやポータルサイト等を通じた情報提供等を推進してまいりたい。 エシカル消費やサステナブルファッションについては、引き続き消費者、事業者、行政等の多様な主体が連携して取り組めるよう、引き続き積極的な情報発信等に努める。
	改善の方向性	引き続きメリハリのある予算要求をしつつ、事業の優先順位を見極めた効率的な執行に努めることとする。

外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

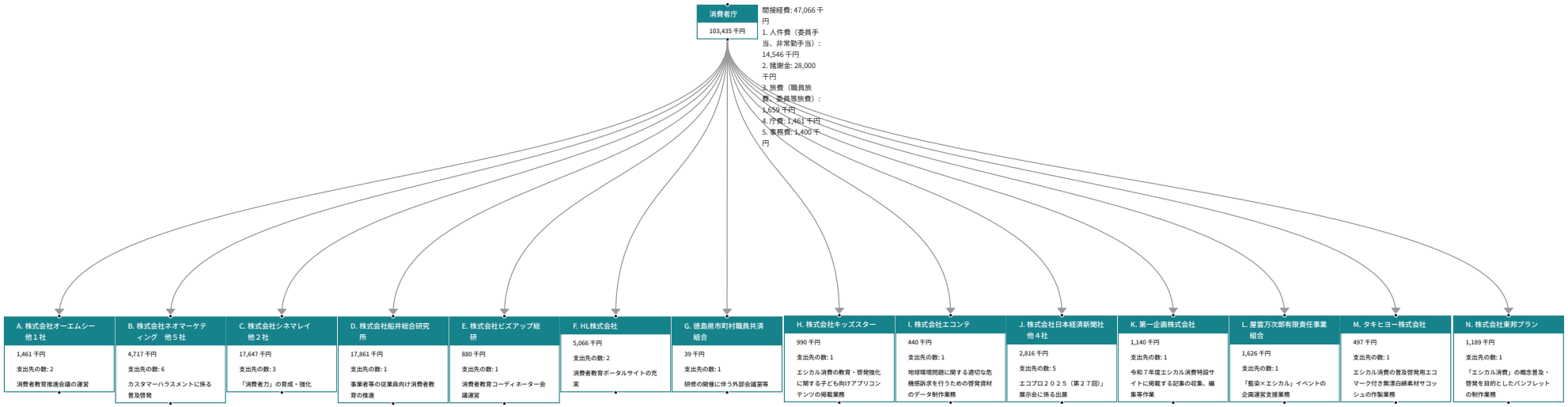
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・引き続き事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努めること。 ・消費生活に関する知識の正答率や被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合など、目標値を下回っている指標について、その要因を継続的に分析し、事業効果の検証に努めていただきたい。

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	引き続き事業目的達成のため、ライフステージに応じた消費者教育の機会を提供していくことや、消費者への効果的な情報発信等に努めてまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
103,435 千円
間接経費: 47,066 千円
1. 人件費（委員手当、非常勤手当）: 14,546 千円
2. 諸謝金: 28,000 千円
3. 旅費（職員旅費、委員等旅費）: 1,659 千円
4. 庁費: 1,461 千円
5. 事務費: 1,400 千円
A. 株式会社オーエムシー 他１社
1,461 千円
支出先の数: 2
消費者教育推進会議の運営
B. 株式会社ネオマーケティング　他５社
4,717 千円
支出先の数: 6
カスタマーハラスメントに係る普及啓発
C. 株式会社シネマレイ 他２社
17,647 千円
支出先の数: 3
「消費者力」の育成・強化
D. 株式会社船井総合研究所
17,861 千円
支出先の数: 1
事業者等の従業員向け消費者教育の推進
E. 株式会社ビズアップ総研
880 千円
支出先の数: 1
消費者教育コーディネーター会議運営
F. HL株式会社
5,066 千円
支出先の数: 2
消費者教育ポータルサイトの充実
G. 徳島県市町村職員共済組合
39 千円
支出先の数: 1
研修の開催に伴う外部会議室等
H. 株式会社キッズスター
990 千円
支出先の数: 1
エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務
I. 株式会社エコンテ
440 千円
支出先の数: 1
地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務
J. 株式会社日本経済新聞社 他４社
2,816 千円
支出先の数: 5
エコプロ２０２５（第２７回）展示会に係る出展
K. 第一企画株式会社
1,140 千円
支出先の数: 1
令和７年度エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業
L. 屋雲万次郎有限責任事業組合
1,626 千円
支出先の数: 1
「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務
M. タキヒヨー株式会社
497 千円
支出先の数: 1
エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務
N. 株式会社東邦プラン
1,189 千円
支出先の数: 1
「エシカル消費」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A	株式会社オーエムシー　他１社	1,461	2	消費者教育推進会議の運営

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オーエムシー	1,250	9011101039249

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	1,250	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷株式会社	211	9010001027784

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者教育推進会議に係る速記料（共同調達） 一般競争契約（最低価格）	211	2	84.7	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B	株式会社ネオマーケティング　他５社	4,717	6	カスタマーハラスメントに係る普及啓発

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ネオマーケティング	1,365	4011001046358

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
カスタマーハラスメントに係る消費者の意識（心理、行動）に関する調査にかかる業務（アンケート調査） 随意契約（少額）	1,365	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エイケン	990	1011501005618

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
カスタマーハラスメント防止啓発冊子に利用するキャラクターのライセンスの利用及び監修業務 随意契約（少額）	990	1	--	--

支出先ブロック名	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
一般社団法人ココロバランス研究所	830	5011005009079

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
カスタマーハラスメントに係る消費者の意識（心理、行動）に関する調査票の設計と分析に係る業務 随意契約（少額）	830	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	569	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
「カスタマーハラスメント防止啓発冊子のコンテンツ制作」の梱包・発送業務 随意契約（少額）	569	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ワコー	488	2010001032733

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
カスタマーハラスメント防止啓発冊子の増刷業務 随意契約（少額）	488	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
秋田協同印刷株式会社	475	4410001000284

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
カスタマーハラスメント防止啓発冊子の印刷業務 随意契約（少額）	475	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　株式会社シネマレイ　他２社	17,647	3	「消費者力」の育成・強化

支出先名	支出額	法人番号
株式会社シネマレイ	15,399	6180001059376

支出先ブロック名	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
「消費者力」育成・強化のためのＶＲ動画等のコンテンツ制作・普及に関する業務 一般競争契約（最低価格）	15,399	2	57.3	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社リプロネクスト	1,358	6110001032166

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「消費者力」育成・強化のための紙製ＶＲゴーグルの増刷 随意契約（少額）	1,358	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
カディンチェ株式会社	890	1010701024254

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「消費者力」育成・強化のためのＶＲ機材の保管・配送と機材確認等に関する業務 随意契約（少額）	890	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　株式会社船井総合研究所	17,861	1	事業者等の従業員向け消費者教育の推進

支出先名	支出額	法人番号
株式会社船井総合研究所	17,861	5120001180782

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
事業者等の従業員向け消費者教育研修プログラムの普及・啓発に関する業務 一般競争契約（総合評価）	17,861	1	62.5	社内の人員確保が困難であったため

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　株式会社ビズアップ総研	880	1	消費者教育コーディネーター会議運営

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
株式会社ビズアップ総研	880	2010401054369	

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務 随意契約（少額）	880	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　HL株式会社	5,066	2	消費者教育ポータルサイトの充実

支出先名	支出額	法人番号
ＨＬ株式会社	3,080	9080101017084

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務 一般競争契約（最低価格）	3,080	3	36.4	--

支出先名	支出額	法人番号
第一企画株式会社	1,986	3100001004532

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者教育ポータルサイトに掲載する記事の収集、取材、原稿編集に関する業務 一般競争契約（最低価格）	1,986	5	46.2	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G　徳島県市町村職員共済組合	39	1	研修の開催に伴う外部会議室等

支出先名	支出額	法人番号
徳島県市町村職員共済組合	39	3700150057576

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
研修の開催に伴う外部会議室等の使用 随意契約（少額）	39	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
H	株式会社キッズスター	990	1	エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社キッズスター	990	6011001102514

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務 随意契約（少額）	990	1	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
I	株式会社エコンテ	440	1	地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エコンテ	440	8011001103312

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務 随意契約（少額）	440	1	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
J	株式会社日本経済新聞社　他４社	2,816	5	エコプロ２０２５（第２７回）」展示会に係る出展

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日本経済新聞社	1,386	3010001033086

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「エコプロ２０２５（第２７回）」展示会に係る出展使用料 随意契約（少額）	1,386	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ピコトン	899	6011201011795

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「エシカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務 随意契約（少額）	899	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日経イベント・プロ	459	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
「エコプロ２０２５（第２７回)」展示会に伴う会場備品レンタル 随意契約（少額）	459	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社近鉄コスモス	67	3010001079328

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務 随意契約（少額）	67	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
三井住友海上火災保険株式会社	5	6010001008795

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「エコプロ２０２５」の消費者庁ブースにおける体験用タブレット端末に対する物産保険 随意契約（少額）	5	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
K　第一企画株式会社	1,140	1	令和７年度エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業

支出先名	支出額	法人番号
第一企画株式会社	1,140	3100001004532

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
令和７年度エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業 随意契約（少額）	1,140	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　屋雲万次郎有限責任事業組合	1,626	1	「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
屋雲万次郎有限責任事業組合	1,626	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
「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務 随意契約（少額）	1,626	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
M　タキヒヨー株式会社	497	1	エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務

支出先名	支出額	法人番号
タキヒヨー株式会社	497	7180001037793

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務 随意契約（少額）	497	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
N　株式会社東邦プラン	1,189	1	「エシカル消費」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社東邦プラン	1,189	6020001071256

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務 随意契約（少額）	1,189	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	株式会社オーエムシー	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務	雑役務費	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務	1,250
	B	株式会社ネオマーケティング	カスタマーハラスメントに係る消費者の意識（心理、行動）に関する調査にかかる業務（アンケート調査）	雑役務費	カスタマーハラスメントに係る消費者の意識（心理、行動）に関する調査にかかる業務（アンケート調査）	1,365
	C	株式会社シネマレイ	「消費者力」育成・強化のためのＶＲ動画等のコンテンツ制作・普及に関する業務	雑役務費	「消費者力」育成・強化のためのＶＲ動画等のコンテンツ制作・普及に関する業務	15,399
	D	株式会社船井総合研究所	事業者等の従業員向け消費者教育研修プログラムの普及・啓発に関する業務	雑役務費	事業者等の従業員向け消費者教育研修プログラムの普及・啓発に関する業務	17,861
	E	株式会社ビズアップ総研	「令和７年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務	雑役務費	「令和７年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務	880
	F	ＨＬ株式会社	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務	雑役務費	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務	3,080
	G	徳島県市町村職員共済組合	研修の開催に伴う外部会議室等の使用	借料・損料	研修の開催に伴う外部会議室等の使用	39
	H	株式会社キッズスター	エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務	雑役務費	エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務	990
	I	株式会社エコンテ	地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務	雑役務費	地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務	440
	J	株式会社日本経済新聞社	「エコプロ２０２５（第２７回）」展示会に係る出展使用料	雑役務費	「エコプロ２０２５（第２７回）」展示会に係る出展使用料	1,386
	K	第一企画株式会社	令和７年度エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業	雑役務費	令和７年度エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業	1,140
	L	屋雲万次郎有限責任事業組合	「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務	雑役務費	「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務	1,626
	M	タキヒヨー株式会社	エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務	雑役務費	エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務	497
	N	株式会社東邦プラン	「エシカル消費」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務	雑役務費	「エシカル消費」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務	1,189

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

--

消費者に対する普及啓発

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者教育推進課
	作成責任者	田中誠
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000461	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（８）消費者に対する普及啓発	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	毎年５月を「消費者月間」とし、消費者月間の間、消費者、事業者、行政等が一体となり、消費者問題に関する様々な啓発・教育事業を集中的に実施することで、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立を支援する。
	現状・課題	〇消費者支援活動に極めて顕著な功績のあった個人又は団体・グループに対して、その功績を称え顕彰することで、全国の消費者支援活動を活性化し、もって消費者利益の擁護及び増進を図る。 〇消費生活における様々な課題の解決に向け、消費者月間における普及啓発事業の集中的実施を通して、消費者一人一人の取組を促進する。
	事業の概要	上記事業目的を達成するため、主に以下の取組を実施。 〇消費者支援功労者表彰の実施 〇毎年５月に行う消費者月間事業の実施
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画	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	予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額・執行額の整理をそろえることに伴い、本シートでは、消費者支援功労者表彰及び消費者月間事業についての予算額・執行額を記載している。

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2023	2024	2025	2026	2027
要求額	11,800	--	14,618	14,261	6,871
当初予算	15,470	15,553	15,329	6,731	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	3,234	--	--
計	15,470	15,553	18,563	6,731	--
執行額	20,007	34,667	23,496	--	--
執行率	129.3%	222.9%	126.6%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

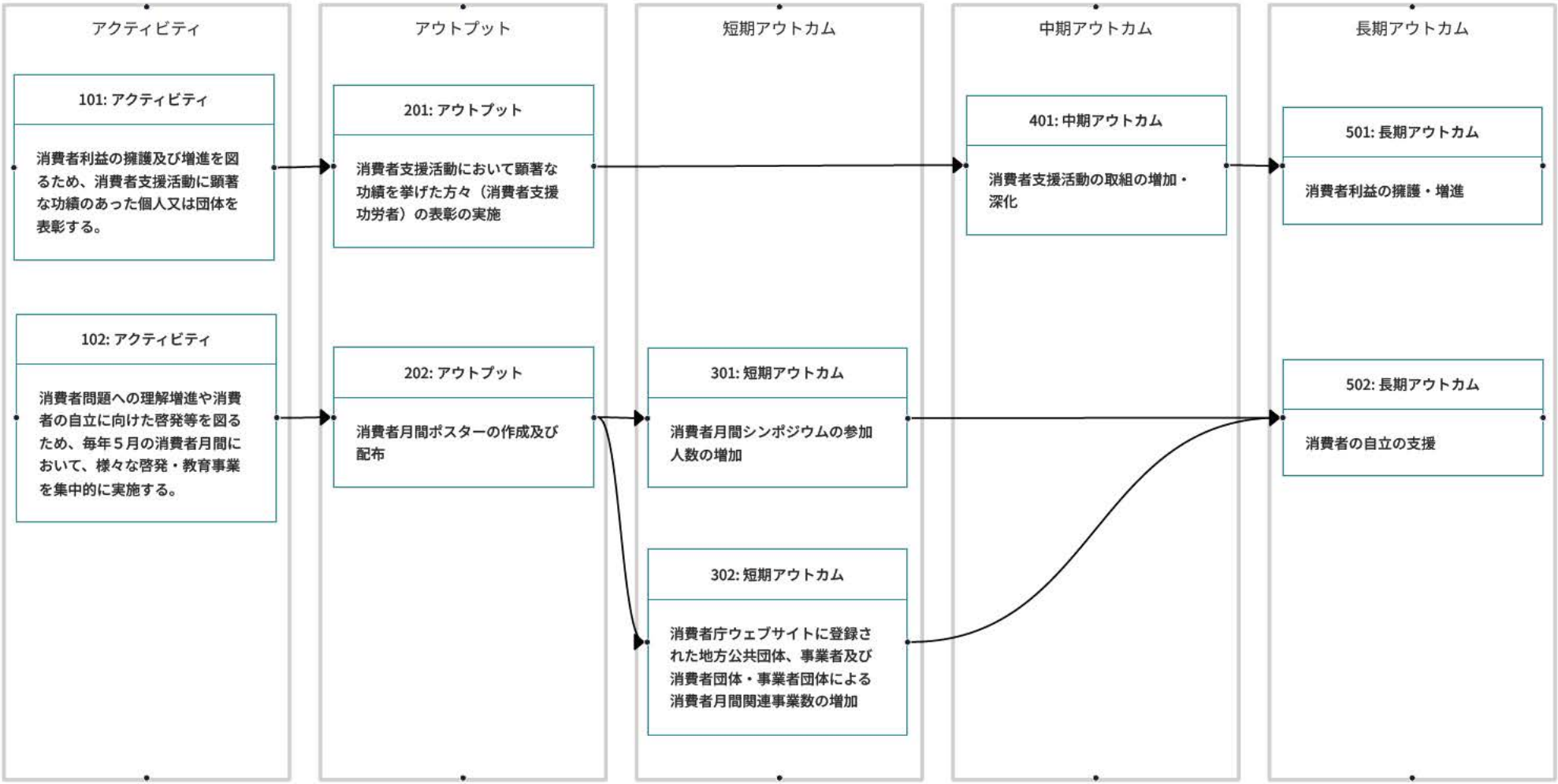
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

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	--	6,101	6,218
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	--	431	455
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	131	126
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	--	68	72
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	--	0	0

主な増減理由	その他特記事項
--	消費者利益の擁護・増進に係る表彰事業において緊急的に資金が必要となったため、「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」（参事官(調査研究・国際担当)）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 101-201-401-501

アクティビティ	消費者利益の擁護及び増進を図るため、消費者支援活動に顕著な功績のあった個人又は団体を表彰する。

アウトプット	活動目標	消費者支援活動において顕著な功績を挙げた方々（消費者支援功労者）の表彰の実施	活動指標	消費者支援功労者の表彰件数（個人・団体を含み、ベスト消費者サポーター章も含む。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/#support_merit_award
	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	--

		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(件)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	45	43	40	35

↓ 後続アウトカムへのつながり	受賞にふさわしい候補者を選定・表彰し、表彰された方の活動実績を公表することで、消費者支援活動を行っている関係者の取組の参考となり、更なる活動が促進される。

中期アウトカム	成果目標	消費者支援活動の取組の増加・深化	成果指標	受賞者の活動実績の公表を通じて、消費者支援活動の取組が増加・深化すること
	定性的なアウトカムに関する成果実績	受賞者の活動実績を取りまとめ、消費者庁HPに公表	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者支援活動を行っている方の支援活動状況を網羅的かつ定量的に把握することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	受賞者の活動実績の公表を通じて、消費者支援活動の取組の増加や深化することにより、消費者の権利・利益が擁護・増進される。

長期アウトカム	成果目標	消費者利益の擁護・増進	成果指標	消費者利益の擁護・増進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者支援功労者表彰を例年実施することにより、消費者支援活動において顕著な実績を挙げている方の活動を称えるとともに、消費者支援活動に関わっている関係者の一層の奨励を促し、消費者の権利・利益の擁護・増進に寄与している。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	表彰の実施により消費者支援活動の一層の奨励を行い、消費者利益の擁護・増進を図ることが目的となるが、消費者利益の擁護・増進をどの程度図ることができたのか客観的に計測することはできず、定量的な指標を示すことが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-202-301-502

アクティビティ	消費者問題への理解増進や消費者の自立に向けた啓発等を図るため、毎年５月の消費者月間において、様々な啓発・教育事業を集中的に実施する。

アウトプット				
	活動目標	消費者月間ポスターの作成及び配布	活動指標	消費者月間ポスターの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	6,500	6,500	6,500	6,500
	活動実績／成果実績(枚)	5,837	5,056	4,952	4,710

↓後続アウトカムへのつながり	消費者月間の周知ポスターの掲示を通して消費者月間の取組への認知と興味を促し、当該年度の消費者月間統一テーマに沿った消費者月間シンポジウムへの参加者数が増加する。

短期アウトカム				
	成果目標	消費者月間シンポジウムの参加人数の増加	成果指標	消費者月間シンポジウムの参加人数（対面・オンライン含む。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者月間シンポジウムの参加登録フォームへの投稿数
	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(人)	250	250	250	250
	活動実績／成果実績(人)	152	158	275	341
	達成率(%)	60.8	63.2	110	136.4

↓後続アウトカムへのつながり	消費者月間シンポジウムへの参加者が増加することにより、消費者問題に関する認知・理解が深まり、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるようになる。

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

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	消費者問題への理解増進や消費者の自立に向けた啓発等を図るため、毎年５月の消費者月間において、様々な啓発・教育事業を集中的に実施する。

アウトプット	活動目標	消費者月間ポスターの作成及び配布	活動指標	消費者月間ポスターの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	6,500	6,500	6,500	6,500
	活動実績／成果実績(枚)	5,837	5,056	4,952	4,710

↓後続アウトカムへのつながり	消費者月間ポスターを各地に配布することより、消費者のみならず、地方公共団体や事業者、関係団体においても消費者月間の取組への認知・機運醸成が深まり、地方公共団体や事業者、関係団体による消費者月間関連事業の実施が促進される。

短期アウトカム	成果目標	消費者庁ウェブサイトに登録された地方公共団体、事業者及び消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数の増加	成果指標	消費者庁ウェブサイトに登録された地方公共団体、事業者及び消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2023/koukyou" 令和６年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2024/koukyou 令和７年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2025/koukyou/ 令和８年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2026/koukyou/
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(件)	81	70	52	58
	達成率(%)	81	70	52	58

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

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

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

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者支援功労者表彰については、推薦募集・選定・表彰を例年どおり実施した。これまでも全国各地の自治体・団体から推薦いただくとともに受賞者からも喜びの声をいただいており、全国の消費者支援活動の活性化に繋がっていると評価できる。 また、消費者月間についても、消費者庁における取組（シンポジウムの開催や各自治体等へのポスター送付）に限らず自治体、事業者等が連携して統一テーマに沿った普及啓発活動を展開し、全国的な機運醸成を図ったことによって、その意義が果たされたものと考えられる。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	消費者の利益の擁護及び増進のため、引き続き適切な事業の実施及び予算の執行に努める。

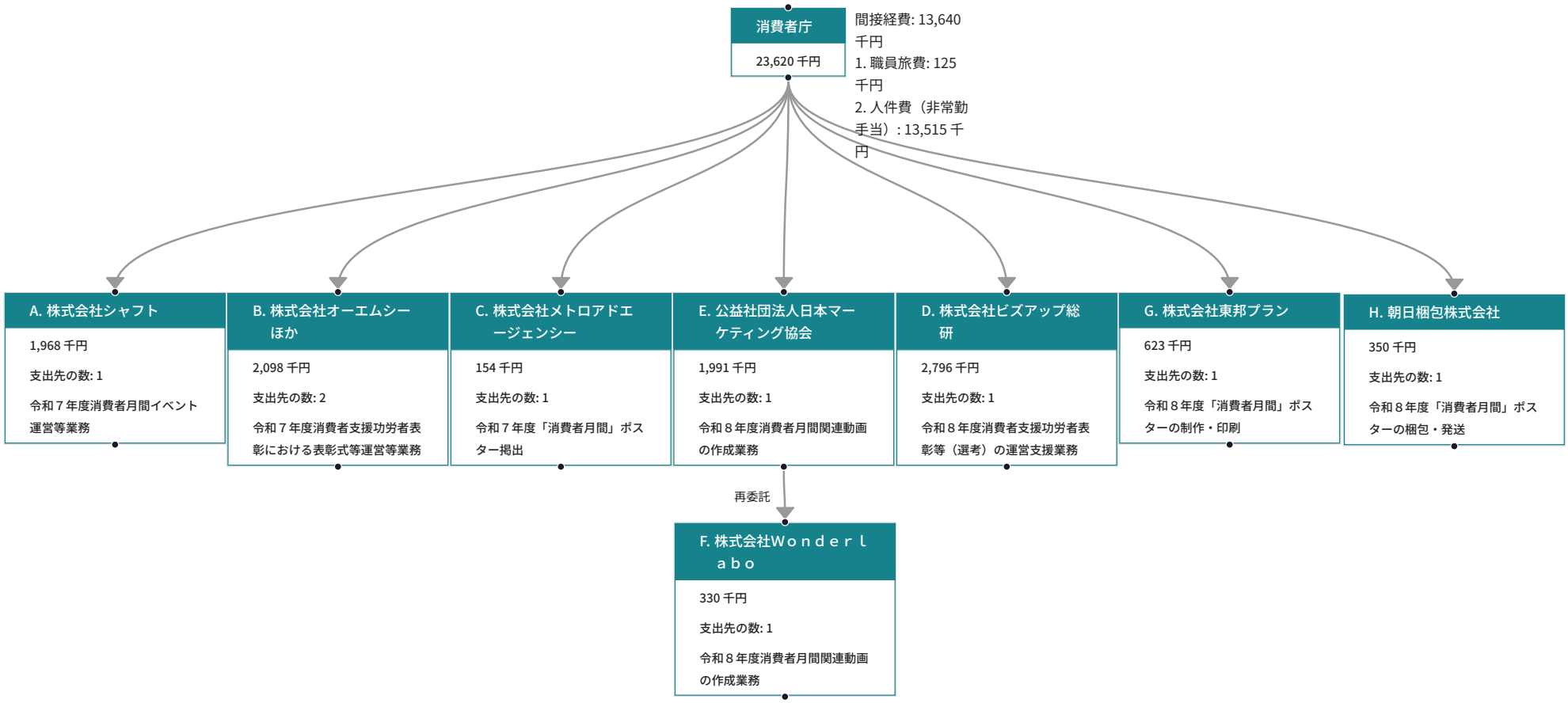
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	本事業は、①ポスターの配布、②シンポジウムの開催、③消費者支援功労者に対する表彰、④地方自治体・事業者・消費者団体の取組みからなるものとされ、「消費者月間」とされる「5月」に集中的に実施される。ただ、この4つの事業が統括したひとつの「事業」という性格を持つものとはみなされてはいない。 　事業レビューによると、ポスターの配布の効果により、シンポジウム参加が促進されるものとされているが、全国で5000枚ほどとされる数からすると、たまたまそれを目にしてシンポジウムへの参加を思い立つということには、多くを期待できない。（もし、この「効果」を検証しようとすれば、「300人」ほどのシンポジウム参加者に対し、何が参加の契機となったかをアンケートすればわかることである。） シンポジウムについては、ポスターによる情報提供に頼ることなく、ほぼ例年どおりの開催を前提に、一定規模の「リピーター」を中心の参加となっているのが実態ではないかと推測される。 　また、ポスターの効果として、④の地方自治体・事業者等が「取組み」を企画する契機にもなっているとされるが、現実問題として、ポスターの掲示を見たことで「取組み」の企画が開始されていくと考えることは、スケジュール的に無理のように思われる。むしろ各取組み主体の年間スケジュールの一部として、各種の取り組みが組み込まれているものと考えられ、実際に、取組みの実績数が伸びているという事実も見られていない。 　②の表彰に関しては、あらかじめ消費者庁から、関係府省庁、都道府県、国民生活センター、消費者団体等に、候補者の推薦をお願いし、その推薦に基づいて、功労者選定会議が被表彰者の案を作成し、内閣府特命担当大臣が決定するとのことである。これは、おそらく、各省庁がその所掌する行政行為に関する功労者を表彰する共通のパターンに沿って実施されているもの思われ、消費者庁も発足に際して、それに倣ったものと思われ、「他省庁同様に」という以外の選択肢の採用は難しいと考える。 　上記のように見て来ると、ここで挙げられている4つの事業は、それぞれ消費者サイドの特定の受益を目指して立ち上げられた事業とは異質のもので、いわば消費者庁の定例的な業務の一部という認識であるように思う。その意味では、毎年度、前年同様に継続することの可否を精査することが検討の要点かと思われ、まずは「紙」のポスター配布の要否あたりが当面の課題のように思われる。		
	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、適切な予算執行に努めること。 ・外部有識者の所見も踏まえ、目標値を下回っている実績値について、その要因を把握するとともに、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継続的に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	事業内容の有効性・妥当性等について継続的に検証を行ってまいりたい。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
23,620 千円
間接経費: 13,640 千円
1. 職員旅費: 125 千円
2. 人件費（非常勤手当）: 13,515 千円
A. 株式会社シャフト
1,968 千円
支出先の数: 1
令和７年度消費者月間イベント運営等業務
B. 株式会社オーエムシーほか
2,098 千円
支出先の数: 2
令和７年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務
C. 株式会社メトロアドエージェンシー
154 千円
支出先の数: 1
令和７年度「消費者月間」ポスター掲出
E. 公益社団法人日本マーケティング協会
1,991 千円
支出先の数: 1
令和８年度消費者月間関連動画の作成業務
D. 株式会社ビズアップ総研
2,796 千円
支出先の数: 1
令和８年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務
G. 株式会社東邦プラン
623 千円
支出先の数: 1
令和８年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷
H. 朝日梱包株式会社
350 千円
支出先の数: 1
令和８年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送
再委託
F. 株式会社Ｗｏｎｄｅｒｌａｂｏ
330 千円
支出先の数: 1
令和８年度消費者月間関連動画の作成業務

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	株式会社シャフト	1,968	1	令和７年度消費者月間イベント運営等業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社シャフト	1,968	1122001034253

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和７年度消費者月間イベント運営等業務 一般競争契約（最低価格）	1,968	10	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B	株式会社オーエムシーほか	2,098	2	令和７年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オーエムシー	2,081	3020001063933

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務 一般競争契約（最低価格）	2,081	6	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エクセリ	17	5010001061498

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度消費者支援功労者表彰表彰式における無線機のレンタル利用 随意契約（少額）	17	1	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C	株式会社メトロアドエージェンシー	154	1	令和７年度「消費者月間」ポスター掲出

支出先名	支出額	法人番号
株式会社メトロアドエージェンシー	154	1010401067272

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
令和７年度「消費者月間」ポスター掲出 随意契約（少額）	154	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　株式会社ビズアップ総研	2,796	1	令和８年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ビズアップ総研	2,796	2010401054369

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	2,796	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　公益社団法人日本マーケティング協会	1,991	1	令和８年度消費者月間関連動画の作成業務

支出先名	支出額	法人番号
公益社団法人日本マーケティング協会	1,991	6010405010455

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度消費者月間関連動画の作成業務 随意契約（少額）	1,991	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Ｗｏｎｄｅｒｌａｂｏ	330	1	令和８年度消費者月間関連動画の作成業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社Ｗｏｎｄｅｒｌａｂｏ	330	9010401165738

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度消費者月間関連動画の作成業務 その他(再委託)	330	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G	株式会社東邦プラン	623	1	令和８年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷

支出先名	支出額	法人番号
株式会社東邦プラン	623	6020001071256

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷 随意契約（少額）	623	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	朝日梱包株式会社	350	1	令和８年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	350	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８年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	350	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	株式会社シャフト	令和７年度消費者月間イベント運営等業務	雑役務費	令和７年度消費者月間イベント運営等業務	1,968
	B	株式会社オーエムシー	令和７年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務	雑役務費	令和７年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務	2,081
	C	株式会社メトロアドエージェンシー	令和７年度「消費者月間」ポスター掲出	雑役務費	令和７年度「消費者月間」ポスター掲出	154
	D	株式会社ビズアップ総研	令和８年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務	雑役務費	令和８年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務	2,796
	E	公益社団法人日本マーケティング協会	令和８年度消費者月間関連動画の作成業務	雑役務費	令和８年度消費者月間関連動画の作成業務	1,991
	F	株式会社Ｗｏｎｄｅｒｌａｂｏ	令和８年度消費者月間関連動画の作成業務	雑役務費	令和８年度消費者月間関連動画の作成業務	330
	G	株式会社東邦プラン	令和８年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷	雑役務費	令和８年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷	623
	H	朝日梱包株式会社	令和８年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	雑役務費	令和８年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	350

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

その他備考

--

食品ロスの削減の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者教育推進課
	作成責任者	松井保喜
	その他担当組織	--

基本情報	予算事業ID	000466	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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	（９）食品ロスの削減の推進	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	「食品ロスの削減の推進に関する法律」及びこれに基づく「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に基づく施策に、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として取り組むことにより、食品ロスの削減を推進する。 具体的には、消費者等への普及啓発や食品ロス削減に取り組む優良事例等の表彰の実施により、食品ロス削減に取り組む国民の割合を増やす。また、政府の食品ロス削減推進の取りまとめの立場から、食品ロス削減に関する調査を行い、今後の施策の方向性を検討するとともに、法律に基づく食品ロス削減推進会議等の運営により、関係省庁が相互に連携・協力して施策を実施する体制を整備する。
	現状・課題	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標（433万トン→216万トン）及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標（547万トン→219万トン）の達成に向けて関係省庁と連携して施策を推進。 直近の2023年度の食品ロス量は464万トン（事業系231万トン、家庭系233万トン）と減少傾向にはあるものの、2030年度目標の達成まで事業系は残り13万トン、家庭系は残り17万トンであり、更なる施策の推進が必要なことから、2025年３月に閣議決定された第２次食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針に盛り込まれた施策の推進を図ることとしている。
	事業の概要	上記事業の目的を達成するため、以下の取組を実施。 〇消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等）の実施 〇食品ロス削減推進表彰及び「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施 〇食品ロス削減に関する調査（諸外国等における制度に関する調査や家庭における食品ロスの実態調査等）の実施 〇食品ロス削減推進会議等の運営 〇コンビニ型コミュニティパントリー導入に向けた実証事業の実施 〇フードバンクの認証取得に向けた体制整備支援の実施
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品ロスの削減の推進に関する法律	令和元年法律第十九号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/assets/consumer_education_cms201_250325_01.pdf
	消費者基本計画　第４章　１．（４）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf
	第４次食育推進基本計画　第３　５．	https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/attach/pdf/kannrennhou-24.pdf

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
	民間団体等	1/2	-	--

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	58,000	203,000	101,747	75,754	100,080
	当初予算	48,000	68,267	61,755	57,714	--
	補正予算	99,567	70,000	125,000	--	--
	前年度から繰越し	80,000	99,567	70,000	125,000	--
	予備費等	--	--	15,075	--	--
	計	227,567	237,834	271,830	182,714	--
	執行額	118,988	132,328	122,468	--	--
	執行率	52.3%	55.6%	45.1%	--	--

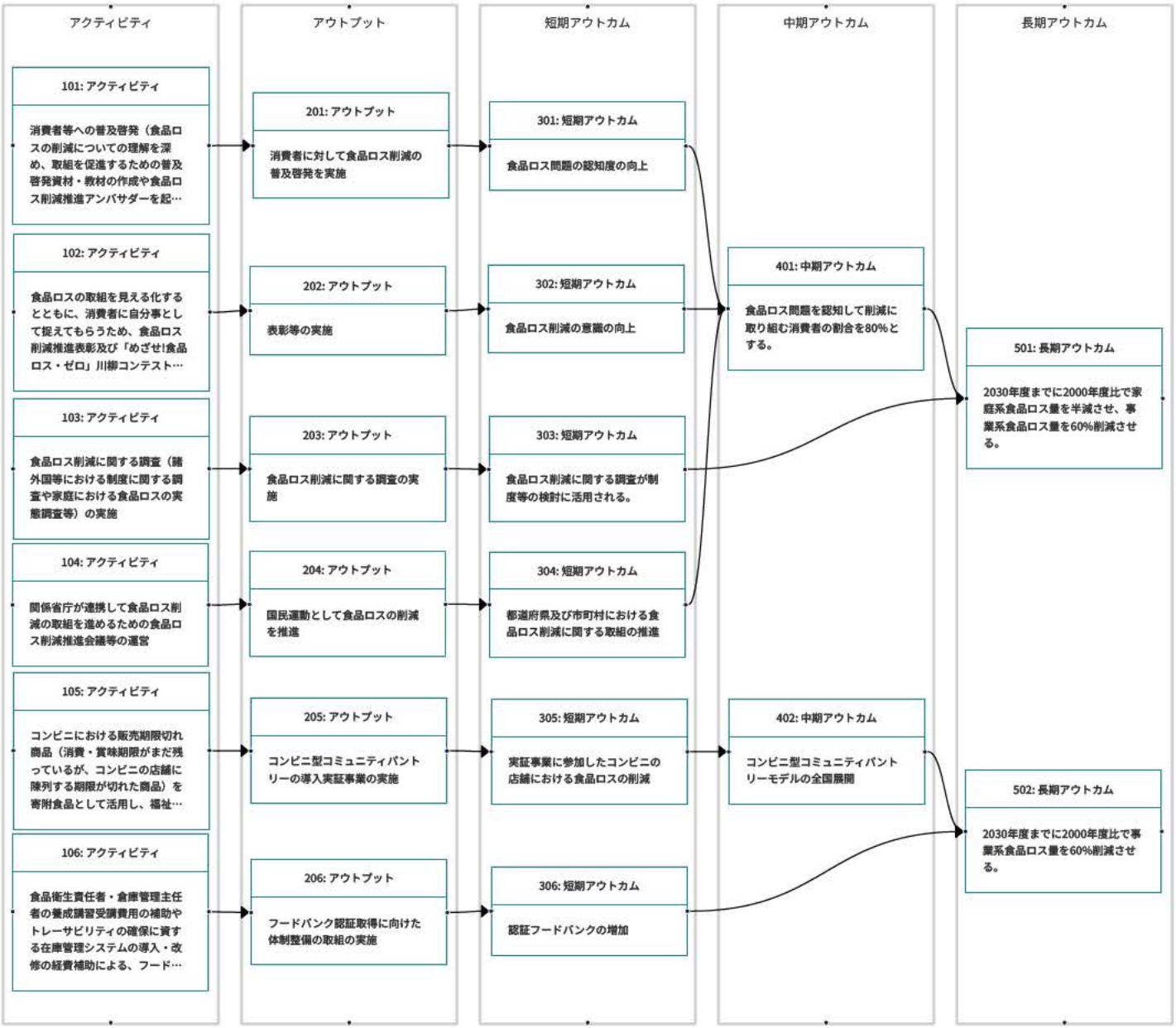
予算内訳表 （単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考
	一般会計	一般会計	--	42,455	--

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	--	55,942	53,181
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当	--	896	896
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費	--	662	710
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費	--	110	157
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金	--	104	101
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 食品ロス削減推進事業費補助金	--	--	34,000
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	--	0	3,750
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	0	176
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	--	0	7,109
前年度から繰越し --	--	125,000	--

主な増減理由	新規要求として、食品ロス削減の推進を担当する政策調査員に係る経費7,109（千円）を計上しているため、増額となっている。	その他特記事項	食品ロスの削減の推進のための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）及び「消費者行政に係る国際的な連携の強化」（参事官(調査研究・国際担当)）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	消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等）の実施

アウトプット	活動目標	消費者に対して食品ロス削減の普及啓発を実施	活動指標	食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	10,000	10,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(枚)	80,000	45,000	95,000	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数の増加は、食品ロス問題の認知度が向上することにつながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	食品ロス問題の認知度の向上	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第２回） 令和６年度消費生活意識調査（第２回） 令和７年度消費生活意識調査（第１回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	90
	活動実績／成果実績(%)	80.9	78.9	81.2	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題の認知度の向上は、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の増加につながることから、本指標を中期アウトカムに設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定

中期アウトカム				
	成果目標	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第２回） 令和６年度消費生活意識調査（第２回） 令和７年度消費生活意識調査（第１回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.7	74.9	77.2	--	--	--	--
	達成率(%)	95.9	93.6	96.5	--	--	--	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ１～４を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和６年８月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和７年３月公表)」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定。

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

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	435
	活動実績／成果実績(万t)	464	--	--	--	--	--	--	--
	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	食品ロスの取組を見える化するとともに、消費者に自分事として捉えてもらうため、食品ロス削減推進表彰及び「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施

アウトプット	活動目標	表彰等の実施	活動指標	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの応募件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	10,000	15,000	16,000	17,000
	活動実績／成果実績(件)	19,717	19,201	19,071	--

↓後続アウトカムへのつながり	消費者庁が優良事例の普及啓発を行うことや、消費者庁が実施した表彰に消費者が自ら取り組むことは、食品ロス問題の認知度の向上につながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	食品ロス削減の意識の向上	成果指標	川柳コンテスト参加により食品ロス削減の意識が高まったと回答した者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		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
	活動実績／成果実績(%)	97.1	98.3	97.1	--
	達成率(%)	--	98.3	97.1	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減の意識の向上は、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の増加につながることから、本指標を中期アウトカムに設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定

中期アウトカム				
	成果目標	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第２回） 令和６年度消費生活意識調査（第２回） 令和７年度消費生活意識調査（第１回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.7	74.9	77.2	--	--	--	--
	達成率(%)	95.9	93.6	96.5	--	--	--	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ１～４を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和６年８月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和７年３月公表)」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定。

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

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	435
	活動実績／成果実績(万t)	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-501

アクティビティ	食品ロス削減に関する調査（諸外国等における制度に関する調査や家庭における食品ロスの実態調査等）の実施

アウトプット	活動目標	食品ロス削減に関する調査の実施	活動指標	諸外国等調査の調査箇所数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(箇所)	5	2	5	5
	活動実績／成果実績(箇所)	5	2	7	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減に関する調査を実施することは、食品ロス削減に関する調査の制度等の検討への活用につながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	食品ロス削減に関する調査が制度等の検討に活用される。	成果指標	食品ロス削減に関する調査の制度等への活用実績
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法制検討の基礎資料として活用した。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	調査の制度等への検討状況は定量的に表すことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	調査を実施した結果が直接食品ロス削減の効果につながるものではないため（調査結果が施策のブラッシュアップにつながり、ブラッシュアップされた施策の効果として、具体的な食品ロスの削減につながっていくもの。）。

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ１～４を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和６年８月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和７年３月公表)」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定。

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

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	435
	活動実績／成果実績(万t)	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 104-204-304-401-501

アクティビティ	関係省庁が連携して食品ロス削減の取組を進めるための食品ロス削減推進会議等の運営

アウトプット	活動目標	国民運動として食品ロスの削減を推進	活動指標	食品ロス削減推進会議、食品ロス削減推進会議幹事会、食品ロス削減関係省庁会議等の開催回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	10	9	4	4
	活動実績／成果実績(回)	8	9	3	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減推進会議の下、関係省庁が食品ロス削減に関する施策を実施することは、都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進につながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進	成果指標	都道府県及び市町村における食品ロス削減推進計画の策定数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	315	363	394
	活動実績／成果実績(自治体)	279	331	379	--
	達成率(%)	--	105.1	104.4	--

↓後続アウトカムへのつながり	都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進は、食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の増加につながることから、本指標を中期アウトカムに設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定。

中期アウトカム				
	成果目標	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第２回） 令和６年度消費生活意識調査（第２回） 令和７年度消費生活意識調査（第１回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.7	74.9	77.2	--	--	--	--
	達成率(%)	95.9	93.6	96.5	--	--	--	--

↓後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ１～４を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和６年８月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和７年３月公表)」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定。

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

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	435
	活動実績／成果実績(万t)	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 105-205-305-402-502

アクティビティ	コンビニにおける販売期限切れ商品（消費・賞味期限がまだ残っているが、コンビニの店舗に陳列する期限が切れた商品）を寄附食品として活用し、福祉情報とも連携したアプリや保管設備の導入を支援する、コンビニ型コミュニティパントリーモデルの構築及び全国展開

アウトプット	活動目標	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業の実施	活動指標	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業に参加するコンビニ店舗数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	※補正予算が措置されたため、目標値を修正。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(コンビニ店舗数)	3	5
	活動実績／成果実績(コンビニ店舗数)	3	--

↓後続アウトカムへのつながり	必要な食べ物を十分に入手することができない方々が時間や人目を気にせず、都合が良い時に未利用食品を取りに行ける拠点を整備することにより、実証事業に参加したコンビニ店舗における事業系食品ロスのより一層の削減への寄与が期待できることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	実証事業に参加したコンビニの店舗における食品ロスの削減	成果指標	実証事業に参加したコンビニ店舗における通常時と比較した場合の食品廃棄に係る削減率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ ※実証事業は2025年度から実施するため、2024年度実績値は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	50	50
	活動実績／成果実績(%)	--	--	34	--
	達成率(%)	--	--	68	--

↓後続アウトカムへのつながり	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業の有効性が示されると、全国の地域における同様の取組の後押しにつながるため、本指標を中期アウトカムに設定した。

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

活動・成果目標と実績		2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	3	1	--	--	--	20
	活動実績／成果実績(自治体)	--	3	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	100	--	--	--	--	--

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

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる。	成果指標	事業系食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	219
	活動実績／成果実績(万t)	231	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 106-206-306-502

アクティビティ	食品衛生責任者・倉庫管理主任者の養成講習受講費用の補助やトレーサビリティの確保に資する在庫管理システムの導入・改修の経費補助による、フードバンク認証取得に向けた体制整備の支援、フードバンク認証制度の運用

アウトプット	活動目標	フードバンク認証取得に向けた体制整備の取組の実施	活動指標	フードバンク認証取得に向けた体制整備に取り組むフードバンクの団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	補助事業者からの報告を基に把握。
	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(団体数)	20
	活動実績／成果実績(団体数)	--

↓後続アウトカムへのつながり	フードバンク認証取得に向けた体制整備の取組は、認証フードバンクの増加の前提となる取組であるため、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	認証フードバンクの増加	成果指標	フードバンク認証を取得した団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	フードバンク認証制度の運用結果を基に把握。
	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(団体数)	--	10
	活動実績／成果実績(団体数)	--	--
	達成率(%)	--	--

↓後続アウトカムへのつながり	認証を取得したフードバンクが増加し、食品企業等からの大口の寄附促進につながれば、食品企業等で発生する未利用食品の有効活用が図られ、事業系食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、2030年度までに2000年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ５～６を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和７年３月公表)」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定（令和７年３月25日変更））」に基づき設定。

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる。	成果指標	事業系食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	219
	活動実績／成果実績(万t)	231	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和７年３月25日変更）
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/assets/consumer_education_cms201_250325_01.pdf
	該当箇所	P19

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	各種コンテストの実施、10月の食品ロス削減月間の啓発ポスターの作成に加えて、全国のコンビニエンスストアと連携した「てまえどり」キャンペーンを実施するなど全国規模での普及啓発を展開。更に、食品ロス削減に取り組む企業や消費者を増やすために「食品ロス削減自主宣言」及び「食品ロス削減推進サポーター」制度を実施した。これらの取組を通じて「2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる」、「食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とする」目標の達成を図っていく必要がある。 また、食品衛生責任者・倉庫管理主任者の資格取得に必要な経費の補助やトレーサビリティの確保に資する在庫管理システムの導入・改修の経費の補助を行うことによって、フードバンク認証取得に向けた体制整備の支援を行っている。フードバンクの認証取得に向けた体制整備の支援の成果の指標として、「フードバンク認証を取得した団体数」を置いており、こうした指標をもって事業の点検を行う。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	食品寄附や食べ残しの持ち帰りを促進するための枠組みづくりを推進するとともに、メリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努める。また、企業とのタイアップなどの非予算事業の強化にも着手する。 また、フードバンク認証取得に向けた体制整備支援事業は、令和８年度から新たに開始する事業であることから、事業開始後、公平な審査を通じた適切な執行に努める。その上で、事業の進捗状況や事業を執行する中で生じる課題を把握しつつ、成果を検証することで、今後の事業の運用や食品寄附に対する社会的信頼の向上に向けた施策の検討に活用する。これらを通じ、食品関連事業者等からのフードバンクへの食品寄附の促進を図ることで、「2030年度までに2000年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる」という長期的な目標の達成を図っていく。

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	--		

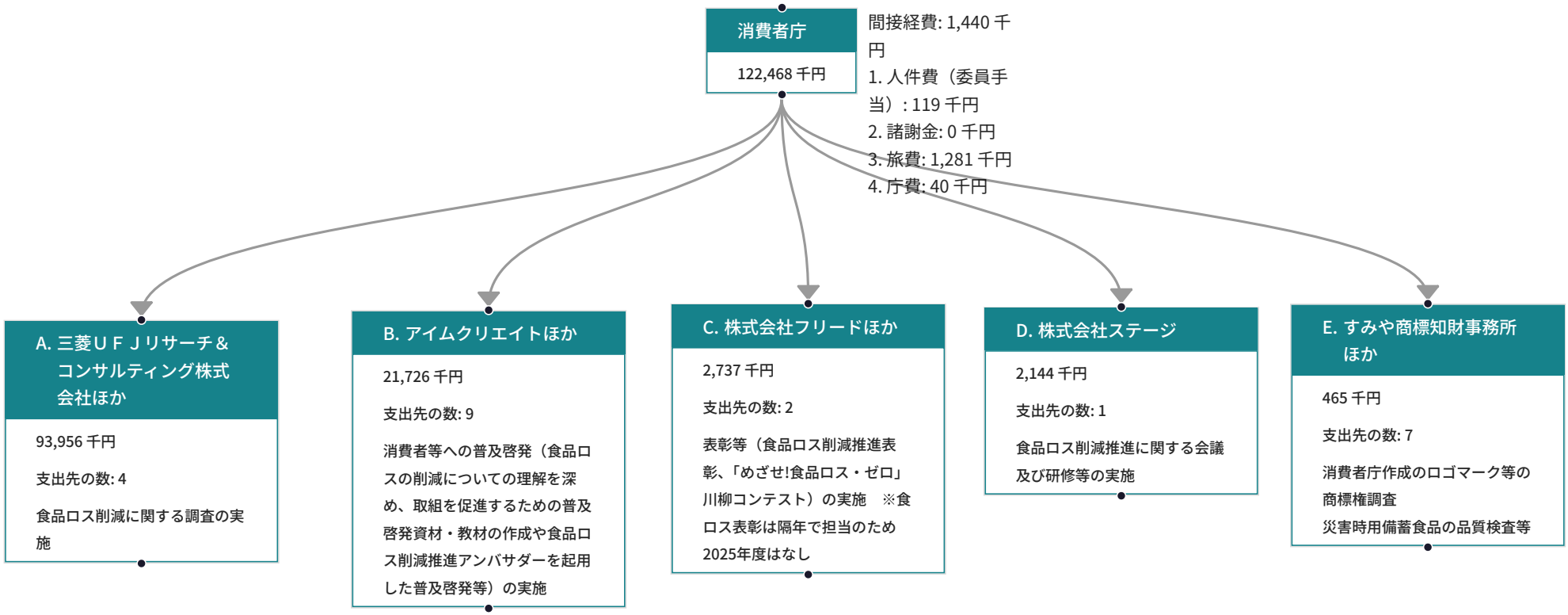
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・一般競争入札（総合評価落札方式）の一者応札については、その要因を分析し、一者応札の解消に努めること。 ・アウトプット（食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数、川柳コンテストの応募件数）の実績値が目標値を継続的に上回っていることから、これまでの実績値の推移を踏まえ、目標値の検証についても継続的に取り組んでいただきたい。

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。アウトプット指標の目標値については、実績値の推移を踏まえながら継続的に検証を行い、適切な目標設定に努めてまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
122,468 千円
間接経費: 1,440 千円
1. 人件費（委員手当）: 119 千円
2. 諸謝金: 0 千円
3. 旅費: 1,281 千円
4. 庁費: 40 千円
A. 三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社ほか
93,956 千円
支出先の数: 4
食品ロス削減に関する調査の実施
B. アイムクリエイトほか
21,726 千円
支出先の数: 9
消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等）の実施
C. 株式会社フリードほか
2,737 千円
支出先の数: 2
表彰等（食品ロス削減推進表彰、「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト）の実施　※食ロス表彰は隔年で担当のため2025年度はなし
D. 株式会社ステージ
2,144 千円
支出先の数: 1
食品ロス削減推進に関する会議及び研修等の実施
E. すみや商標知財事務所ほか
465 千円
支出先の数: 7
消費者庁作成のロゴマーク等の商標権調査
災害時用備蓄食品の品質検査等

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社ほか	93,956	4	食品ロス削減に関する調査の実施

支出先名	支出額	法人番号
三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	64,356	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
コンビニ型コミュニティパントリー導入実証に係る支援事業 一般競争契約（総合評価）	55,170	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため.
企業等の災害時用備蓄食料の入替え時における活用状況に係る実態等についての調査業務 一般競争契約（総合評価）	6,326	5	--	予定価格が類推されるおそれがあるため.
令和７年度食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	2,860	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

支出先名	支出額	法人番号
有限責任監査法人トーマツ	22,000	5010405001703

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品寄附等を促進するための枠組みづくりに係る支援事業 一般競争契約（総合評価）	22,000	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
クオン株式会社	6,745	4010401056883

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
オンライン・コミュニティを活用した食品ロス削減推進及びエシカル消費推進のための調査業務 一般競争契約（総合評価）	6,745	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
アイムクリエイト	855	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	
コンビニ型コミュニティパントリー導入実証におけるチラシの印刷業務 随意契約（少額）	855	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　アイムクリエイトほか	21,726	9	消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等）の実施

支出先名	支出額	法人番号
アイムクリエイト	11,143	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年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材の製造 随意契約（少額）	3,969	1	--	--
食品ロス削減ガイドブック及び食品ロス削減レシピ冊子の印刷業務 随意契約（少額）	3,421	1	--	--
令和７年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発動画の制作 随意契約（少額）	1,870	1	--	--
１０月食品ロス削減月間ポスター・食品ロス削減啓発ポスターの印刷 随意契約（少額）	915	1	--	--
食品ロス削減ガイドブックデジタルブック化業務 随意契約（少額）	440	1	--	--
令和７年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材データの制作 随意契約（少額）	330	1	--	--
食品ロス削減レシピ冊子の印刷業務 随意契約（少額）	198	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
吉本興業株式会社	3,486	2120001126730

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
わが国の食品ロス削減の取組に関するプロモーション動画の制作業務 随意契約（少額）	1,990	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
令和７年度食品ロス削減月間ポスターデザイン制作 随意契約（少額）	1,496	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社朝日広告社	1,671	2010001035026

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「おいしい食べきり」全国共同キャンペーン動画のデジタルサイネージの掲出 随意契約（少額）	1,671	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社タウン情報全国ネットワーク	1,320	7010001022168

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
地域情報誌における食品ロス削減の普及啓発業務 随意契約（少額）	1,320	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
Ｔｈｒｅｅ合同会社	1,133	5010403011530

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品ロス削減ガイドブックのデータ更新業務 随意契約（少額）	605	1	--	--
食品ロス削減特設サイト用掲載画像の作成業務 随意契約（少額）	330	1	--	--
食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量の啓発資材のデータ更新 随意契約（少額）	198	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
鉄道広告株式会社	1,067	8010001023248

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度食品ロス削減月間」ポスターデジタルサイネージ掲載 随意契約（少額）	660	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	
大阪の主要駅における「おいしい食べきり」全国共同キャンペーンポスターの掲出作業料 随意契約（少額）	407	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社太陽美術	810	6010601003790

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「食べもののムダをなくそうプロジェクト」に係る啓発用チラシ及び冊子の印刷業務 随意契約（少額）	484	1	--	--
食品ロス削減の啓発用クリアファイル増刷業務 随意契約（少額）	326	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	788	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
１０月食品ロス削減月間ポスター及び食品ロス削減啓発ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	590	1	--	--
食品ロス削減啓発冊子「食品ロス削減ガイドブック」の梱包発送 随意契約（少額）	198	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社メトロアドエージェンシー	308	1010401067272

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
東京メトロ全線１０月食品ロス削減月間ポスター掲出作業料 随意契約（少額）	154	1	--	--
東京メトロ全線における「おいしい食べきり」全国共同キャンペーンポスターの掲出 随意契約（少額）	154	1	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C	株式会社フリードほか	2,737	2	表彰等（食品ロス削減推進表彰、「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト）の実施　※食ロス表彰は隔年で担当のため2025年度はなし

支出先ブロック名	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
株式会社フリード	1,584	4010001065558

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営等業務 一般競争契約（最低価格）	1,584	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため.

支出先名	支出額	法人番号
Ｔｈｒｅｅ合同会社	1,153	5010403011530

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト受賞作品のポスター制作及び印刷業務 随意契約（少額）	1,153	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　株式会社ステージ	2,144	1	食品ロス削減推進に関する会議及び研修等の実施

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ステージ	2,144	3013301015869

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和７年度食品ロス削減推進に関する会議等オンライン運営業務 随意契約（少額）	1,652	1	--	--
食品ロス削減推進サポーター向けフォローアップ研修オンライン運営業務 随意契約（少額）	492	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　すみや商標知財事務所ほか	465	7	消費者庁作成のロゴマーク等の商標権調査 災害時用備蓄食品の品質検査等

支出先名	支出額	法人番号
すみや商標知財事務所	314	9999999999999

支出先ブロック名	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
消費者庁作成のロゴマーク及びキャラクター等のデザイン並びに標準文字の商標権調査業務 随意契約（少額）	314	1	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
公益社団法人日本食品衛生協会	59	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
消費者庁備蓄食品の有効活用（提供）に伴う品質検査 随意契約（少額）	59	1	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
佐川急便株式会社	40	8130001000053		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和７年度荷物等の配送業務（６月分・第２０回食育推進全国大会荷物発送） 随意契約（少額）	40	1	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
一般財団法人工業所有権電子情報化センター	21	5010005016746		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「食の環」、「エシカちゃん」及び「ルー博士」の商標登録出願に係る電子化手数料 随意契約（少額）	21	1	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
セーラー広告株式会社	19	9470001002353		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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２０回食育推進全国大会におけるブース設営備品レンタル 随意契約（少額）	19	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
個人１	8	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
２０２５年大阪・関西万博視察における立替払 随意契約（少額）	8	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
個人２	4	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
「ＭＯＴＴＡＩＮＡＩをはじめようフェス」～（着ぐるみ）の返送費用の立替払 随意契約（少額）	4	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	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	コンビニ型コミュニティパントリー導入実証に係る支援事業	雑役務費	コンビニ型コミュニティパントリー導入実証に係る支援事業	55,170
B	アイムクリエイト	令和７年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材の製造	雑役務費	令和７年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材の製造	3,969
C	株式会社フリード	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営等業務	雑役務費	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業	1,584
D	株式会社ステージ	令和７年度食品ロス削減推進に関する会議等オンライン運営業務	雑役務費	令和７年度食品ロス削減推進に関する会議等オンライン運営業務	1,652
E	すみや商標知財事務所	消費者庁作成のロゴマーク及びキャラクター等のデザイン並びに標準文字の商標権調査業務	雑役務費	消費者庁作成のロゴマーク及びキャラクター等のデザイン並びに標準文字の商標権調査業務	314

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

--