

## 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	2024	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		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	消費者基本法に規定する「消費者基本計画」に基づく、関係府省庁等による具体的施策について、刻々と変化する消費者を取り巻く環境に柔軟に対応するため、工程表の検証・評価及び見直しを行うとともに、「消費者基本計画」自体の定期的な見直しにより、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現を目指す。				
	現状・課題	次期（第5期）「消費者基本計画」の策定に向け、インターネット取引環境の急激な進展や国際的取引の普遍化など、消費者を取り巻く環境の変化に柔軟に対応する必要がある。 また、現行計画（第4期）における具体的施策について、工程表を作成しているが、政策効果を把握する手法がない。				
	事業の概要	次期「消費者基本計画」の策定に向け、社会状況の変化等を踏まえ、消費者が将来的に直面し得る課題について洗い出しを行うとともに、消費者保護の実現に関する政策効果の把握手法を確立するための基礎的材料を得る。				
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/</a>				
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3年6月15日）	--				
	消費者基本計画工程表（令和5年6月13日）	--				
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

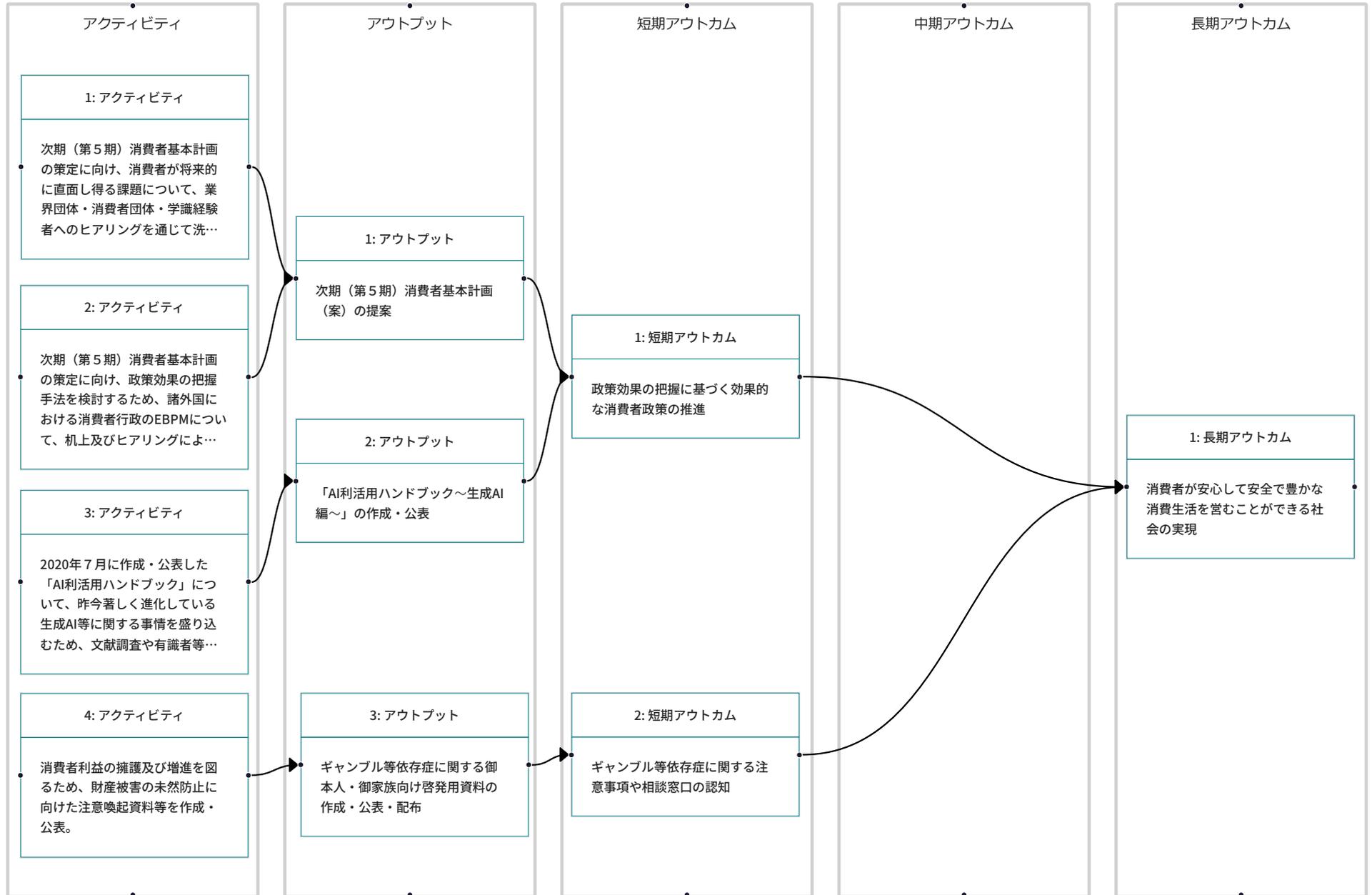
予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	10,500	51,500	58,268	109,195
	当初予算	15,700	11,500	51,000	71,178	--
	補正予算	100,000	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	100,000	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	115,700	111,500	51,000	71,178	0
	執行額	12,000	93,200	43,766	--	--
	執行率	10.4%	83.6%	85.8%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	46,648	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	70,695	108,712
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	325	325
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	158	158	

主な増減理由	新規・要望枠として「「送料無料」表示の見直しに関する調査」を要求するため	その他特記事項	--
--------	--------------------------------------	---------	----

# 効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	次期（第5期）消費者基本計画の策定に向け、消費者が将来的に直面し得る課題について、業界団体・消費者団体・学識経験者へのヒアリングを通じて洗い出しを行い、課題の対応方針の作成に当たっては、PIO-NET情報の活用や庁内担当部局と意見交換を実施。			
アウトプット	活動目標	次期（第5期）消費者基本計画（案）の提案	活動指標	ヒアリング実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	ヒアリングは協会等：17団体、有識者：4名、海外当局：4か国へ実施。 第5期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会（第1回・第2回）開催。	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値		--	--
	活動実績／成果実績		25	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	次期（第5期）消費者基本計画に基づき、消費者政策を立案。			
短期アウトカム	成果目標	政策効果の把握に基づく効果的な消費者政策の推進	成果指標	主要施策に関する何らかの評価手法の導入
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	評価手法の確立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	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。			

長期アウトカム	成果目標	消費者が安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	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	各施策の推進によって達成されるものであり、1つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--

アクティビティからの発現経路 2-1-1-1

アクティビティ	次期（第5期）消費者基本計画の策定に向け、政策効果の把握手法を検討するため、諸外国における消費者行政のEBPMについて、机上及びヒアリングにより基礎的材料を得る。諸外国におけるEBPMの動向や消費者行政の先進事例等を踏まえ、EBPMの必要性や適用すべき分野等の検討を実施。また、工程表の見直しを検討。			
アウトプット	活動目標	次期（第5期）消費者基本計画（案）の提案	活動指標	ヒアリング実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	ヒアリングは協会等：17団体、有識者：4名、海外当局：4か国へ実施。 第5期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会（第1回・第2回）開催。	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値		--	--
	活動実績／成果実績		25	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	次期（第5期）消費者基本計画に基づき、消費者政策を立案。			
短期アウトカム	成果目標	政策効果の把握に基づく効果的な消費者政策の推進	成果指標	主要施策に関する何らかの評価手法の導入
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	評価手法の確立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	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。			

長期アウトカム	成果目標	消費者が安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	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	各施策の推進によって達成されるものであり、1つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--

アクティビティからの発現経路 3-2-1-1

アクティビティ	2020年7月に作成・公表した「AI活用ハンドブック」について、昨今著しく進化している生成AI等に関する事情を盛り込むため、文献調査や有識者等へのヒアリングを実施。			
アウトプット	活動目標	「AI活用ハンドブック～生成AI編～」の作成・公表	活動指標	ハンドブック作成数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値		--	--
	活動実績／成果実績		1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	文献調査やヒアリングで得た情報を「AI活用ハンドブック～生成AI編～」に反映し、消費者政策の立案に活用。			
短期アウトカム	成果目標	政策効果の把握に基づく効果的な消費者政策の推進	成果指標	主要施策に関する何らかの評価手法の導入
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	評価手法の確立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	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。			

長期アウトカム	成果目標	消費者が安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	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	各施策の推進によって達成されるものであり、1つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--

アクティビティからの発現経路 4-3-2-1

アクティビティ	消費者利益の擁護及び増進を図るため、財産被害の未然防止に向けた注意喚起資料等を作成・公表。			
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	ポスター配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値		--	--
	活動実績／成果実績		25,250	--
↓ 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機構病院機構、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	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認知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	ギャンブル等依存症問題に対する消費者の意識・行動の変容。			

長期アウトカム	成果目標	消費者が安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	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	各施策の推進によって達成されるものであり、1つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値		--	
	活動実績／成果実績		--	
	達成率(%)		--	
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

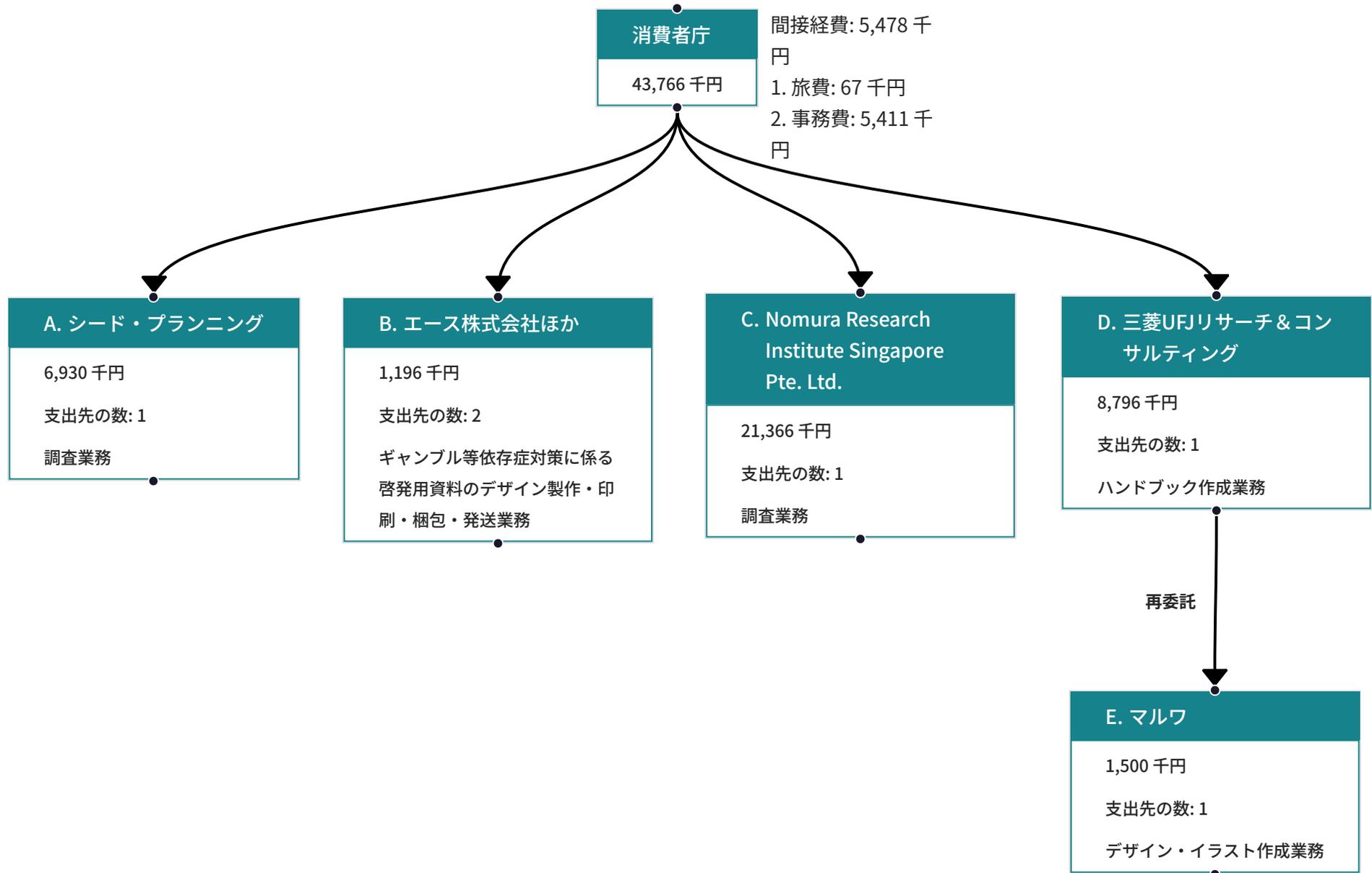
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>【必要性】 消費者基本法の規定に基づく「消費者基本計画」について、現行計画（第4期）の計画期間満了に伴う次期計画（案）の作成に向け、社会状況等の変化に基づき消費者が直面し得る課題の抽出・分析、及び施策効果の把握手法の確立が必要である。</p> <p>【効率性・効果】 分析結果を踏まえ、第5期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会を2回実施。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	第5期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会（第3回・第4回）を実施。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	<p>・本事業は、長期的な視点に立ち、将来にわたる消費者政策における課題を探り、また、消費者政策の効果検証手法など基礎的なノウハウを蓄積しながら、中期的な計画内容を策定していく、いわば消費者政策の基盤となる事業と理解される。従って、その性格からして、個別の事業評価におけるように、評価指標として短期・中期・長期のアウトカムを機械的に設定することは必ずしも適切でない面があるように思う。今回のレビューシートの内容に関しても、来たる第5期に向けた準備作業の準備に、より焦点を当てたものにすべきかと思う。上記の考え方からしても、個別の対策項目である「ギャンブル依存症対策」が、案件として複数課にまたがるという事情から本事業に含まれていることは、適切ではなかったように思う。</p> <p>・消費者基本計画等の検討に向けて、様々な者から意見を聴取することは重要であり、アクティビティのヒアリング実施件数については属性別の内訳を示す等、より実態を分かり易く表現することも一案ではないか。</p> <p>・短期アウトカムについて、「評価手法の確立」を検討中なので定性的な評価しかできないと説明があるが、「消費者基本計画」の策定自体が事業になっているので、本来、その計画策定の巧拙、充実がその事業の成果の対象になるべきだが、そもそもそれを評価する視点がはっきりしないため、基本計画自体の巧拙を評価する手法というものではなく、個別の事業に対する評価手法の確立ということなのではないか。とすると、基本計画それ自体のパフォーマンスは、個別事業を実施する各事業部門の対応のあり方に依存するので、因果関係を描写しにくいのではないだろうか。</p> <p>・基本計画の策定それ自体は消費者庁の常勤職員が策定すると思われるが、その検討は支出先である業者はどこまでコミットするのか。支出額に現れない消費者庁側の労務量が圧倒的に大きい（有識者懇談会への準備作業等）のではないか。そうすると支出に対する評価がやや難しくなると思われる。</p>		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	有識者点検にて指摘のあった、消費者基本計画などの中期計画に係る事業等と個別事業の効果発現経路を別々で設定することを検討されたい。 引き続き一般競争入札により競争性を確保しつつ、適切な予算執行に努めていただきたい。

所見を踏まえた 改善点／概算要 求における反映 状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「ギャンブル等依存症対策」について、効果発現経路を別立てで設定した。</li> <li>・ヒアリングの属性別の内訳については、活動目標及び活動実績の欄に追記した。</li> <li>・御指摘のとおり、個別の事業の取組状況は、これを実施する事業部門の対応の在り方に依存するが、今回業務の目的である消費者基本計画が消費者政策の大綱という性質を踏まえ、政策の理念と個別事業の効果の関連性及び個別事業の取組状況が国民に分かりやすく伝えられるよう、計画を仕立てていきたい。</li> <li>・引き続き一般競争入札により競争性を確保しつつ、適切な予算執行に努めてまいりたい。</li> </ul>			
公開プロセス・ 秋の年次公開検 証（秋のレビュ ー）における取 りまとめ	--			
その他の指摘事 項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A シード・プランニング	6,930	1	調査業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社シード・プランニング	6,930	9010001144299		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	消費者基本計画に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	6,930	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	
	B エース株式会社ほか	1,196	2	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷・梱包・発送業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	エース株式会社	797	5010501046486		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷業務 随意契約（少額）	797	3	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
朝日梱包株式会社	399	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・随契理由	
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・発送業務 随意契約（少額）	399	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		
C Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	21,366	1	調査業務		
支出先名	支出額	法人番号			
Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	21,366	--			

契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者政策の政策効果測定・検証に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）		21,366	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	
D 三菱UFJリサーチ&コンサルティング		8,796	1	ハンドブック作成業務	
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		8,796	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・随契理由
生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務 一般競争契約（総合評価）		8,796	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	
E マルフ		1,500	1	デザイン・イラスト作成業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社マルフ		1,500	1180001024335		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務 その他(再委託契約)		1,500	--	--	--

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	株式会社シード・プランニング	消費者基本計画に関する調査業務	雑役務費	消費者基本計画に関する調査業務	6,930
	B	エース株式会社	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷業務	印刷製本費	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷業務	797
	C	Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	消費者政策の政策効果測定・検証に係る調査業務	雑役務費	消費者政策の政策効果測定・検証に係る調査業務	21,366
	D	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	生成系AIを踏まえた「AI活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	雑役務費	生成系AIを踏まえた「AI活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	8,796
	E	株式会社マルワ	生成系AIを踏まえた「AI活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	雑役務費	生成系AIを踏まえた「AI活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	1,500

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

その他備考

--

## 消費者財産被害対応

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   消費者政策課				
	作成責任者	吉田健一				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000425	事業開始年度	2010	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		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		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>
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5年度は1万663件）やPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム。令和5年度は90万件）等には多くの情報が寄せられており、当該情報を速やかに分析し、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出する必要がある。 このうち、措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する必要がある。				
	事業の概要	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知やPIO-NET、有識者との情報交換会等において最新の情報を収集し、寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析する。 さらに、分析した情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、必要な調査を行った上で、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十二条	2	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十三条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第三十八条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第四十条	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3年6月15日改定）第5章1（2）①及び②	--			
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

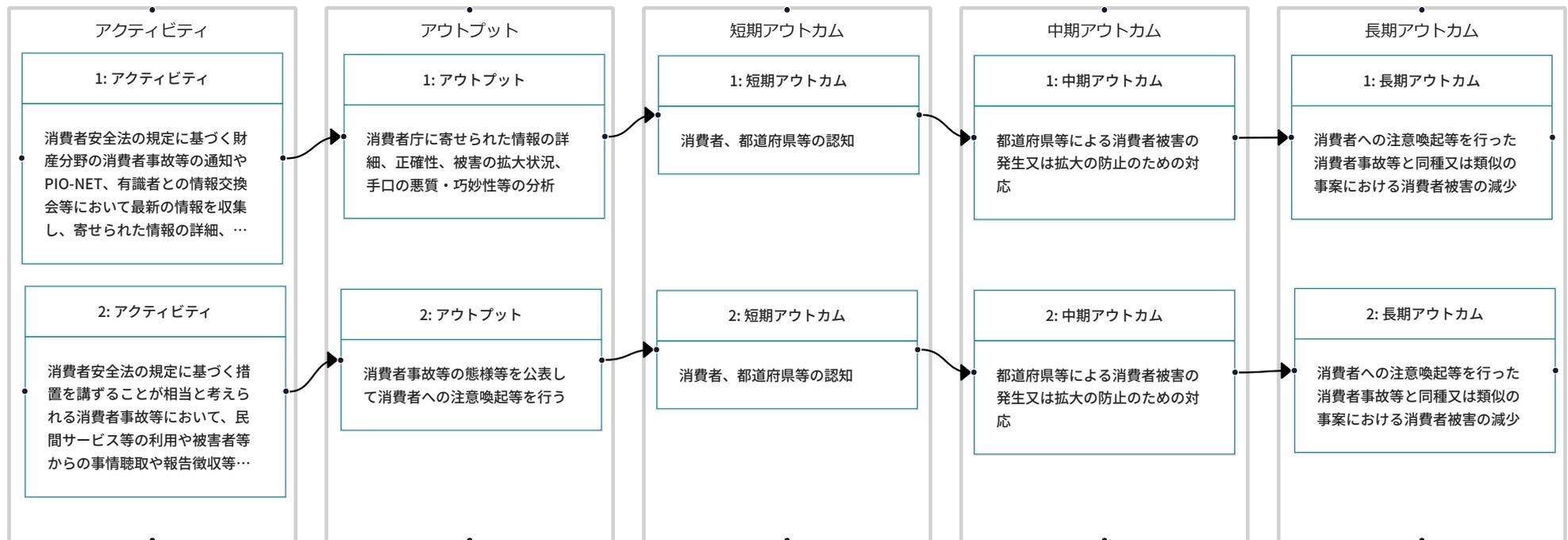
予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	27,000	26,000	26,346	26,568
	当初予算	27,000	26,000	26,000	26,485	--
	補正予算	△500	△100	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	26,500	25,900	26,000	26,485	0
	執行額	22,000	33,000	15,393	--	--
	執行率	83%	127.4%	59.2%	--	--

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	--	0	--			
		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			--	12,346	12,312
		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			--	8,820	8,937
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費			--	2,037	2,037
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費			--	1,602	1,602
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費			--	1,131	1,131
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--	549	549

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

# 効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

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	--	成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	10,949	10,394	10,663	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>消費者庁に寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析し、消費者庁内や独立行政法人国民生活センターとの間でお互いの情報を共有する。</p> <p>さらに、消費者庁が分析した情報や国民生活センターから共有された最新の情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、民間サービス等の利用、被害者等からの事情聴取・報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入手する。</p> <p>そして、調査により入手した情報を元に、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。</p>				
短期アウトカム	成果目標	消費者、都道府県等の認知	成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	都道府県等に対しては、消費者安全法の規定に基づく情報提供をすることで認知させる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			目標年度 2023年度	2024年度	
	当初見込み／目標値(件)		--	--	
	活動実績／成果実績(件)		527,025	--	
	達成率(%)		--	--	
↓ 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。	成果実績及び目標値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	--

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

 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。	成果実績及び目標値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	--

活動・成果目標 と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等において、民間サービス等の利用や被害者等からの事情聴取や報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入手し、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	--	成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	22	26	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	都道府県等に対しては、消費者安全法の規定に基づく情報提供をすることで認知させる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		目標年度 2023年度		2024年度	
	当初見込み／目標値(件)		--	--	
	活動実績／成果実績(件)		527,025	--	
	達成率(%)		--	--	
↓ 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。	成果実績及び目標値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	--
活動・成果目標と実績				2024年度
	当初見込み／目標値	--		
	活動実績／成果実績	--		
	達成率(%)	--		
↓ 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。	成果実績及び目標値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	--

活動・成果目標 と実績			2024年度
	当初見込み／目標値		--
	活動実績／成果実績		--
	達成率(%)		--
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	--	
	URL	--	
	該当箇所	--	

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>&lt;必要性&gt; 消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、必要があると認めるときは、消費者安全法の規定に基づき消費者への注意喚起等を行うこととされている。</p> <p>&lt;効率性&gt; 効率的な調査に努めるとともに、注意喚起等の公表については、記者発表だけでなく消費者庁ウェブサイトへの掲載やSNSでの配信、都道府県等に情報提供するなど情報発信に係る効率性に配慮して行っている。</p> <p>&lt;効果&gt; 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、「人気インテリア家具や雑貨等の公式通信販売サイトを装った偽サイトに関する注意喚起」（令和5年4月26日公表）に関し、公表後に偽サイトが閉鎖されるなど、消費者被害の発生又は拡大の防止のために一定の効果があった。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	<p>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、「人気インテリア家具や雑貨等の公式通信販売サイトを装った偽サイトに関する注意喚起」（令和5年4月26日公表）に関し、公表後に偽サイトが閉鎖されるなど、消費者被害の発生又は拡大の防止のために一定の効果があった。</p>		
	改善の方向性	<p>点検結果を踏まえ、引き続き、効率的に事業を執行していく。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2019
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	2023年度は、予算額に対する執行率が低いため、執行率の向上に向けた取組を検討いただきたい。
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	執行率の向上に向けた取組を検討してまいりたい。			
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	--			

消費者庁

15,394 千円

間接経費: 15,394  
千円

1. 人件費: 5,591 千  
円

2. 諸謝金: 41 千円

3. 旅費: 1,200 千円

4. 事務費: 8,562 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	2024		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		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	新たなインターネット関連の技術やサービスの出現に伴い、多くの消費者を巻き込むトラブルが発生する例も見られることから、特に優先的な対応が求められると考えられる分野を抽出して消費者の動向を把握し、消費者保護の必要性等を判断するための基礎的材料を得る。				
	現状・課題	インターネット取引が著しく進展し、消費者トラブルの実態が把握できていない。				
	事業の概要	ブロックチェーン技術を用いた新しいインターネットの在り方である「Web3」に着目し、最新事例や消費者トラブル等の調査・分析を行う。				
	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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定）第3章2.（4）デジタル化により実現するSociety5.0への対応	--				
	消費者基本計画工程表（令和2年7月7日消費者政策会議決定、令和3年6月15日改定）1.（2）⑨エ インターネット上の消費者トラブルへの対応	--				
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)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	13,000	13,000	13,278	13,276
	当初予算		13,000	13,000	13,000	13,278	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		13,000	13,000	13,000	13,278	0
	執行額		13,000	13,000	8,800	--	--
	執行率		100%	100%	67.7%	--	--

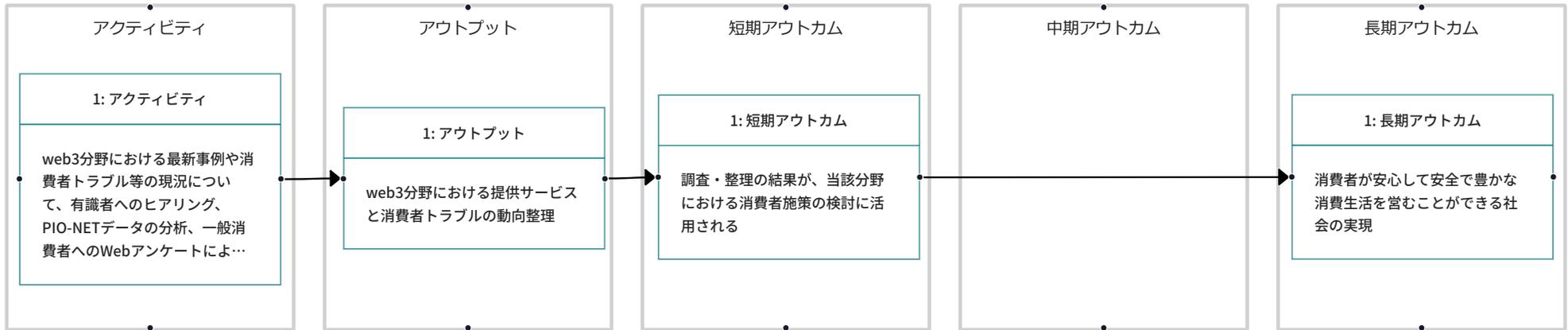
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--		0	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	13,278	13,276	

主な増減理由	単価の変動のため。	その他特記事項	--

# 効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

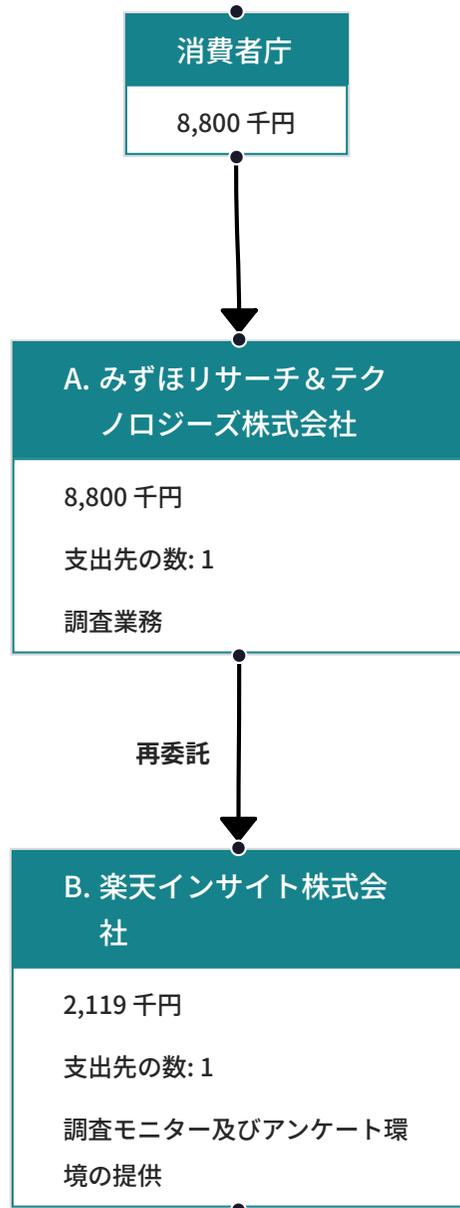
アクティビティ	web3分野における最新事例や消費者トラブル等の現況について、有識者へのヒアリング、PIO-NETデータの分析、一般消費者へのWebアンケートにより調査・分析する。			
アウトプット	活動目標	web3分野における提供サービスと消費者トラブルの動向整理	活動指標	業界団体・有識者等へのヒアリング主体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	業界団体・有識者等へのヒアリングに加え、5,000人を対象にwebアンケートを実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度
	当初見込み/目標値		--	--
	活動実績/成果実績		10	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	web3分野における提供サービスと消費者トラブルの動向整理を踏まえ、消費者保護を要すると判断された場合に、消費者施策の検討へつなげる。			
短期アウトカム	成果目標	調査・整理の結果が、当該分野における消費者施策の検討に活用される	成果指標	各施策の検討における活用状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	web3分野も含めたデジタル化対応に関する調査結果を庁内部での検討に活用している。	成果実績及び目標値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	検討での活用や検討内容については、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	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み/目標値			--
	活動実績/成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	--			

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	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	各施策の推進によって達成されるものであり、1つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値		--	
	活動実績／成果実績		--	
	達成率(%)		--	
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・技術革新に伴う新たな消費者取引の形態であり、社会状況の変化等に応じた消費者行政の推進判断に不可欠なもの。</li> <li>・取引形態やサービスの利用状況は刻々と変化するため、引き続き、消費者動向やトラブルの実態をフォローする必要がある。</li> </ul>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	今回の点検結果を踏まえ、動向変改に注視しつつ、今後の継続調査の有無を判断する。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	<ul style="list-style-type: none"> <li>・業界団体・有識者等へのインタビュー、5000人規模のwebアンケートなどを駆使して取引状況の動向を捉えようとして努力しているものと見るが、それらを通じて得られた情報の分析内容等は明らかにされておらず、また、その成果は内部で活用しているとしながらも、内部での活用の効果も明らかにされていないとも言えない。すべてが公開されねばならないとは思わないが、EBPMが重視される中においては、内部での活用とはいえ、具体的にどの部門でどこまで活用実績があるのかという情報や部門ごとに関連する活用法のマインドマップを示したり、インターネット取引におけるトラブル解決に、どのような変化をもたらしているのかを指す具体的な指標を示す努力が求められるのではないか。</li> <li>・調査内容の一つである、PIO-NETのビックデータ分析については、新未来創造戦略本部の知見等も活用し、分析を内製化して迅速かつ適時に実施できる状況にすることが期待される。また、新未来創造戦略本部で実施されているモデルプロジェクト等、他事業での検討・調査と本事業の調査との連携や役割分担を明確にし、本事業の効果をより高めていくことが望ましい。</li> <li>・長期アウトカム等が記載されていないが、なんらかのターゲットは示すべきではないか。</li> </ul>		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図られたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回業務を通じて、web3サービスに対する消費者の参入熟度が限定的であることが確認されたが、引き続きPIO-NETの情報等により動向を観察し、更なる対応の要否判断についての相対指標としていきたい。</li> <li>・本事業の効果を高めるよう、新未来創造戦略本部との連携を図ってまいりたい。</li> <li>・長期アウトカムについて記載した。</li> <li>・引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図ってまいりたい。</li> </ul>		

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



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A	みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社	8,800	1	調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社		8,800	9010001027685		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	web3分野における利用者保護に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）		8,800	5	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B	楽天インサイト株式会社	2,119	1	調査モニター及びアンケート環境の提供	
	支出先名		支出額	法人番号		
	楽天インサイト株式会社		2,119	8010701019594		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
web3分野における利用者保護に係る調査業務 その他(再委託契約)		2,119	--	--	--	
費目・用途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	用途	金額	
	A	みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社	web3分野における利用者保護に係る調査業務	雑役務費	web3分野における利用者保護に係る調査業務	8,800
	B	楽天インサイト株式会社	web3分野における利用者保護に係る調査業務	雑役務費	web3分野における利用者保護に係る調査業務	2,119
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	松本光好				
	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	2024	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		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和4年法律第105号。以下「不当寄附勧誘防止法」又は「法」という。）の規定による法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。				
	現状・課題	不当寄附勧誘防止法は、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者を保護する観点から、法人等による個人に対する寄附の勧誘に関して、配慮義務（法第3条）及び禁止行為（法第4条及び第5条）を規定している。これら配慮義務及び禁止行為に対しては、違反に対する行政上の措置（法第6条及び第7条）を規定しているところ、法を厳正に運用するとともに、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の着実な収集につながるよう、法の規定や消費者庁への情報提供方法について周知啓発を実施する必要がある。また、法附則第5条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する必要がある。				
	事業の概要	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。あわせて、被勧誘者及び法人等向けに、説明会や周知動画等を通じ、法の規定や趣旨の周知啓発を実施し、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。加えて、法附則第5条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。				
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>				
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				
	消費者基本計画工程表（令和5年6月13日改定）重要項目3.	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf</a>				
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	
	要求額		--	70,000	63,000	
	当初予算		77,000	70,000	--	
	補正予算		--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	
	予備費等		--	--	--	
	計		77,000	70,000	0	
	執行額		63,262	--	--	
	執行率		82.2%	--	--	

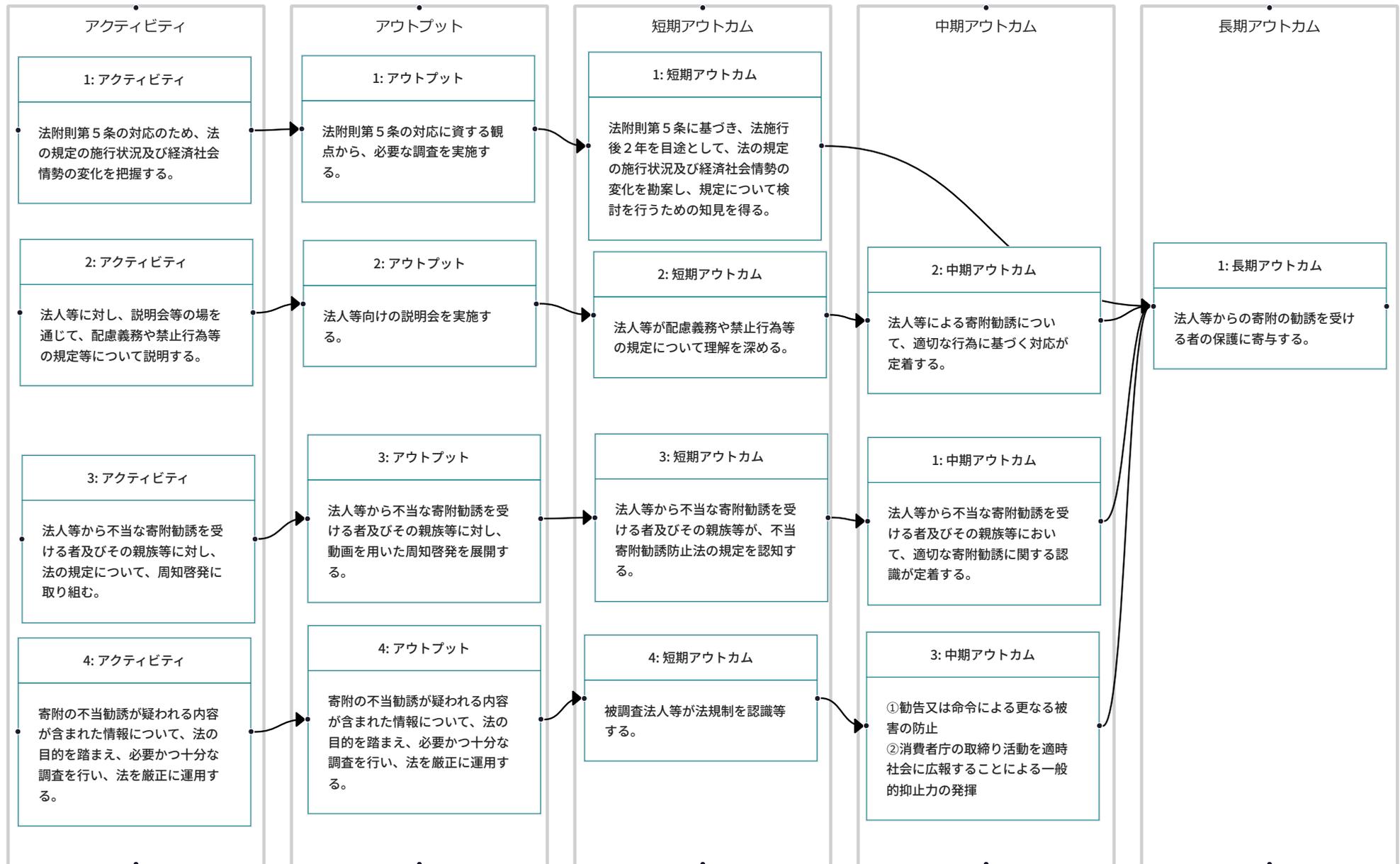
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	65,760	58,697
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 消費者政策費 諸謝金		--	193	194
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 消費者政策費 職員旅費		--	4,047	4,109	

主な増減理由	シーリングに基づく減額をしたもの。	その他特記事項	--
--------	-------------------	---------	----

# 効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	法附則第5条の対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。			
アウトプット	活動目標	法附則第5条の対応に資する観点から、必要な調査を実施する。	活動指標	実施調査数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	①諸外国における寄附に関する制度を把握するための海外調査の実施 ②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ための調査の実施	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値		1	--
	活動実績／成果実績		1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第5条の対応に資する調査を実施し、知見を収集することで、法附則第5条に基づき、法施行後2年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずる。			
短期アウトカム	成果目標	法附則第5条に基づき、法施行後2年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を行うための知見を得る。	成果指標	検討に資する知見の集約等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	諸外国における寄附に関する制度の把握など必要な知見の確保を達成するとともに、法附則第5条に基づく対応の際に活用していく。	成果実績及び目標値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	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 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6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。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値		--	
	活動実績／成果実績		--	
	達成率(%)		--	

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1

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	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(人)		500	200
	活動実績／成果実績(人)		550	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等向けの説明会を通じて、法人等が配慮義務や禁止行為等の規定について理解を深める。			
短期アウトカム	成果目標	法人等が配慮義務や禁止行為等の規定について理解を深める。	成果指標	法人等の配慮義務や禁止行為等の規定についての理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法人等向け説明会については、法人等関係者合計約550名の参加があり、アンケート結果において、参加法人の種別割合が、多い順に、学校法人43.5%、公益財団法人13.8%、NPO法人6.2%であった。また、参加者の72%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99%が説明会で法の理解が深まったと回答している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	説明会参加者を対象にアンケートを実施し、計315名から回答を得た結果を集計
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)		80	80
	活動実績／成果実績(%)		99	--
	達成率(%)		123.8	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等の不当寄附勧誘防止法に対する理解が深まることで、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。			

中期アウトカム	成果目標	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。	成果指標	法人等による寄附勧誘における適切な行為に基づく対応の定着
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、中期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	不当寄附勧誘防止法は、その規模や活動内容等を問わず、広く法人等（法人又は法人でない社団若しくは財団で代表者若しくは管理人の定めがあるもの）を対象としており、世の中には多種多様な法人等が存在するため、多種多様な法人等の寄附勧誘行為を網羅的に把握したうえで、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護が図られる。			
--------------------	--	--	--	--

長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和6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。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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

アクティビティからの発現経路 3-3-3-1-1

アクティビティ	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等に対し、法の規定について、周知啓発に取り組む。			
アウトプット	活動目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等に対し、動画を用いた周知啓発を展開する。	活動指標	YouTube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	国民向けの周知啓発については、配慮義務及び禁止行為の内容を分かりやすいイラストで示した不当寄附勧誘防止法ポスターを作成し、全国の大学、消費生活センター等、中央公民館及び東京メトロ駅構内などに対し、約37,000枚を配布した。また、15秒の周知動画を作成し、当該動画を用いた広告について、各種広告媒体に掲載したところ、コンビニエンスストアPOSレジ広告については全国の小売店舗13,904店に掲載し、YouTube広告については68万回以上の視聴回数を獲得した。	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(回)		650,000	--
	活動実績／成果実績(回)		681,012	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	動画を用いた周知啓発により、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が、不当寄附勧誘防止法の規定について認知する。			
短期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が、不当寄附勧誘防止法の規定を認知する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における不当寄附勧誘防止法の規定の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値(%)			--
	活動実績／成果実績(%)			--
	達成率(%)			--

↓ 後続アウトカム へのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が不当寄附勧誘防止法の規定について認知することで、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。				
	中期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等において、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における適切な寄附勧誘に関する認識の定着
		定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、中期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
		定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度		
	当初見込み／目標値		--		
	活動実績／成果実績		--		
	達成率(%)		--		
↓ 後続アウトカム へのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における適切な寄附勧誘に関する認識が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。				
	長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
		定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和5年6月1日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和6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。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
		定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度		
	当初見込み／目標値		--		
	活動実績／成果実績		--		
	達成率(%)		--		

アクティビティからの発現経路 4-4-3-1

アクティビティ	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。			
アウトプット	活動目標	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。	活動指標	調査対象情報件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(件)		--	--
	活動実績／成果実績(件)		97	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用することで、被調査法人等の法規制の認識等につながる。			
短期アウトカム	成果目標	被調査法人等が法規制を認識等する。	成果指標	被調査法人等の法規制の認識等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和5年4月1日から令和6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。	成果実績及び目標値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	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 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	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値			
	活動実績／成果実績			
	達成率(%)			
↓ 後続アウトカムへのつながり	勧告又は命令による更なる被害の防止及び消費者庁の取締り活動の社会への広報による一般的抑止力の発揮を通じ、法人等から寄附の勧誘を受ける者の保護が図られる。			
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6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。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績				2024年度
	当初見込み／目標値			
	活動実績／成果実績			
	達成率(%)			
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

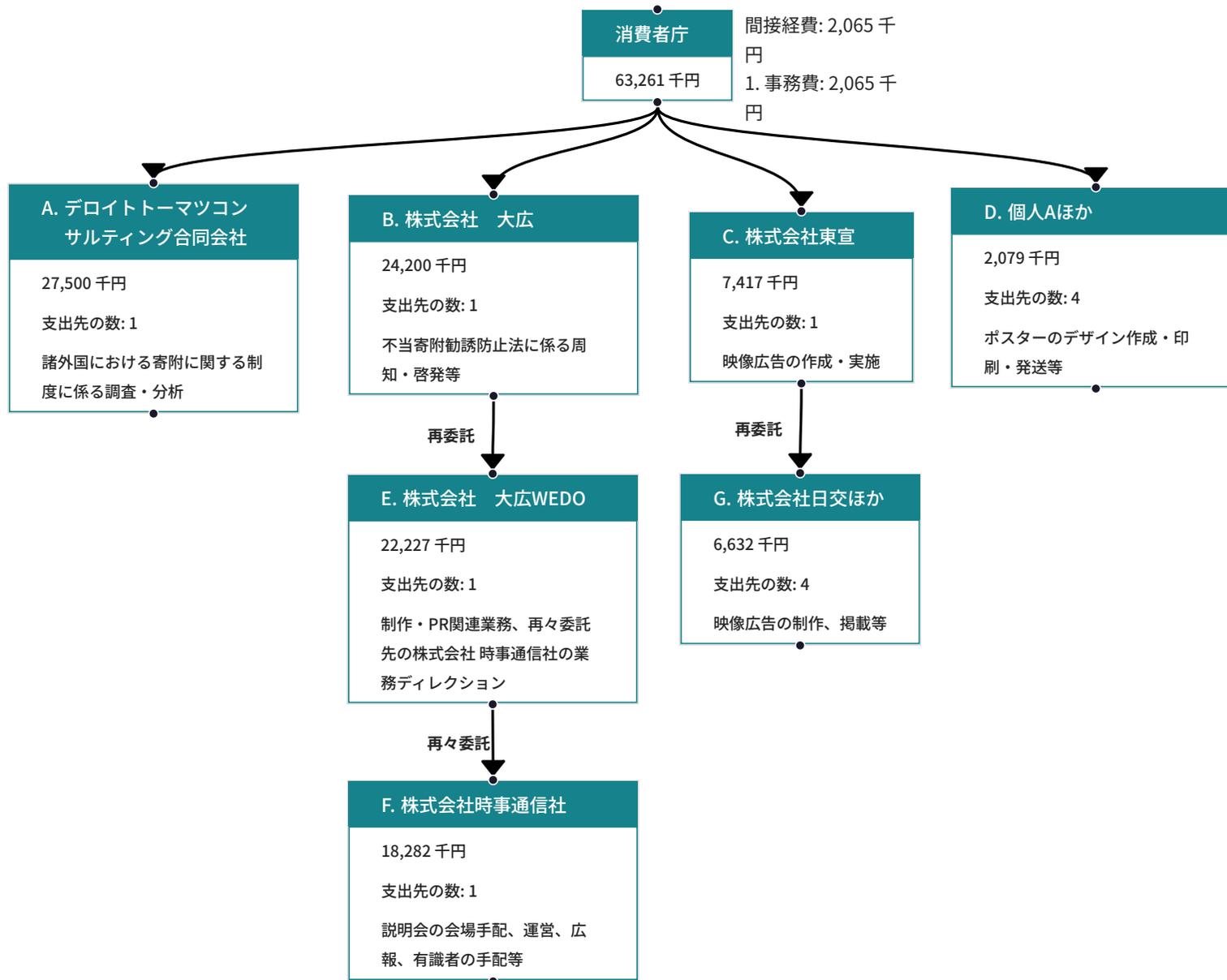
<p>事業所管部局による点検・改善</p>	<p>点検結果</p>	<p>令和5年度においては、主に、①国民及び法人等向けの周知啓発、②寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査、及び③諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析を実施した。</p> <p>具体的には、①について、令和4年12月の法成立から令和4年度末までの間において、既に法の解説資料（Q&amp;A形式）や逐条解説、啓発チラシ等を作成・公表していたことを踏まえ、令和5年度においては、これらも活用しつつ、法人等向け説明会を実施するとともに、国民向けの幅広い法の周知が必要との観点から、配慮義務及び禁止行為の内容を分かりやすいイラストで示した不当寄附勧誘防止法ポスターの作成及び配布、並びに15秒動画の作成及び当該動画を用いた各種広告媒体（電車の映像広告、コンビニエンスストアPOSレジ広告及びYouTube広告）での周知を行った。</p> <p>法人等向け説明会については、法人等関係者合計約550名の参加があり、アンケート結果において、参加法人の種別割合が、多い順に、学校法人43.5%、公益財団法人13.8%、NPO法人6.2%であった。また、参加者の72%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99%が説明会で法の理解が深まったと回答している。以上から、説明会実施の効果が認められると考える。また、国民向けの周知啓発については、不当寄附勧誘防止法ポスターを全国の大学、消費生活センター等、中央公民館及び東京メトロ駅構内などに対し、約37,000枚を配布した。15秒動画による広告については、令和6年3月11日から同月20日の期間において、各種広告媒体に掲載し、コンビニエンスストアPOSレジ広告については全国の小売店舗13,904店に掲載し、YouTube広告については68万回以上の視聴回数を獲得した。これら様々な広報手法を通じて、周知啓発を行うことにより、不当寄附勧誘防止法の認識について、一定の社会的浸透を果たしたものと考える。</p> <p>②について、消費者庁ウェブフォーム、全国の消費生活センター等、靈感商法等対応ダイヤルの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5年度における対応状況として公表した「寄附の不当勧誘に係る情報の受理・処理等件数表」（※）のとおり、調査対象情報として97件を受理し、そのうち85件について調査結果に基づく処理を行った。残りの12件について令和6年度以降引き続き調査継続する。</p> <p>（※）<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/assets/donation_solicitation_240509_0001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/assets/donation_solicitation_240509_0001.pdf</a></p> <p>③について、諸外国における寄附に関する制度を把握するため、米国、英国、ドイツ、フランス、韓国の5か国について海外調査を実施した。その結果、寄附に関する制度の概要や運用実態をはじめ、知見の収集を達成した。</p> <p>上記①～③の令和5年度における取組については、法の目的を踏まえ、いずれもその必要性を精査した上で実施してきた取組であり、今後、寄附勧誘対策室として業務を実施していくに当たり、いずれの取組も必要なものであったと考えられる。一方で、令和5年度は法運用のために予算が措置された初年度に当たるため、事業単位として、取組の改善の比較対象がなかった。令和6年度以降の取組においては、令和5年度における取組の実施状況を踏まえ、各種取組をブラッシュアップしていくことが重要である。</p>
	<p>目標年度における効果測定に関する評価</p>	<p>--</p>
	<p>改善の方向性</p>	<p>まず、法の目的である法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を達成するためには、被勧誘者向けの啓発と法人向けの説明の双方について継続的に実施すること及び寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査活動等を行うことを通じて、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着することが求められる。</p> <p>よって、国民向け及び法人向けに、法の規定や趣旨の周知啓発を継続し、充実することが求められる。その際、令和5年度の実績を踏まえつつ、対象とする者や法人ごとに整理をして、より効果的な周知啓発方法を選択する必要がある。</p> <p>次に、寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査について、令和5年度の実績を踏まえ、その活動指標として、調査対象情報件数を設定し、中期的には、調査活動等を通じ、勧告又は命令による更なる被害の防止及び消費者庁の取締り活動の社会への広報による一般的抑止力の発揮を目指す。なお、消費者庁に寄せられる情報の件数については、周知啓発による被害の未然抑止に伴う件数の減少と情報提供窓口の認知に伴う件数の増加など様々な要因から指標が変動する可能性が考えられ、調査対象情報件数の多寡について、一概に評価することは困難であると考えられる。</p> <p>加えて、法附則第5条に係る対応については、法施行後2年を目途に検討を加えることとされており、これに向け、令和6年度においては、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。</p>

外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	前年度に新規に開始した事業		
	所見	<p>①2023年度開始ということから、様々な基礎的な調査等を通じて有効な対策策定の方途を探りつつ、同時に不当な寄附勧誘の存在を社会的に認知させることで被害の未然防止を図る活動を展開している段階であり、当面、現在の活動を地道に続けていくことが適切と思われる。</p> <p>②周知広報における多言語対応等、様々な消費者が当該法規制を十分に認識できるよう、取組を更に充実化していくことが重要である。</p> <p>③YouTube広告についてはコントロールラブルなのか。視聴回数が費用をかければ獲得できるのであればアウトプットに、何らかの成果になるのであれば短期アウトカムになる。</p> <p>④認知度については何らかのアンケート等の方法はないか。勧誘を受ける親族等に限定するのではなく、潜在的な被害者（人々）で良いのではないか。</p> <p>⑤意図的な違反法人については周知の効果に関わらず行政措置件数に計上されることになるので、周知の効果とは逆のデータになってしまう可能性がある。</p> <p>⑥契約における再委託の割合が高い件に関しては、この契約が総合評価方式によっていることを考慮すると、消費者庁は、事業者の技術力を高く評価したうえで契約したものと思われ、その事業者が契約内容の9割を再委託している事実は、契約制度の運用として不適切と言わざるを得ないように思う。</p>		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札等の実施により調達を行っているが、一者応札となった入札案件があるところ、その要因を分析し、一者応札の解消に努めていただきたい。

所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
詳細	<p>①2023年度開始ということから、様々な基礎的な調査等を通じて有効な対策策定の方途を探りつつ、同時に不当な寄附勧誘の存在を社会的に認知させることで被害の未然防止を図る活動を展開している段階であり、当面、現在の活動を地道に続けていくことが適切と思われる。 ⇒御指摘を踏まえ、引き続き然るべく対応してまいりたい。</p> <p>②周知広報における多言語対応等、様々な消費者が当該法規制を十分に認識できるよう、取組を更に充実化していくことが重要である。 ⇒日本語による周知啓発を基盤としつつ、その経過及び結果を踏まえた上で、御指摘の対応について適切に取り組んでまいりたい。</p> <p>③YouTube広告についてはコントロールラブルなのか。視聴回数が費用をかければ獲得できるのであればアウトプットに、何らかの成果になるのであれば短期アウトカムになる。 ⇒予算を増額することにより、視聴回数を増やすことができる。</p> <p>④認知度については何らかのアンケート等の方法はないか。勧誘を受ける親族等に限定するのではなく、潜在的な被害者（人々）で良いのではないか。 ⇒予算執行の効果測定のために限りなお予算を浪費してしまうこととならぬよう、十分に工夫して取り組んでまいりたい。</p> <p>⑤意図的な違反法人については周知の効果に関わらず行政措置件数に計上されることになるので、周知の効果とは逆のデータになってしまう可能性がある。 ⇒行為の故意又は過失にかかわらず、違法な寄附勧誘を行う法人等の根絶を目指し、寄附の勧誘を受ける者の保護を図るため、法人等に対する周知啓発について、より効果的に取り組んでまいりたい。</p> <p>⑥契約における再委託の割合が高い件に関しては、この契約が総合評価方式によっていることを考慮すると、消費者庁は、事業者の技術力を高く評価したうえで契約したものと思われ、その事業者が契約内容の9割を再委託している事実は、契約制度の運用として不適切と言わざるを得ないように思う。 ⇒御指摘の入札案件においては、応札者から提出された技術等提案書で、再委託先も含む履行体制を確認及び把握した上で、総合的に評価し、落札者を決定しており、再委託を行っているものの、主たる業務である事業全体の企画、総括、運営については、元請けである受注者において適切に実施している。再委託比率は高くなっているものの、その理由としては広報手段に要する費用（広告掲載費）が高かったことが影響している。なお、広告の出稿業務については、広告代理店を通じて媒体社に依頼するのが一般的な商慣習となっている。</p>			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A デロイトトーマツコンサルティング合同会社		27,500	1	諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析	
	支出先名		支出額	法人番号		
	デロイトトーマツコンサルティング合同会社		27,500	7010001088960		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析業務 一般競争契約（総合評価）		27,500	4	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 株式会社 大広		24,200	1	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社大広		24,200	3120001056530		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務 一般競争契約（総合評価）		24,200	1	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
C 株式会社東宣		7,417	1	映像広告の作成・実施		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社東宣		7,417	8010001051463			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 一般競争契約（最低価格）		7,417	8	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D 個人Aほか		2,079	4	ポスターのデザイン作成・印刷・発送等		

支出先名	支出額	法人番号		
個人 A	959	--		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷・梱包・発送 随意契約（少額）	959	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社	488	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・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	488	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
当矢印刷株式会社	460	8013301008595		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスター印刷 随意契約（少額）	460	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社太陽美術	172	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・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスターデザイン等制作 随意契約（少額）	172	--	--	--
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E 株式会社 大広WEDO	22,227	1	制作・PR関連業務、再々委託先の株式会社 時事通信社の業務ディレクション	
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社大広WEDO	22,227	9120001056772		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務 その他(再委託契約)	22,227	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	株式会社時事通信社	18,282	1	説明会の会場手配、運営、広報、有識者の手配等		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社時事通信社		18,282	7010001018703			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務 その他(再々委託契約)		18,282	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
G	株式会社日交ほか	6,632	4	映像広告の制作、掲載等		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社日交		4,160	9011101025579			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)		4,160	--	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社ローソンエンタテインメント		1,320	9010701022515			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)		1,320	--	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
プラウドエンジン株式会社		822	5011101087029			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	

	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)	822	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社フォーモア	330	9011201015488		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)	330	--	--	--

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	デロイトトーマツコンサルティング合同会社	諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析業務	雑役務費	諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析業務	27,500
B	株式会社大広	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	24,200
C	株式会社東宣	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	7,417
D	個人A	不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷・梱包・発送	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷・梱包・発送	959
E	株式会社大広WEDO	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	22,227
F	株式会社時事通信社	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	18,282
G	株式会社日交	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	4,160

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

その他備考

--

## 消費者団体訴訟制度に関する環境整備

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   消費者制度課				
	作成責任者	古川剛				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000458	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		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		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>
関連事業	その他関連元: 6462:消費生活相談機能強化促進等補助金			主要経費	その他の事項経費	

概要・目的	事業の目的	消費者団体訴訟制度（差止請求、被害回復）の適切かつ実効的な運用により、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られることで、安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。			
	現状・課題	<p>【現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・第208回国会において「消費者契約法及び消費者の財産的被害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の一部を改正する法律」が成立。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。同制度を含む消費者団体訴訟制度に係る改正部分は、令和5年10月1日までに施行した。</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・団体間の相互連携及び情報連携が十分にできていない。</li> <li>・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。</li> <li>・消費者団体訴訟制度の認知度が16.3%と依然として低く、消費者などからの情報提供が不十分。</li> </ul>			
	事業の概要	<p>消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者の間には情報の質・量・交渉力の格差があること、訴訟には時間・費用・労力が掛かり、少額被害の回復に見合わないこと、個別のトラブルが回復されても、将来的に同種のトラブルがなくなるわけではないことなどの課題がある。このため、内閣総理大臣が認定した団体が、消費者に代わって事業者に対して不当行為の差止請求や被害回復のための訴訟を行う消費者団体訴訟制度が消費者と事業者間の紛争解決のための枠組みとして活用されるよう、消費者契約法（平成12年法律第61号）及び消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（平成25年法律第96号）に基づき、日本全国における制度の適切かつ実効的な運用等を推進する。具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・団体及び消費者団体訴訟等支援法人の認定・監督・支援</li> <li>・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</li> <li>・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。）に関する事業に対する費用の補助</li> <li>・消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発</li> </ul>			
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/</a>			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--
	消費者の財産的被害等の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律	平成二十五年法律第九十六号	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）第5章1.（4）	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf</a>			
	消費者基本計画工程表 重点項目8	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf</a>			

実施方法	補助			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	適格消費者団体	(P)	(P)	--
備考	--			

予算・執行

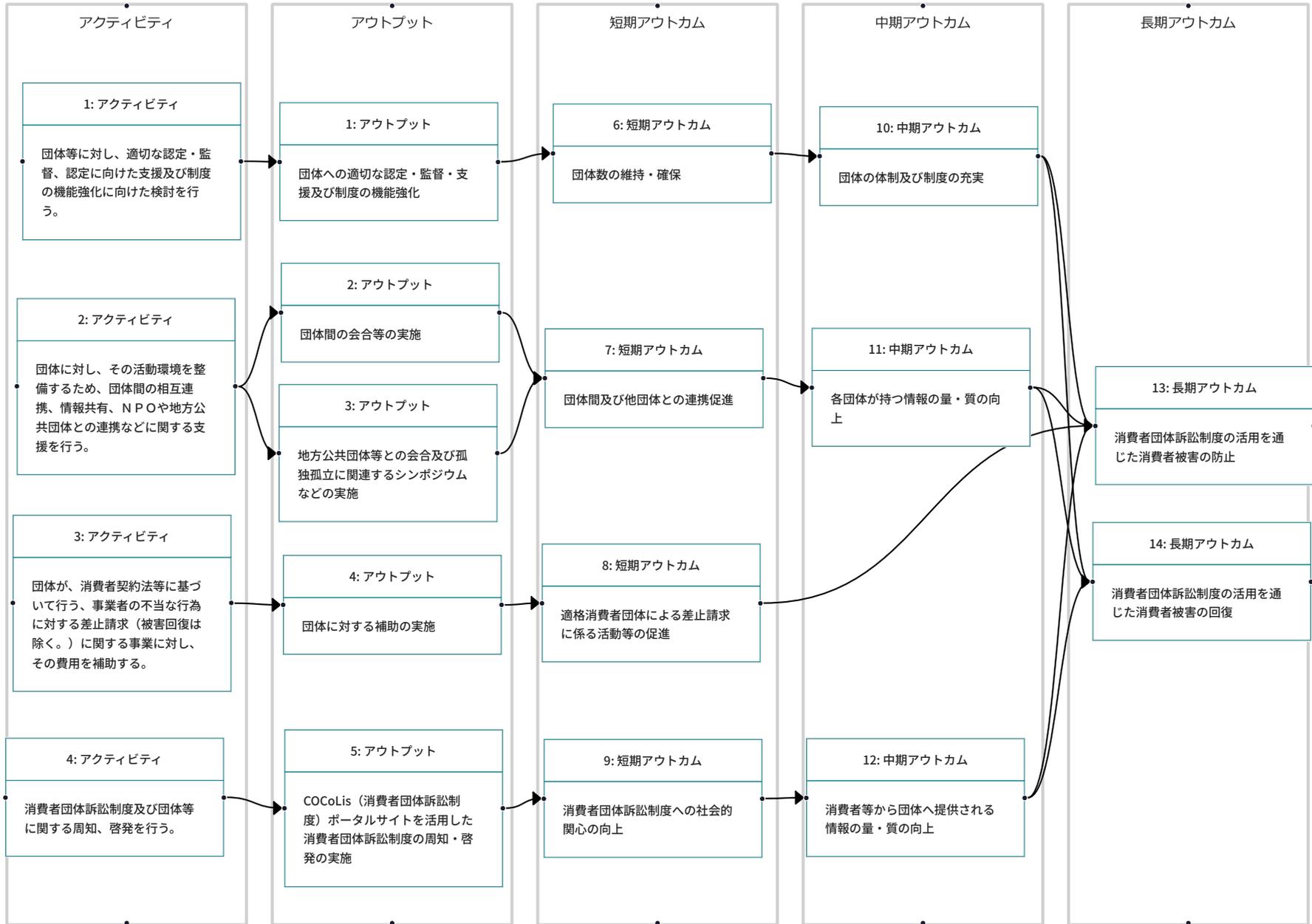
予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	191,000	101,500	104,000	145,878
	当初予算	47,000	64,900	74,000	88,883	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	7,000	--	--	--	--
	計	54,000	64,900	74,000	88,883	0
	執行額	36,000	44,000	45,022	--	--
	執行率	66.7%	67.8%	60.8%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	57,045	--		
		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		--	12,346	6,157
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	2,011	2,016
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--	487	488
	当初予算	消費者政策調査費		--	74,039	137,217	

主な増減理由	消費者団体訴訟制度の実効性確保のため、適格消費者団体が行う差止請求に係る費用を一部補助するための経費を新規で要求すること等による増額。	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 1-1-6-10-13

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	--	--	28	30
	活動実績／成果実績(団体)	26	27	30	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。				
短期アウトカム	成果目標	団体数の維持・確保	成果指標	団体からの認定の申請件数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：1団体	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(件)	2	5	7	
	活動実績／成果実績(件)	2	5	--	
	達成率(%)	100	100	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。				

中期アウトカム	成果目標	団体の体制及び制度の充実		成果指標	団体の体制及び制度の充実	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者被害の実態調査により、制度の利活用状況を把握し、引き続き制度の改善に向けた検討を行う。		成果実績及び目標値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	--	
活動・成果目標と実績					2024年度	
	当初見込み／目標値				--	
	活動実績／成果実績				--	
	達成率(%)				--	
↓ 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	--		成果実績及び目標値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 <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a>	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)		50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)		22	33	28	--
	達成率(%)		44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 1-1-6-10-14

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	--	--	28	30
	活動実績／成果実績(団体)	26	27	30	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。				
短期アウトカム	成果目標	団体数の維持・確保	成果指標	団体からの認定の申請件数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：1団体	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(件)	2	5	7	
	活動実績／成果実績(件)	2	5	--	
	達成率(%)	100	100	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。				

中期アウトカム	成果目標	団体の体制及び制度の充実	成果指標	団体の体制及び制度の充実	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者被害の実態調査により、制度の利活用状況を把握し、引き続き制度の改善に向けた検討を行う。	成果実績及び目標値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	--	
活動・成果目標と実績				2024年度	
	当初見込み／目標値			--	
	活動実績／成果実績			--	
	達成率(%)			--	
↓ 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	--	成果実績及び目標値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 <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a>	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	1	0	0	--
	達成率(%)	50	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-7-11-13

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	・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。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	25	19	--
↓ 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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			目標年度	2024年度
	当初見込み／目標値(団体)			46
	活動実績／成果実績(団体)			--
	達成率(%)			--
↓ 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。	成果実績及び目標値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	--

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

↓ 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	--	成果実績及び目標値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 <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a>
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 2-2-7-11-14

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	・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。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	25	19	--
↓ 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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(団体)			46
	活動実績／成果実績(団体)			--
	達成率(%)			--
↓ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>		成果実績及び目標値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	--	
活動・成果目標と実績					2024年度	
	当初見込み／目標値				--	
	活動実績／成果実績				--	
	達成率(%)				--	
↓ 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	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a></li> </ul>	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)		1	0	0	--
	達成率(%)		50	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-3-7-11-13

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、NPOや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体等との会合及び孤独孤立に関するシンポジウムなどの実施	活動指標	適格消費者団体等と地方公共団体との連携を高めるための会合への参加地方公共団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・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。	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(団体)		10	10
	活動実績／成果実績(団体)		2	--
↓ 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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(団体)		46	
	活動実績／成果実績(団体)		--	
	達成率(%)		--	
↓ 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。	成果実績及び目標値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	--

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

↓ 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	--	成果実績及び目標値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 <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a>
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 2-3-7-11-14

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	・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。	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(団体)		10	10
	活動実績／成果実績(団体)		2	--
↓ 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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(団体)		46	
	活動実績／成果実績(団体)		--	
	達成率(%)		--	
↓ 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>		成果実績及び目標値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	--	
活動・成果目標と実績					2024年度	
	当初見込み／目標値				--	
	活動実績／成果実績				--	
	達成率(%)				--	
↓ 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	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・COCOliS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a></li> </ul>	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)		1	0	0	--
	達成率(%)		50	--	--	--

アクティビティからの発現経路 3-4-8-13

アクティビティ	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。）に関する事業に対し、その費用を補助する。			
アウトプット	活動目標	団体に対する補助の実施	活動指標	補助対象団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考情報) ・令和4年度補正予算事業として措置した「消費生活相談機能強化促進等補助金」において、靈感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、適格消費者団体の行う、事業者の不特定かつ多数の消費者に対する不当な勧誘行為等の差止請求に係る業務に対して補助金を交付した。 ・執行年度：令和5年度 補助率：10/10 交付団体数：14団体 執行額：約5,800万円	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(団体)			14
	活動実績／成果実績(団体)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体による補助事業の実施により、差止請求に係る活動が促される。			
短期アウトカム	成果目標	適格消費者団体による差止請求に係る活動等の促進	成果指標	適格消費者団体による相談会・説明会等の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績				目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)			28
	活動実績／成果実績(件)			--
	達成率(%)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体が差止請求に係る活動をすることにより、差止請求数が増加し、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	--	成果実績及び目標値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 <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a>
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 4-5-9-12-13

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	・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。	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(コンテンツ)		--	15
	活動実績／成果実績(コンテンツ)		14	--
↓ 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	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.3%（2023年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：20.3%（2023年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.7%（2023年度）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値		80,000	
	活動実績／成果実績		--	
	達成率(%)		--	
↓ 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。	成果実績及び目標値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	--	
活動・成果目標と実績				2024年度	
	当初見込み／目標値	--			
	活動実績／成果実績	--			
	達成率(%)	--			
↓ 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	--	成果実績及び目標値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 <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a>	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 4-5-9-12-14

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	・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。	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(コンテンツ)		--	15
	活動実績／成果実績(コンテンツ)		14	--
↓ 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	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.3%（2023年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：20.3%（2023年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.7%（2023年度）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値		80,000	
	活動実績／成果実績		--	
	達成率(%)		--	
↓ 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。		成果実績及び目標値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	--	
活動・成果目標と実績					2024年度	
	当初見込み／目標値				--	
	活動実績／成果実績				--	
	達成率(%)				--	
↓ 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	--		成果実績及び目標値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 <a href="https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html">https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html</a>	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)		1	0	0	--
	達成率(%)		50	--	--	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表				
	URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf</a>				
	該当箇所	重点項目 8				

点検・評価

<p>事業所管部局による点検・改善</p>	<p>点検結果</p>	<p>本制度は、事業概要で記載したとおり、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。</p> <p>なお、2022年の消費生活相談件数は87.0万件で、前年より増加しているという背景や近年、高齢化や取引のデジタル化が急速に進む中、事業者が意図するしないにかかわらず消費者被害が容易に発生し得る状況にある一方で、全ての消費者被害に対して行政が関与することは現実的には困難であることを鑑みると、民間団体が主体となって消費者被害の防止や回復に取り組むという本制度の重要性は増加し、その有効性は高い。</p> <p>また、令和4年において、消費者裁判手続特例法を改正。被害回復制度の更なる活用を促すため、消費者団体訴訟等支援法人制度を創設するとともに、被害回復裁判における和解の早期柔軟化などを図る制度改善を実施したところ。足下において、共通義務確認訴訟において和解に向けた協議が進行している事案も確認されており、改善の効果が発現しつつある。</p> <p>他方、団体数は着実に増加してきている（2021年度：22団体、2022年度：23団体、2023年度：26団体）にもかかわらず、差止請求などの件数は大きく増加するには至っていない（2021年度：22件、2022年度：33件、2023年度：28件）。</p> <p>その要因として、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防止するための制度ではなく、将来に向けて不特定多数の消費者に対して生じ得る被害の防止を図る制度であること、また、事業者にとっては団体による差止請求が表面上ではメリットにならないことなどが要因である。</p> <p>このため、多くの団体が地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しているのが現状であり、財政的な課題を抱えていることから、消費者団体訴訟制度を通じた消費者被害の防止・回復の更なる促進のためには、現状のアクティビティだけではなく、財政面の支援が必要と考えられる。加えて、団体への情報面での支援が不十分であることや、制度の認知度が低く、消費者などからの情報提供が不十分であること等が考えられることから、引き続き団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施していく必要があると考えられる。</p>
<p>目標年度における効果測定に関する評価</p>	<p>--</p>	
<p>改善の方向性</p>	<p>改善の方向性</p>	<p>点検結果でも記載したとおり、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、経済の成長に資することを踏まえると、本制度が事業者や業界にとっても、ひいては我が国経済全体にとってもメリットになることを消費者及び事業者に広く周知・広報していく。あわせて、行政としても団体の活動しやすい環境構築に向けた総合的な支援体制の整備を積極的に行い、団体に消費者と事業者との間をつなぐ社会インフラとしての活動を促すことで更なる制度の活用を促進する必要がある。</p> <p>具体的には、新たに団体を支援する主体として、「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度を創設したことから、今後は、新たに認定された消費者団体訴訟等支援法人も活用しながら、他団体との連携を促すことによる情報面等での環境整備や制度の活用促進に向けた総合的な支援体制を整備していく必要がある。特に、制度の中核を担う団体における財政面のひっ迫は喫緊の課題であり、差止請求制度の重要性や有効性、費用対効果などを踏まえ、新たに補助金制度の創設を行う必要がある。</p> <p>また、周知・啓発については、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和6年4月からCOCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（<a href="https://cocolis.caa.go.jp/">https://cocolis.caa.go.jp/</a>）の運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画の作成も行ったところ。さらに、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。</p>

外部有識者による点検	点検対象	公開プロセス	最終実施年度	2024
	対象の理由	その他		
	所見	--		

本事業は、実際の消費行動の中にあつては、事業者と各消費者の立場が対等なものになりにくいことに着目し、消費者保護の一環として、一定要件を満たした消費者団体が個々の消費者に代わって事業者に対応できる団体訴訟権を設定するものであり、消費者保護を目指す諸事業の中にあつて高い重要性を有している。

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様ではなく、また団体内に一定の能力が継続的に担保される仕組みには必ずしもなっていないきらいがある。例えば主要な役割を果たしてきた構成員の交代などで、一時的にせよ機能が弱体化するといったリスクが常に存在していると考えられる。自律を旨とする団体にあつては、第一義的には組織として能力の向上・蓄積が求められるが、加えて他の団体との連携、他の各種組織との連携、地方公共団体との連携など、外部能力の活用も有効な方策となるものと考えられる。また、令和4年の法改正を受けて、国が認定した消費者団体訴訟等支援法人「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、構成員のボランティア活動による費用処理の回避、篤志家からの寄附、さらには地方公共団体からの受託業務といったものも含んでいるといわれるが、今後も財源不足を原因とする事業の停滞を避ける手立てを考慮しておく必要がある。令和5年度には、靈感商法を含めた悪質商法対策に係る別事業として「消費生活相談機能強化促進等補助金」が14団体に交付されたが、今後についても、レビューシートにも示されているとおり、本事業の円滑な推進に資する国の補助金の設定を考慮すべきものと思う。ただ、国の補助金に関しては、各団体の活動状況及び財源事情の把握を前提に、個々の事業進捗に欠かせない不足部分に的確に投入される必要があり、前記の補助金の効果検証等を参考に、交付要件を慎重に設計していく必要がある。

#### 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つながり、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。

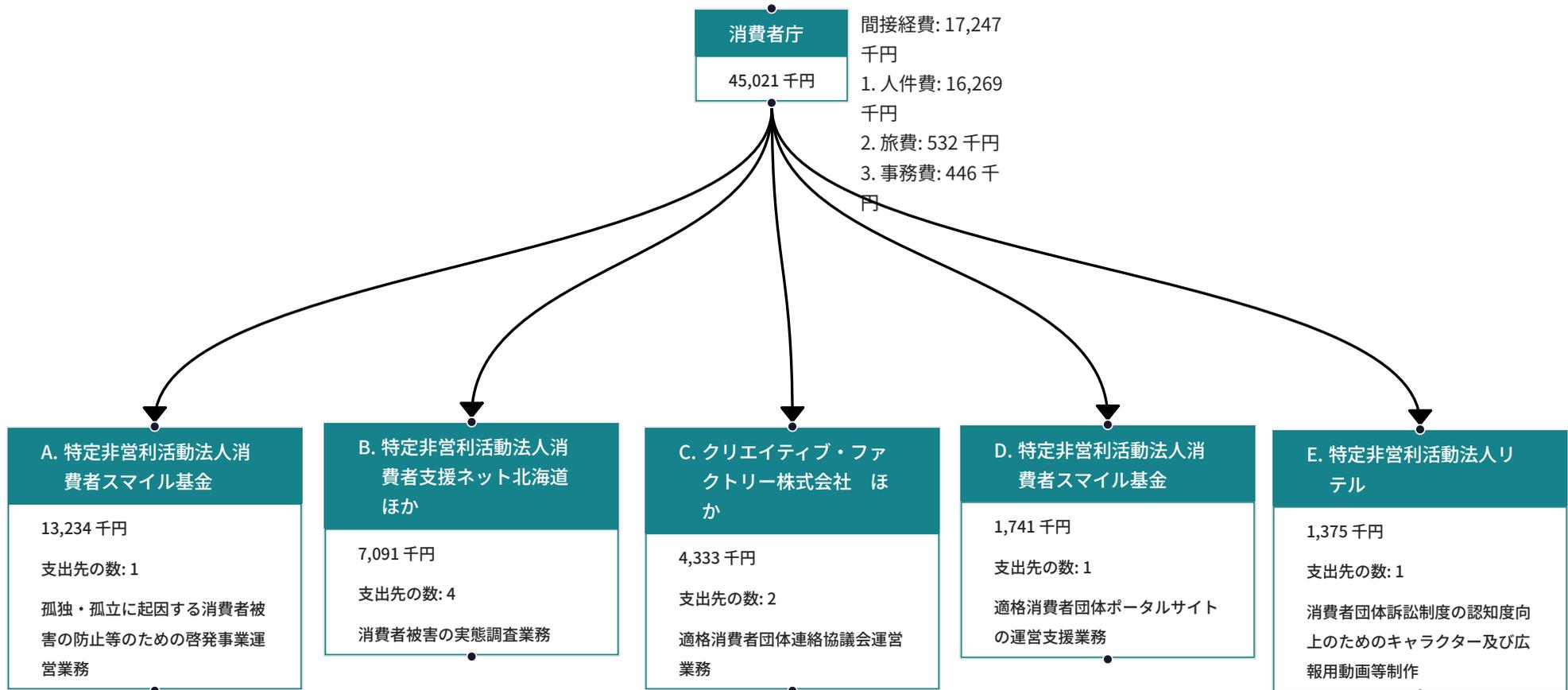
消費者団体訴訟制度の維持発展には、自律を本旨とする各団体の自助努力と国による適切な支援が、ともに欠かせないものと思われ、またその前提として、国が、各団体の活動状況、課題・ニーズ、さらには活動環境の変化に関する情報を精緻に把握・評価していくことが求められる。また、事業管理する上でのアウトプット、アウトカムの設定等についても、EBPMの考え方のより一層の定着が必要な部分が残っているように見受けられる。

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。

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	主に一般競争入札により調達を行っているものの、一部の調達において一者応札となっている。複数者の応札がない理由を明らかにしつつ仕様書や調達時期等を工夫し、複数者の応札者が見込めるように調達を検討されたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
詳細	<ul style="list-style-type: none"> <li>各団体の事業遂行体制の安定的な確保に向けては、新たに創設した「消費者団体訴訟等支援法人制度」を活用しつつ、団体の業務負担等の軽減を図るとともに、団体間及びその他の関係団体・機関との連携・協働を促すことにより、情報面・機能面での支援を進め、団体が安定的に事業を継続できる環境の整備を進める。</li> <li>団体における財政面のひっ迫は、差止請求等の担い手確保、ひいては制度の根幹に関わる喫緊の課題であり、令和4年度2次補正予算により令和5年度に実施した「消費生活相談機能強化促進等補助金」についての効果検証や各団体の財政状況の把握等を通じて、真に必要な費用を見極めるとともに、団体訴訟制度を維持・発展させるための効果的な財政支援の在り方や民間資金の活用の可能性について検討を進めてまいりたい。</li> <li>制度の認知度向上に向けては、本年度から運用を開始したポータルサイトや広報動画・パンフレット等も活用しながら、より効果的な手段を検討する。また、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、事業者や業界にとってもメリットになることを広く周知するため、事業者向け説明会を開催するとともに、団体と業界団体等が連携して行うアウトサイダー対策等の促進、団体と事業者が連携して成果につながった優良連携事例集の作成等を通じて、消費者のみならず事業者も含めた認知度向上に取り組む。</li> <li>各団体からの定期報告やヒアリング等を通して、各団体の活動状況や課題・ニーズ、活動環境の変化に関する情報の精緻な把握に努めるとともに、EBPMの考え方にに基づき指標・目標の不断の見直しを行い、制度の維持発展につなげてまいりたい。</li> <li>調達については、複数者の応札者が見込めるよう、仕様書や調達時期について検討してまいりたい。</li> </ul>			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

# 支出先

## 資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 特定非営利活動法人消費者スマイル基金		13,234	1	孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者スマイル基金		13,234	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・随契理由
	令和5年度孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務 一般競争契約（総合評価）		13,234	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 特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道 ほか		7,091	4	消費者被害の実態調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道		2,005	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・随契理由
	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）		2,005	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人消費者機構日本		1,959	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・随契理由
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）		1,959	1	--	--	
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		1,687	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・随契理由	
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）		1,687	2	--	--	

支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者被害防止ネットワーク東海		1,440	6180005007083		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
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）		1,440	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	
C クリエイティブ・ファクトリー株式会社 ほか		4,333	2	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		
クリエイティブ・ファクトリー株式会社		2,242	3011301024114		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度適格消費者団体連絡協議会（令和6年3月開催） 運営業務 一般競争契約（最低価格）		2,242	3	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社P i i c		2,091	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・随契理由
令和5年度適格消費者団体連絡協議会（令和5年9月開催） 運営業務 一般競争契約（最低価格）		2,091	6	--	--
支出先ブロック名		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スマイル基金		1,741	1	適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務	
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者スマイル基金		1,741	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・随契理由
適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務 随意契約（その他）		1,741	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E 特定非営利活動法人リテル	1,375	1	消費者団体訴訟制度の認知度向上のためのキャラクター及び広報用動画等制作		
支出先名	支出額	法人番号			
特定非営利活動法人リテル	1,375	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・随契理由	
消費者団体訴訟制度の認知度向上のためのキャラクター及び 広報用動画等制作 一般競争契約（総合評価）	1,375	7	--	--	

費目・用途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	用途	金額
A	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	令和5年度孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務	役務費	オンライン相談会、シンポジウムの実施	13,234
B	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	消費者被害の実態調査業務（北海道・東北・北関東地方）	役務費	実態調査	2,005
C	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	令和5年度適格消費者団体連絡協議会（令和6年3月開催）運営業務	役務費	協議会運営費	1,813
--	--	--	人件費	当日スタッフ	429
D	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務	役務費	適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務	1,741
E	特定非営利活動法人リテル	消費者団体訴訟制度の認知度向上のためのキャラクター及び広報用動画等制作	役務費	キャラクターリデザイン・イラスト・パンフレット・動画作成	1,023
--	--	--	役務費	啓発方法調査提案	55
--	--	--	役務費	進行管理・企画・映像ディレクション	297

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

その他備考

--

## 消費者契約に関する制度の企画立案

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   消費者制度課				
	作成責任者	古川剛				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000462	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		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		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	

概要・目的	事業の目的	消費者契約法の適切な運用を行うとともに、時宜にあわせて必要な制度改善を図ることで、消費者にとって安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。			
	現状・課題	<p>【現状】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者法を理念から見直し、その在り方を再編し拡充するため、令和4年8月から「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を開催。15回の討議を重ね、その議論の整理を令和5年7月に公表。同年11月に消費者委員会へ更なる具体的な検討を求める諮問を行った。</li> <li>令和5年12月から「解約料の実態に関する研究会」を開催し、解約料の実態等についての検討を開始。</li> <li>第208回国会において「消費者契約法及び消費者の財産的被害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の一部を改正する法律」が成立。取消権の拡充や不当条項の追加等については令和5年6月1日から、前記以外の改正事項については同年10月1日から施行。</li> <li>「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」報告書（令和4年10月）の提言等を踏まえ、第210回国会に「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律案」を提出し、令和4年12月に成立。令和5年1月5日施行。</li> </ul> <p>【課題】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>			
	事業の概要	<p>消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者との間には情報の質・量・交渉力の格差があることから、消費者の利益の擁護を図るため、平成13年4月1日に消費者契約法が施行された。同法は、消費者が事業者と結んだ契約（消費者契約）について、不当な勧誘による契約の取消しや不当な契約条項の無効等を規定しており、民事ルールである本法が活用されることで、消費者契約に関するトラブルの公正かつ円滑な解決に資することが期待される。本事業では、同法の適切な運用を行うとともに、同法を含む消費者法制度について、時宜にあわせた改善の方向性に係る検討などを実施している。</p> <p>具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>			
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/</a>			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）第5章1.（2）	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf</a>			
	消費者基本計画工程表 重点項目3	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf</a>			
実施方法	--				
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

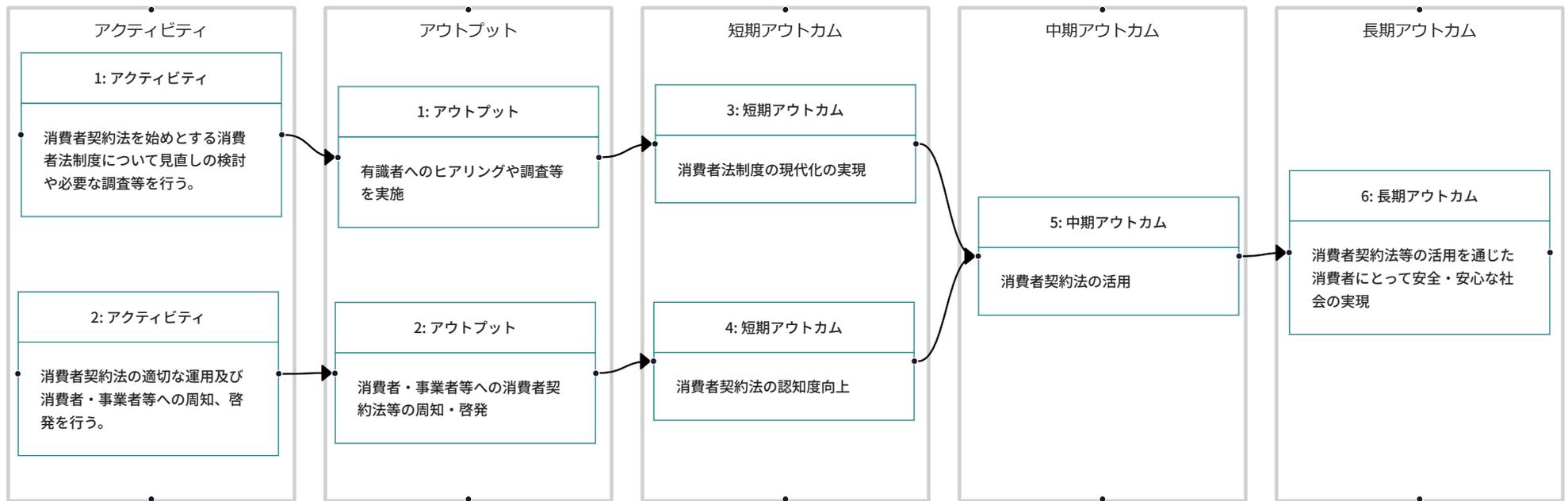
予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	44,000	66,300	95,000	62,738
	当初予算	13,000	18,600	38,000	74,371	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	4,000	--	--	--	--
	計	17,000	18,600	38,000	74,371	0
	執行額	20,000	26,000	19,948	--	--
	執行率	117.6%	139.8%	52.5%	--	--

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	--	0	--	
		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		--	56,538	38,752
		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				
		当初予算		--	12,346	18,469
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当				
		当初予算		--	3,018	3,030
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				
	当初予算		--	772	773	
	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費					
	当初予算		--	678	692	
	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					
	当初予算		--	1,019	1,022	
	委員等旅費					

主な増減理由	前年度限りの予算（パラダイムシフトに係る海外調査事業等）の削減等による減額。	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 1-1-3-5-6

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年8月から「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を開催し、幅広い観点からの検討を開始。令和5年7月に議論の整理を公表。同年11月には、より具体的な検討を行うよう消費者委員会へ諮問。</li> <li>令和5年12月から「解約料の実態に関する研究会」を開催し、解約料の実態等についての検討を開始。</li> </ul>	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	30	30
	活動実績／成果実績(回)	42	28	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	有識者へのヒアリングや会合等の議論を踏まえ、具体的な検討・見直しを行うことで、消費者法制度の現代化の実現につながる。			
短期アウトカム	成果目標	消費者法制度の現代化の実現	成果指標	消費者法制度の現代化の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>参考指標：消費者契約法等に関する学術研究の数：121件（2023年度）</li> </ul>	成果実績及び目標値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	--
活動・成果目標と実績		2024年度		
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 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	--	成果実績及び目標値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	--

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

 後続アウトカムへのつながり	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	--	成果実績及び目標値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	--

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

アクティビティからの発現経路 2-2-4-5-6

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	・身元保証や日常生活支援、死後事務等を契約に基づいて行う「身元保証等高齢者サポート事業」を消費者が安心して利用できるようにするため、関係府省庁が連携してガイドライン策定に向けて取り組んでいるところ、消費者契約法の観点から参画。	成果実績及び目標値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	
	当初見込み／目標値(回)		--	10	
	活動実績／成果実績(回)		12	--	
↓ 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	・参考指標：消費者契約法等に関するパンフレット等の周知・啓発媒体のアクセス数：156,018アクセス（2023年度）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・令和3年度：消費者庁「消費者意識基本調査」 <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002</a></li> <li>・令和4年度：消費者庁「消費生活意識調査」 <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003</a></li> <li>・令和5年度：消費者庁「消費生活意識調査」 <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003</a></li> </ul>	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	40	40	40	50
	活動実績／成果実績(%)	35	37	32.3	--
	達成率(%)	87.5	92.5	80.8	--

↓ 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	--	成果実績及び目標値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	--
活動・成果目標 と実績				2024年度	
		当初見込み／目標値(件)			--
		活動実績／成果実績(件)			--
		達成率(%)			--
↓ 後続アウトカム へのつながり	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	--	成果実績及び目標値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	--
活動・成果目標 と実績				2024年度	
		当初見込み／目標値			--
		活動実績／成果実績			--
		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	消費者基本計画工程表			
	URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf</a>			
	該当箇所	重点施策 3			

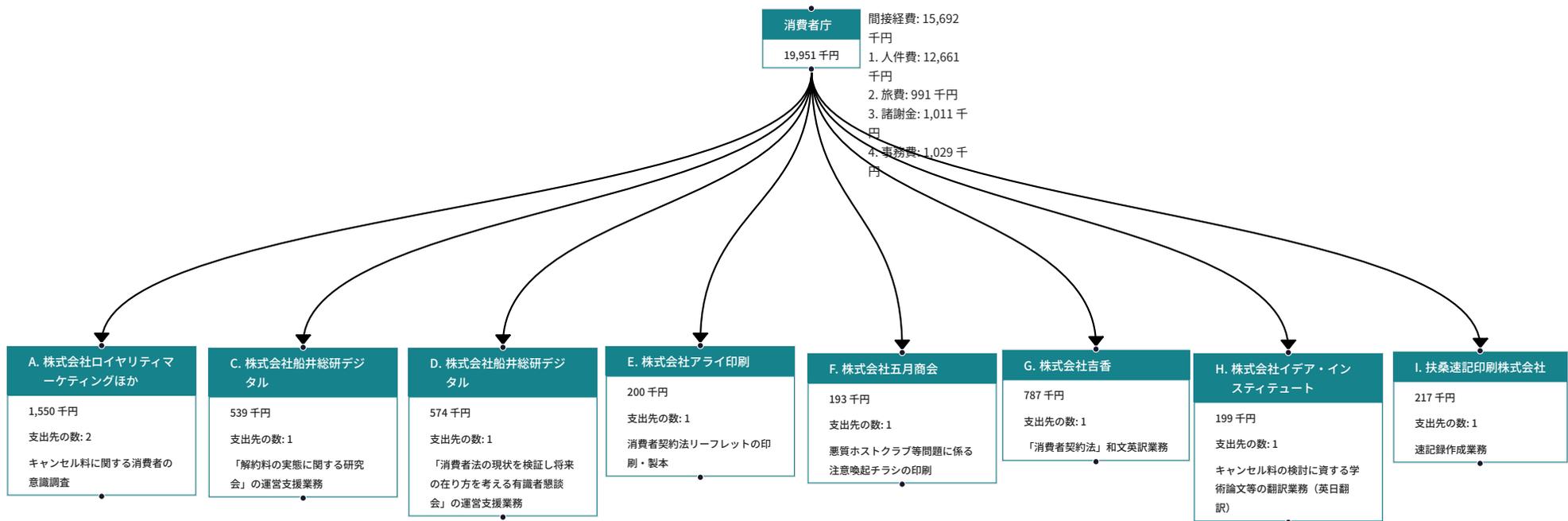
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>消費者契約法に代表される消費者法は、これまで累次の改正を繰り返してきたが、高齢化やデジタル化の進展等に伴い、消費者を取り巻く環境が日々変化している現代においては、これまでのように消費者法を個別課題ごとに都度対応するために改正を行っても、消費者取引の安心・安全を十全に実現するのは難しくなりつつある。</p> <p>その根拠として、2022年の消費生活相談件数は前年より増加していること（87.0万件）、高齢化の進展により認知機能が不十分な消費者の割合が拡大していること（2022年時点で全人口の3割が高齢者）、デジタル化の進展等により、限定合理性や認知バイアス等が利用され消費者に不利益・不公正な取引が生じやすい状況が生じていること、近年、消費者が情報、時間、関心・アテンションを提供する新たな消費者取引が拡大するとともに、デジタル技術がこれらを含むデジタル消費者取引の在り方を規律していること、消費者取引の国際化も急速に普遍化していることなどの社会的背景が挙げられる。</p> <p>このような消費者取引環境の変化を受け、衆・参両院からは「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」という附帯決議（消費者契約法の令和4年改正時）がなされており、我が国において、消費者法制度を理念から見直し、その在り方を再編し拡充する「消費者法制度のパラダイムシフト」に向けた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られる。</p> <p>また、前述のとおり、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中においては、現行の消費者契約法も十分に活用されることで足下の消費者被害を防止していく必要がある。実際に、令和4年度には、強い社会的な要請を受け、消費者契約法において靈感商法等の悪質商法などへの対応を行っており、その結果はこれから測定していく必要があるものの、一定の有効性があると考えられる。こういった現状を踏まえ、現行法について適切に運用するとともに、その内容について事業者や消費者に広く周知することで、更なる活用を促していくことが重要である。</p> <p>以上により、国費を投入する必要性は高い事業であると考えられる。</p> <p>他方、本事業の課題としては、消費者法制度を理念から見直すことは、消費者が単独で検討するには広範なテーマであること、社会的な背景を十分に反映するため、消費者法制に限らず、多種多様な有識者の知見を取り込むとともに、海外の法制度に関する状況なども把握する必要があること、事業者に対する消費者契約法に係る周知・広報が不足していることなどが挙げられる。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	<p>「消費者法制度のパラダイムシフト」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2023年12月に設置された「消費者法制度のパダラ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。独立した第三者機関である消費者委員会が自ら調査・審議を行い、消費者庁を含む関係省庁の消費者行政全般に対して意見表明（建議等）を行うことも視野に、具体的な見直しに向けた検討を進めているところ。消費者庁は消費者委員会における審議に関して必要な協力を行っていく。また、本年度事業において海外調査等の各種調査を行い、今後の検討に必要な情報の収集を行う予定である。</p> <p>また、周知・啓発については、関連事業において、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるべく、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（<a href="https://cocolis.caa.go.jp/">https://cocolis.caa.go.jp/</a>）の運用を始めたところ。こういったサイトの活用も視野に入れつつ、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
詳細	所見を踏まえ、引き続き必要性・効率性・有効性について不断の検討を行い、適切な予算執行に努めてまいりたい。			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

# 支出先

## 資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 株式会社ロイヤリティマーケティングほか		1,550	2	キャンセル料に関する消費者の意識調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ロイヤリティマーケティング		1,067	1011001058851		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	キャンセル料に関する消費者の意識調査 一般競争契約（最低価格）		1,067	7	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社サーベイリサーチセンター		483	6011501006529		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	キャンセル料に関する消費者の意識調査（予備調査） 随意契約（少額）		483	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	C 株式会社船井総研デジタル		539	1	「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社船井総研デジタル		539	4120001180783		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務 随意契約（少額）		539	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D 株式会社船井総研デジタル		574	1	「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」の運営支援業務		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社船井総研デジタル		574	4120001180783			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	

	「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」の運営支援業務 随意契約（少額）	574	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	株式会社アライ印刷	200	1	消費者契約法リーフレットの印刷・製本	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社アライ印刷		200	6010901000777		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者契約法リーフレット「知っていますか？消費者契約法～」の印刷・製本 随意契約（少額）		200	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	株式会社五月商会	193	1	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社五月商会		193	4013301005010		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷 随意契約（少額）		193	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	株式会社吉香	787	1	「消費者契約法」和文英訳業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社吉香		787	5010001031682		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者契約法」（平成12年法律第61号）和文英訳業務 随意契約（少額）		787	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	

	H	株式会社アイデア・インスティテュート	199	1	キャンセル料の検討に資する学术论文等の翻訳業務（英日翻訳）		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社アイデア・インスティテュート		199	3011001002287			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	キャンセル料の検討に資する学术论文等の翻訳業務（英日翻訳） 随意契約（少額）		199	0	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	I	扶桑速記印刷株式会社	217	1	速記録作成業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	扶桑速記印刷株式会社		217	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・随契理由	
速記録作成（3月） 随意契約（少額）		119	0	--	--		
速記録作成（1月） 随意契約（少額）		51	0	--	--		
速記録作成（12月） 随意契約（少額）		47	0	--	--		
費目・使途 （単位：千円）	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額		
A	株式会社ロイヤリティマーケティング	キャンセル料に関する消費者の意識調査	役務費	意識調査	1,067		
国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）	契約先名	契約額	法人番号				
	--	--	--				

その他備考

--

## 消費者教育・普及啓発

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   消費者教育推進課				
	作成責任者	黒田啓太				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000465	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(7) 消費者教育・普及啓発		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないこと及び被害に遭った際に救済できるように教育することに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。				
	現状・課題	○成年年齢引下げやデジタル化の進展等により、幅広い世代において消費者被害増加のリスクがある。 ○消費者被害の防止・減少のため、ライフステージに応じた、社会人も含めた切れ目のない消費者教育の推進が必要。				
	事業の概要	上記事業目的を達成するため、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を基に主に以下の取組を実施。 ○地方公共団体等への消費者教育実施の支援(消費者力新教材の開発)・働きかけ ○事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ(教育プログラムの開発等) ○消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有				
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/</a>				
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分	
	消費者教育の推進に関する法律	平成二十四年法律第六十一号	--	--	--	
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	消費者基本計画 第5章 4.	--				
	消費者基本計画工程表 施策番号IV (1) ①~④	--				
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	--			

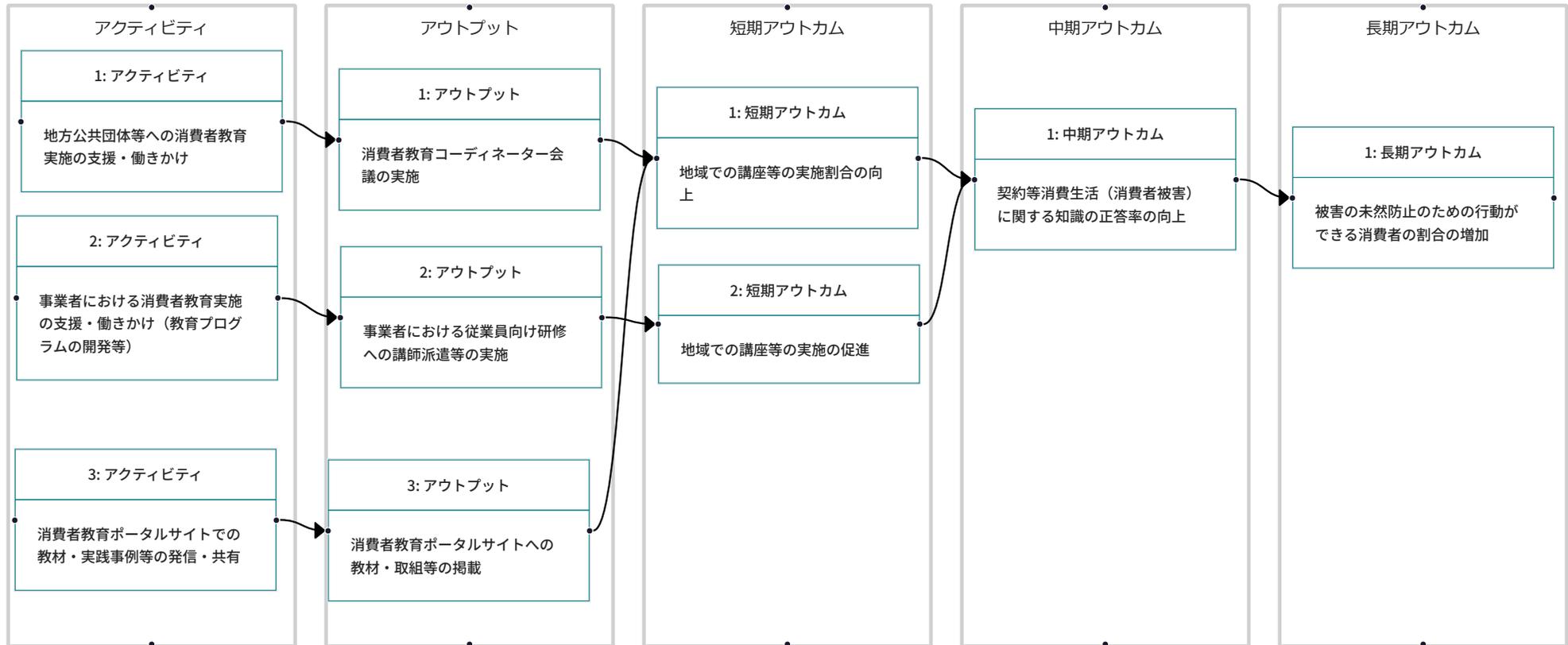
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	108,000	81,000	87,000	82,282
当初予算	101,000	83,000	75,000	68,675	--
補正予算	--	120,000	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	120,000	--	--
予備費等	△2,000	△120,000	--	--	--
計	99,000	83,000	195,000	68,675	0
執行額	60,000	43,000	133,885	--	--
執行率	60.6%	51.8%	68.7%	--	--

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	--	19,040	--	
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	--		53,146	67,206
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--		6,173	6,156
	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	--		2,967	2,973
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費	--		2,581	2,581
	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	--		1,904	1,426
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費	--		966	966
	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	--		518	554
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--		190	190
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 職員旅費	--		135	135
	当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金	--		95	95
主な増減理由	<p>現年度まで実施していた成年年齢引下げに関わる取組を見直し、新たな消費者教育関連事業として要求をしているため。</p> <p>なお、新たな社会的な課題に対する消費者教育の取組強化のための事業予算を要望している。</p>			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 1-1-1-1-1

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	2023年度の会議では従来の取組事例報告に加え、グループワークによる課題共有・討議の形式を導入。未設置の政令市への会議参加を促した。		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	100	150	160
	活動実績／成果実績(件)	52	83	146	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>消費者庁主催の下、消費者教育の多様な担い手と場をつなぐ「消費者教育コーディネーター」が担うコーディネート機能の発揮や活動スキルの向上に資することを目的として消費者教育コーディネーター会議を開催している。当会議への参加者数が増加することで、参加者が活動する自治体で講座等を実施することにつながると考え、本指標を短期アウトカムとして設定した。</p> <p>※消費者教育コーディネーターとは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐことにより、新たな実践の場を創出させる役割を担う。コーディネーター会議においては、各地域で積み重ねられてきた独自の取組について共有し、抱える課題や目指すべき目標等の抽出等を行っている。</p>					
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上		成果指標	地域での講座等の実施割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度地方消費者行政の現況調査 令和5年度地方消費者行政の現況調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--		40		55
	活動実績／成果実績(%)	36.4		50		--
	達成率(%)	--		125		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。</p>					

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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

↓ 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	【その他の成果指標】 令和5年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.2% 令和5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 24.1%	成果実績及び目標値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4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

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	2023年度は新人職員が対象の従業員向け研修であったが、2024年度は、新人職員に加え、2023年度に開発した教育プログラムにより、壮年退職期の職員も対象となっている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(社)	60	220	240
	活動実績／成果実績(社)	108	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	当庁による講師派遣等を通じて従業員向け研修を実施する事業者数が向上することで、消費者教育が実践される場・範囲が拡大し、各地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）が増加すると考えたため、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※令和5年度から実施している研修			
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施の促進	成果指標	地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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5年度に追加した指標
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	10	
	活動実績／成果実績(%)	6.3	--	
	達成率(%)	--	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	各地域での充実した消費者教育関連事業の増加により消費者教育が充実することで、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えられるため、本指標を中期アウトカムとして設定した。			

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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

↓ 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	【その他の成果指標】 令和5年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.2% 令和5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 24.1%	成果実績及び目標値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4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1-1

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	若年者、一般社会人、高齢者の各世代に多い最新のトラブル事例を被害者目線で疑似体験できるVR動画等の体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」を作成し、特設ページへの掲載を行った。		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		2024年度	
	当初見込み／目標値(件)	--		380,000		550,000	
	活動実績／成果実績(件)	357,573		531,627		--	
↓ 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・増加等と考えられることから、本指標を短期アウトカムに設定した。						
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上		成果指標	地域での講座等の実施割合		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度地方消費者行政の現況調査 令和5年度地方消費者行政の現況調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--		40		55	
	活動実績／成果実績(%)	36.4		50		--	
	達成率(%)	--		125		--	
↓ 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	--		成果実績及び目標値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4年度から実施している調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)		--	38	40	
	活動実績／成果実績(%)		34.6	38.8	--	
	達成率(%)		--	102.1	--	
↓ 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	【その他の成果指標】 令和5年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.2% 令和5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 24.1%		成果実績及び目標値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4年度から実施している調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)		45.9	46.6	--	--
	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	消費者基本計画工程表				
	URL	--				
	該当箇所	13.消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育の推進のための体制整備				

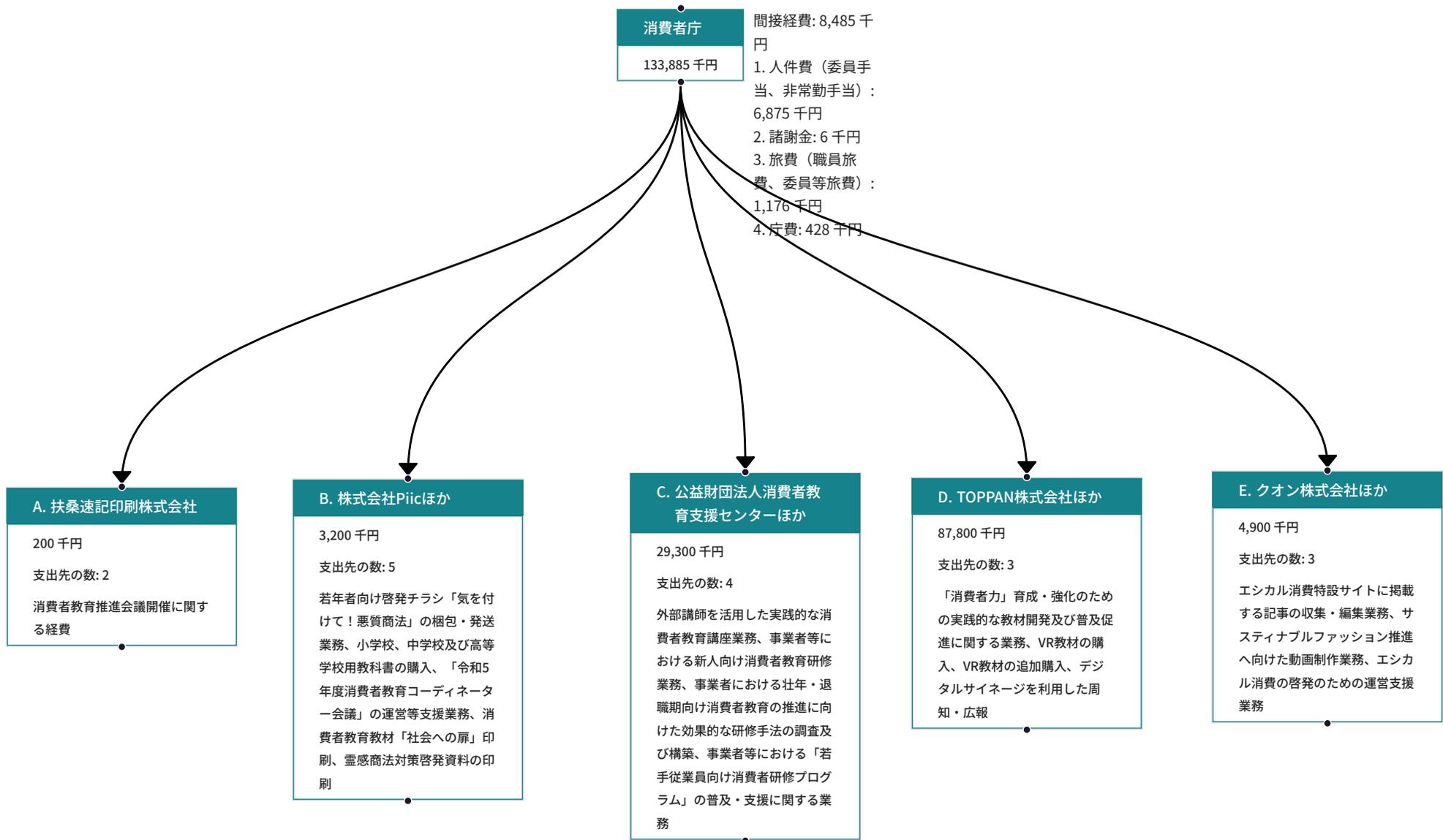
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者教育基本方針や、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育方針—消費者教育の実践・定着プラン—」に基づき、地方自治体や関係省庁、関係機関と連携して効果的な消費者教育の推進に取り組むとともに、消費者力育成強化のための新教材を開発した。地域等での出前講座等の実施や消費者力の向上には、関係者をつなぐ消費者教育コーディネーターの配置・育成や、担い手向けにポータルサイトやSNS等で提供する消費者トラブルや教材等に関する情報を引き続き提供・拡充するとともに、新教材の活用促進を図っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	各ライフステージにおける消費者教育が更に実施されるよう、消費者教育コーディネーターの活動を一層促進するための支援を拡充する等、引き続き効果的効率的な事業の執行に努める。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	その他		
	所見	<p>①「消費者教育コーディネーター」の役割が重視されている印象を受けるが、コーディネーターは一定の資格を有する者を意味するものではなく、職務として消費者教育にかかわるポストに就く職員に付される肩書きであり、また、コーディネーターの能力は一定レベル・また均質とはみなされていないため、現状からするとその名称でひとくりにして、コーディネーターに消費者教育における一定の役割・機能を期待することは難しい面があるように感じ、そのコーディネーターを通じて各自自治体における「講座」が消費者教育浸透の場となること自体、限界があるのではないかと。消費者庁として集中的にコーディネーターの養成あるいは再教育といった施策を実施し、一定の能力を持った一定数のコーディネーターを確保することが急務なのではないかと思う。</p> <p>②都道府県及び政令市における消費者教育コーディネーターの設置が一定程度実現しているならば、中核市へ参加を促し、中核市の参加者数を内数として特記する等、現状の取組に沿った指標設定や説明が考えられるのではないかと。</p> <p>③短期アウトカムに、地域での取組に係る指標を設定することは重要であり、「地域での講座等の実施割合の向上」は必要な指標と考える。一方で、地域での実施有無だけでなく、地域での実施度合いを評価するための指標を併記しても良いのではないかと（例えば、地域での講座等を複数回／年間5回以上実施している地域割合等）。</p> <p>④アウトプットである「会議の実施」と短期アウトカムである「地域での講座等の実施割合の向上」の因果関係、それと中期アウトカムの「正答率」、長期の「行動ができる消費者の増加」の関係について、その関係は明確か、定かでない。仮に講座の実施割合が向上しても、正答率が下がることもあり得るが、そのような問題は生じないのか。やはり各項目の因果関係をもっと詰めて考えるべきではないだろうか。</p>		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札等の実施により調達を行っているが、一者応札となっている入札案件が見受けられるところ、その要因を分析し、一者応札の解消に努め、経費の効率的な使用を検討いただきたい。

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	年度内に改善を検討		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	<p>外務有識者による点検に対する改善点は以下のとおり。</p> <p>①コーディネーター会議及び国民生活センターで実施する研修講座の受講を促し、必要な研修講座を履修した者に対して、一定の能力を持ったコーディネーターとして修了証を発行する等により、一定の役割・機能の発揮が期待できるコーディネーターの育成・確保を図ることを検討する。</p> <p>②都道府県・政令市に配置される消費者教育コーディネーターに対する情報提供等も引き続き実施・重要であるところ、中核市の消費者教育コーディネーターの配置を促すため、中核市の参加者数（R6：6／62市）について補足することを検討する。</p> <p>③地域での講座等の実施有無の把握に引き続き努めるとともに、実施度合（複数回・複数の事業を実施している地域等）について把握することを検討する。</p> <p>④消費生活意識調査を活用して全国的な数値指標を置いているが、因果関係の把握については、当庁で実施する出前講座事業の中で把握する等の手法を含め引き続き検討する。</p> <p>行政事業レビュー推進チームの所見に対する改善点は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・一社応札となった案件で、人員等のリソース不足や事業実施期間を踏まえて入札を見送った事業者があったことから、人員や事業期間を確保できるよう年度早々の公示を目指し、仕様書の準備・調整を図るようにする。</li> </ul>			
公開プロセス・ 秋の年次公開検 証（秋のレビュ ー）における取 りまとめ	--			
その他の指摘事 項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 扶桑速記印刷株式会社	200	2	消費者教育推進会議開催に関する経費	
	支出先名	支出額	法人番号		
	扶桑速記印刷株式会社	200	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・随契理由
	消費者教育推進会議に係る速記料(共同調達) その他(消費者庁共通費からの支出)	200	0	--	--
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 株式会社Piicほか	3,200	5	若年者向け啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の梱包・発送業務、小学校、中学校及び高等学校用教科書の購入、「令和5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、消費者教育教材「社会への扉」印刷、靈感商法対策啓発資料の印刷	
	支出先名	支出額	法人番号		
	TOPPAN版株式会社	1,100	8010501050089		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	靈感商法対策啓発資料の印刷 随意契約（少額）	1,100	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社P i i c	1,000	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・随契理由
「令和5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 一般競争契約（最低価格）	1,000	4	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
秋田共同印刷株式会社	900	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・随契理由	

	消費者教育教材「社会への扉」印刷 随意契約（少額）	900	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ペア		100	1012301009957		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
若年者向け啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の梱包・発送業務 随意契約（少額）		100	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
東京都第一教科書供給株式会社		100	8011101015093		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
小学校、中学校及び高等学校用教科書の購入 随意契約（少額）		100	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
C 公益財団法人消費者教育支援センターほか		29,300	4	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務、事業者等における新人向け消費者教育研修業務、事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築、事業者等における「若手従業員向け消費者研修プログラム」の普及・支援に関する業務	
支出先名		支出額	法人番号		
公益財団法人消費者教育支援センター		10,900	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・随契理由
事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築 一般競争契約（最低価格）		10,900	1	--	教材作成の人員等のリソース不足や事業実施期間を踏まえて入札を見送った事業者があったため。
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		8,900	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・随契理由

	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務 一般競争契約（最低価格）	8,900	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
東京弁護士会		6,500	5010005003967		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
事業者等における新人向け消費者教育研修業務 一般競争契約（最低価格）		6,500	2	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ダン計画研究所		3,000	1120001084252		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
事業者等における「若手従業員向け消費者教育研修プログラム」の普及・支援に関する業務 一般競争契約（最低価格）		3,000	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	
D	TOPPAN株式会社ほか	87,800	3	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務、VR教材の購入、VR教材の追加購入、デジタルサイネージを利用した周知・広報	
支出先名		支出額	法人番号		
TOPPAN株式会社		71,400	8010501050089		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務 一般競争契約（総合評価）		71,400	2	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ジェイアール東日本企画		9,000	7011001029649		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るデジタルサイネージを利用した周知・広報 一般競争契約（最低価格）		9,000	2	--	--

支出先名	支出額	法人番号			
カディンチェ株式会社	7,400	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・随契理由	
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るVR機材の購入 一般競争契約（最低価格）	6,500	4	--	--	
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るVR機材の追加購入 随意契約（少額）	900	0	--	--	
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E クオン株式会社ほか	4,900	3	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集・編集業務、サステナブルファッション推進へ向けた動画制作業務、エシカル消費の啓発のための運営支援業務		
支出先名	支出額	法人番号			
(株) シード・プランニング	2,100	9010001144299			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等 一般競争契約（最低価格）	2,100	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社スターランドコミュニケーション	1,000	4010001074550			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
サステナブルファッション推進へ向けた制作業務 随意契約（少額）	1,000	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社 趣味なび	1,000	8010401130354			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
「エシカル消費」普及啓発のための運営支援業務 随意契約（少額）	1,000	1	--	--	

	支出先名		支出額	法人番号		
	クオン株式会社		800	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・随契理由
	エシカル消費の普及啓発に係る調査事業の謝礼の送付業務 随意契約（その他）		800	1	--	--

費目・用途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	用途	金額
B	TOPPAN版株式会社	靈感商法対策啓発資料の印刷	雑役務費	靈感商法対策啓発資料の印刷	1,100
C	公益財団法人消費者教育支援センター	事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築	雑役務費	事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築	--
D	TOPPAN株式会社	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務	雑役務費	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務	71,400
E	(株) シード・プランニング	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等	雑役務費	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等	2,100

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

その他備考

--

## エシカル消費の普及・啓発

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁					
	事業所管課室	消費者庁   消費者教育推進課					
	作成責任者	黒田啓太					
	その他担当組織	--					
基本情報	予算事業ID	000461	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策			政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1. 消費者政策の推進	(8) エシカル消費の普及・啓発			<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	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	<p>○消費者市民社会の形成（自立した消費者の育成）に向け、消費者にとって身近な取組であるサステナブルファッション等のエシカル消費について、消費者教育・普及啓発の一環として推進。</p> <p>○エシカル消費の認知度は向上し（R元：12.2% R4：26.9% R5：29.4%）、実践する意向のある消費者（R4：28.7% R5：27.6%）や、日常的に実践する消費者（R4：76.4% R5：75%）も一定数いる。</p> <p>○エシカル消費の普及促進とともに、消費者の実践を促すための情報発信や地方公共団体や事業者等の取組への支援が必要。</p>					
	事業の概要	<p>上記事業目的を達成するため、主に以下の取組を実施。</p> <p>○エシカル消費の啓発に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・周知等）</p> <p>○地方公共団体・学校・事業者等へのエシカル消費啓発の働きかけ（事例・ノウハウの共有等）</p> <p>○エシカル消費特設サイトでの情報発信の強化</p> <p>○消費者にとって特に身近な取組であるサステナブルファッションについての特設サイトでの情報発信の強化</p> <p>○毎月5月に行う消費者月間事業の実施</p>					
	事業概要URL	<a href="https://www.ethical.caa.go.jp/">https://www.ethical.caa.go.jp/</a>					
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 第5章 2. (3)		--	
	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ (3) ④		--	
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

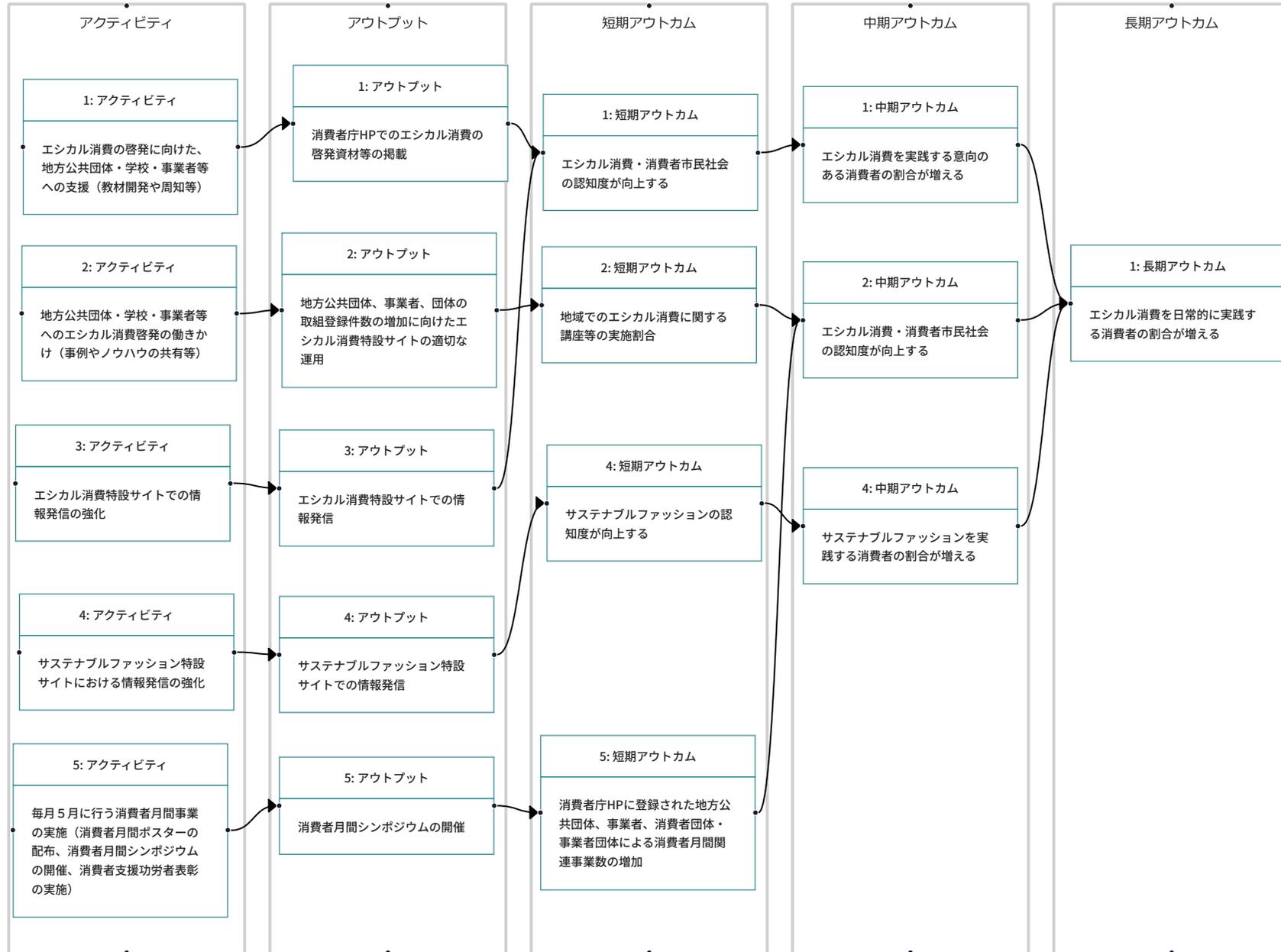
予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	43,000	11,800	--	14,618
	当初予算	11,000	17,800	15,470	15,553	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	2,000	--	--	--	--
	計	13,000	17,800	15,470	15,553	0
	執行額	13,000	12,000	20,007	--	--
	執行率	100%	67.4%	129.3%	--	--

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
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--	8,815	7,815
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当			--	6,173	6,155
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費			--	456	456
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費			--	109	73
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--	--	119

主な増減理由	<p>エシカル消費の普及・啓発については、事業を継続する中で、業務を効果的に遂行するよう見直したことに伴い、減額となったもの。</p>	<p>その他特記事項</p>	--
--------	---	----------------	----

# 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 1-1-1-1-1

アクティビティ	エシカル消費の啓発に向けた、地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発や周知等）			
アウトプット	活動目標	消費者庁HPでのエシカル消費の啓発資料等の掲載	活動指標	消費者庁HPでのエシカル消費の啓発資料等へのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	48,000	53,000
	活動実績／成果実績(件)	45,503	532,341	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の啓発資料をより活用してもらうことで、各地域による講座の実施を増加させることができ、講座へ参加する機会が増えることによって、エシカル消費に関する認知度も増加することにつながると考えられることから、本指標を短期アウトカムに設定した。			
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和4年度 消費者市民社会の認知度 25.2% 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32
	活動実績／成果実績(%)	26.9	29.4	--
	達成率(%)	--	91.9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することは、エシカル消費を実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。			

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	28.7	27.6	--	--
	達成率(%)	--	86.3	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向のある消費者が増えることは、意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考えたため、本指標を長期アウトカムに設定した。
--------------------	--

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
	達成率(%)	--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1

アクティビティ	地方公共団体・学校・事業者等へのエシカル消費啓発の働きかけ（事例やノウハウの共有等）			
アウトプット	活動目標	地方公共団体、事業者、団体の取組登録件数の増加に向けたエシカル消費特設サイトの適切な運用	活動指標	エシカル消費特設サイトに登録されたエシカル消費に関わる地方公共団体等の取組事例数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	330	400
	活動実績／成果実績(件)	321	383	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	全国各団体のエシカル消費に関する取組をより多くHPに掲載することにより、他団体の取組を参考に自身の取組につなげようとする団体が増え、これに伴い各地域による講座や様々なイベントが増加すると考えたため、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	地域でのエシカル消費に関する講座等の実施割合	成果指標	地域での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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度地方消費者行政の現況調査 令和5年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	25	30
	活動実績／成果実績(%)	21.8	26	--
	達成率(%)	--	104	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	地域でのエシカル消費に関する講座を通じてエシカル消費について知ることは、エシカル消費の認知度が増加することにつながると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。			

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和4年度 消費者市民社会の認知度 25.2% 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32
	活動実績／成果実績(%)	26.9	29.4	--
	達成率(%)	--	91.9	--

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

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
	達成率(%)	--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1-1

アクティビティ	エシカル消費特設サイトでの情報発信の強化					
アウトプット	活動目標	エシカル消費特設サイトでの情報発信		活動指標	エシカル消費特設サイトのアクセス数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--		260,000		7,200,000
	活動実績／成果実績(件)	240,675		7,131,866		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費特設サイトでは、エシカル消費を実施する事業者の取組に関する記事や、地方公共団体の取組を掲載しており、エシカル消費を実践するヒントを得ることができる。そのような特設サイトのアクセス数が増加することにより、エシカル消費の認知度が増加することにつながると考え、本指標を短期アウトカムに設定した。					
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する		成果指標	エシカル消費の認知度	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和4年度 消費者市民社会の認知度 25.2% 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4%		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--		32		32
	活動実績／成果実績(%)	26.9		29.4		--
	達成率(%)	--		91.9		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することは、エシカル消費を実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。					

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合が増える		成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	28.7	27.6	--	--
	達成率(%)	--	86.3	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向のある消費者が増加することは、意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考えたため、本指標を長期アウトカムに設定した。				
長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える		成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
	達成率(%)	--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-1

アクティビティ	サステナブルファッション特設サイトにおける情報発信の強化			
アウトプット	活動目標	サステナブルファッション特設サイトでの情報発信	活動指標	サステナブルファッション特設サイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	30,000	320,000
	活動実績／成果実績(件)	25,905	313,210	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッション特設サイトでは、著名人を起用したサステナブルファッション・サポーターによる啓発や、サステナブルファッションを実践するためのヒントを掲載している。そのような特設サイトのアクセス数が増加することで、サステナブルファッションの認知度の増加につながると考えられることから、本指標を短期アウトカムに設定した。			
短期アウトカム	成果目標	サステナブルファッションの認知度が向上する	成果指標	サステナブルファッションの認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・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3回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	45	45
	活動実績／成果実績(%)	41.4	42.7	--
	達成率(%)	--	94.9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッションの認知度が増加することが、サステナブルファッションを実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。			

中期アウトカム	成果目標	サステナブルファッションを実践する消費者の割合が増える		成果指標	サステナブルファッションを実践する消費者の割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)		--	72	72	
	活動実績／成果実績(%)		69.2	68.2	--	
	達成率(%)		--	94.7	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッションの実践に意向のある消費者が増加することで、サスティナブルファッションを含むエシカル消費について意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考えられることから、本指標を長期アウトカムに設定した。					
長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える		成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和4年度消費生活意識調査（第3回） 令和5年度消費生活意識調査（第3回）	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)		76.4	75	--	--
	達成率(%)		--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 5-5-5-2-1

アクティビティ	毎月5月に行う消費者月間事業の実施（消費者月間ポスターの配布、消費者月間シンポジウムの開催、消費者支援功労者表彰の実施）				
アウトプット	活動目標	消費者月間シンポジウムの開催		活動指標	消費者月間シンポジウムの参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	※新型コロナウイルス感染症の影響で消費者月間シンポジウムは令和2、3年度は中止、令和4年度は関係者を対象に実施。		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	--	--	250	250
	活動実績／成果実績(人)	23	194	152	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者月間シンポジウムの参加者数が増加することにより、各関係者による消費者月間関連事業の機運が醸成され、関連事業実施につながると考えたため、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	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数の増加		成果指標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、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	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者月間HPの関連事業 地方公共団体より集計 令和3年度： <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2021/koukyou">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2021/koukyou</a> 令和4年度： <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2022/koukyou">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2022/koukyou</a> 令和5年度： <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2023/koukyou">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2023/koukyou</a> "
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	86	93	77	100
	活動実績／成果実績(件)	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

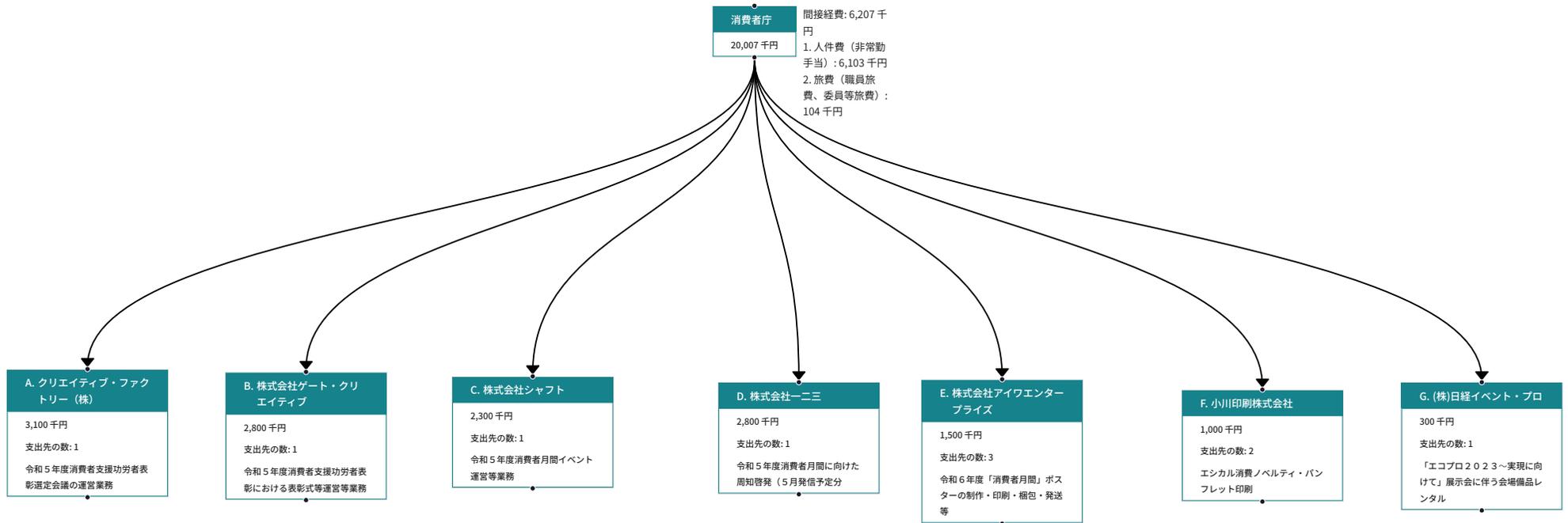
↓ 後続アウトカム へのつながり	地方公共団体や事業者等での消費者月間関連事業の実施の増加により、エシカル消費・消費者市民社会の認知度の増加につながると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。						
中期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する		成果指標	エシカル消費の認知度		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和4年度 消費者市民社会の認知度 25.2% 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4%		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	令和4年度消費生活意識調査(第3回) 令和5年度消費生活意識調査(第3回)		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標 と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度	
	当初見込み/目標値(%)	--		32		32	
	活動実績/成果実績(%)	26.9		29.4		--	
	達成率(%)	--		91.9		--	
↓ 後続アウトカム へのつながり	エシカル消費の認知度が増加することが、意識だけでなく実際に行動に移す消費者を増加することにつながると考えたため、本指標を長期アウトカムを設定した。						
長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える		成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	令和4年度消費生活意識調査(第3回) 令和5年度消費生活意識調査(第3回)		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標 と実績		2022年度		2023年度		2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み/目標値(%)	--		78		78	78
	活動実績/成果実績(%)	76.4		75		--	--
	達成率(%)	--		96.2		--	--
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	--					
	URL	--					
	該当箇所	--					

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、持続可能な社会の形成に寄与するよう、エシカル消費に関する動画等啓発資材の拡充を図るとともに、当該啓発資材を用いたイベントやワークショップを開催し、行動変容を促した。</p> <p>また、消費者庁HPやX、Instagram等SNSのコンテンツを作成し情報発信に努めた。</p> <p>特に、サステナブルファッションについては、特設サイトを設け、サステナブルファッションの認知度の向上を図った。</p> <p>引き続き、イベント等の開催、情報発信に努め、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携した取組を促し、消費者市民社会の形成を図っていく必要がある。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	エシカル消費やサステナブルファッションについて、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携し取り組めるよう、引き続き、的確な情報発信に努めるとともに、若年層向けの新教材の開発等を検討する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	年度によって執行率が大きく上下しているため、引き続き予算要求と事業実施に齟齬が生じていないか確認いただきつつ、まだまだ国民の認知度や実践の割合が十分に高いとは言えないエシカル消費の普及・啓発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	--	--	--
公開プロセス・秋の年次公開検証(秋のレビュー)における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

# 支出先

## 資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A クリエイティブ・ファクトリー (株)		3,100	1	令和5年度消費者支援功労者表彰選定会議の運営業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	クリエイティブ・ファクトリー (株)		3,100	3011301024114		
	契約概要 (契約名) / 契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	令和5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)		3,100	0	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 株式会社ゲート・クリエイティブ		2,800	1	令和5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		
	株式会社ゲート・クリエイティブ		2,800	3010501036720		
契約概要 (契約名) / 契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
令和5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)		2,800	0	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
C 株式会社シャフト		2,300	1	令和5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		2,300	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・随契理由	
令和5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)		2,300	9	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D 株式会社一二三		2,800	1	令和5年度消費者月間に向けた周知啓発 (5月発信予定分)		

支出先名		支出額	法人番号		
株式会社一二三		2,800	1010001138820		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度消費者月間に向けた～周知啓発（5月発信予定分） 一般競争契約（最低価格）		2,800	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	株式会社アイワエンタープライズ	1,500	3	令和6年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷・梱包・発送等	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社アイワエンタープライズ		1,000	1010401050798		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和6年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷 随意契約（少額）		1,000	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
朝日梱包（株）		300	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・随契理由
令和6年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）		300	0	--	--
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		200	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・随契理由
令和5年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料 随意契約（少額）		200	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	小川印刷株式会社	1,000	2	エシカル消費ノベルティ・パンフレット印刷	

支出先名	支出額	法人番号		
小川印刷 株式会社	800	6011701001874		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
エシカル消費ノベルティノート作成業務（増刷） 一般競争契約（最低価格）	800	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
(株) 五月商会	200	4013301005010		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
エシカル消費パンフレットの増刷 一般競争契約（最低価格）	200	0	--	--
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G (株)日経イベント・プロ	300	1	「エコプロ2023～実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル	
支出先名	支出額	法人番号		
(株) 日経イベント・プロ	300	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・随契理由
「エコプロ2023～実現に向けて」展示会に伴う会場備品 レンタル 一般競争契約（総合評価）	300	0	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額	
	A	クリエイティブ・ファクトリー（株）	令和5年度消費者月間イベント運営等業務	雑務経費	令和6年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務	3,100
	B	株式会社ゲート・クリエイティブ	令和5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	雑務経費	令和5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	2,800
	C	株式会社シャフト	令和5年度消費者月間イベント運営等業務	雑役務費	令和5年度消費者月間イベント運営等業務	2,300
	D	株式会社一三	令和5年度消費者月間に向けた～周知啓発（5月発信予定分）	雑役務費	令和5年度消費者月間に向けた～周知啓発（5月発信予定分）	2,800
	E	株式会社アイワエンタープライズ	令和6年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	雑役務費	令和6年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	1,000
	F	小川印刷 株式会社	エシカル消費ノベルティノート作成業務（増刷）	雑役務費	エシカル消費ノベルティノート作成業務（増刷）	800
	G	（株）日経イベント・プロ	「エコプロ2023～実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル	雑役務費	「エコプロ2023～実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル	300

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

その他備考

--

## 食品ロスの削減の推進

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   消費者教育推進課				
	作成責任者	田中誠				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000466	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		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) 食品ロス削減推進		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	

概要・目的	事業の目的	<p>「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。</p> <p>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。</p>			
	現状・課題	<p>2030年度までに2000年度比で食品ロス量を半減させる目標（980万トン→489万トン）の達成に向けて関係省庁と連携して施策を推進。</p> <p>直近の2020年度・2021年度・2022年度の食品ロス量は522万トン・523万トン・472万トンとなり、2022年度においては目標達成となっている目標達成に近づいているように見えるが、この数値は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う消費者の外出機会の減少や飲食店の営業自粛などの影響を受けている可能性がある。</p> <p>2020年度・2021年度・2022年度を除く直近5年間平均（2015年度～2019年度）の食品ロス量は614万トンとなっており、2030年度までの半減目標の達成に向けて、更なる施策の推進が必要となっており、2023年12月に「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を取りまとめ、パッケージに盛り込まれた施策の推進を図ることとしている。</p>			
	事業の概要	<p>上記事業の目的を達成するため、以下の取組を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○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）</li> <li>○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</li> <li>○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）</li> <li>○食品ロス削減推進会議等の運営</li> <li>○食品寄附の促進を構築するモデル事業の実施</li> </ul>			
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/education/#reference">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/education/#reference</a>			
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19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	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/pdf/promote_200331_0001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/pdf/promote_200331_0001.pdf</a>			
	消費者基本計画 第5章 2. (1)	--			
	第4次食育推進基本計画 第3 5.	--			
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

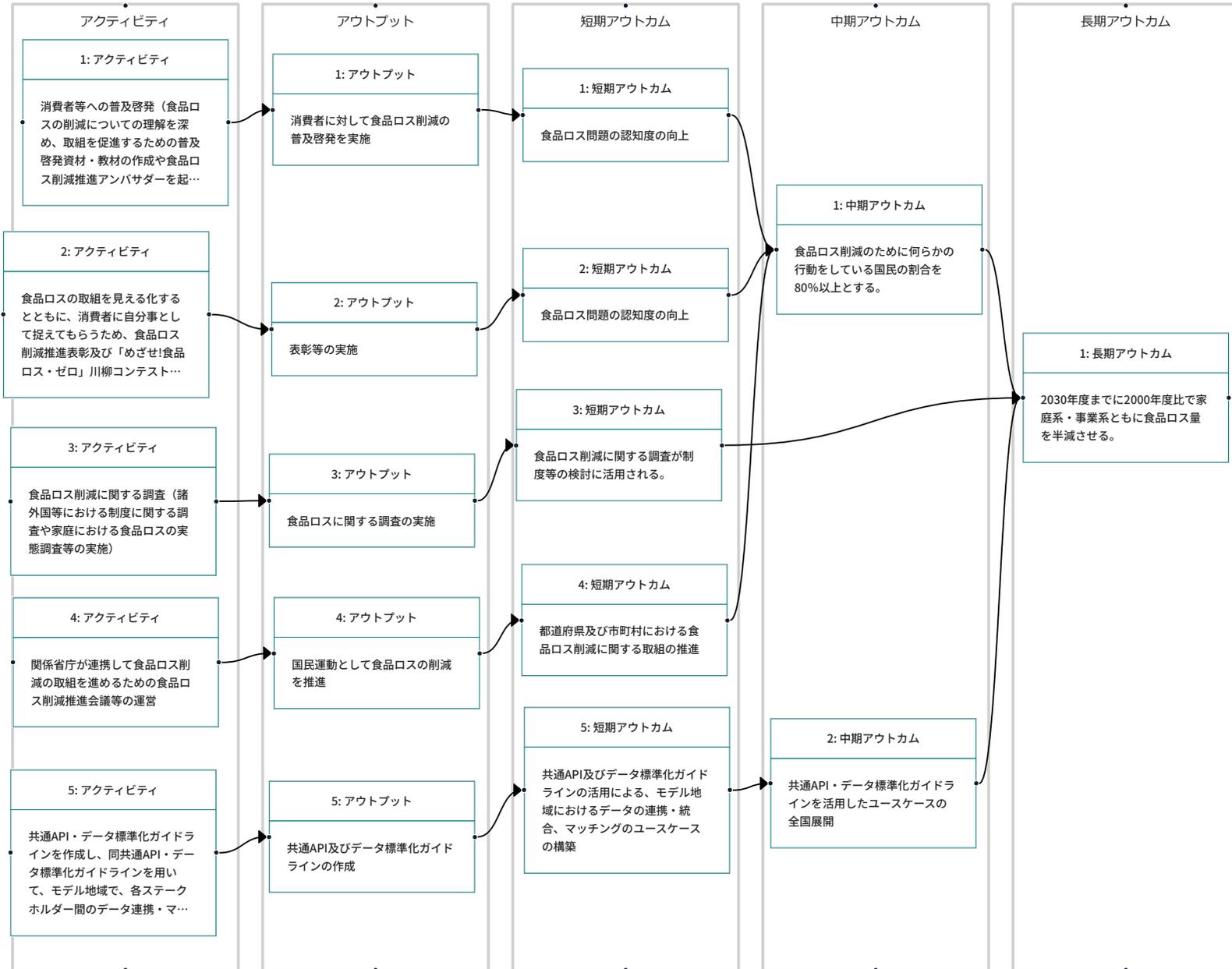
予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	81,000	58,000	203,000	101,747
	当初予算	47,000	43,000	48,000	68,267	--
	補正予算	--	80,000	99,567	--	--
	前年度から繰越し	--	--	80,000	82,500	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	47,000	123,000	227,567	150,767	0
	執行額	41,000	48,000	118,988	--	--
	執行率	87.2%	39%	52.3%	--	--

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	--	40,000	--		
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--	66,675	100,009
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当			--	862	862
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費			--	554	686
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費			--	113	127
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金			--	63	63
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">前年度から繰越し</div> --			--	82,500	--

主な増減理由	食品ロスの削減に関する取組を強化するための新たな事業項目を要求に追加したため。	その他特記事項	--
--------	---	---------	----

# 効果発現経路

## 活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

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	食べもののムダをなくそうプロジェクト（食品ロス削減）周知用パンフレットの作成数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(枚)	40,000	10,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(枚)	40,160	70,000	80,000	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減に関するパンフレットの作成数の増加は、食品ロス問題の認知度がの向上につながることから、本指標を短期アウトカムとして設定した。				
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	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	90
	活動実績／成果実績(%)	80.9	81.1	80.9	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題の認知度が向上の向上は、実際に食品ロス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として設定した。 ※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）」に基づき設定				

中期アウトカム	成果目標	食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上とする。	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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	78.3	76.9	76.7	--	--
	達成率(%)	97.9	96.1	95.9	--	--

 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年6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(令和元年7月)」「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）」に基づき設定</p>
--	---

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年 度 2030年度	
	当初見込み ／目標値(万 t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／ 成果実績(万 t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

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	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み/目標値(件)	--	6,000	10,000	15,000
	活動実績/成果実績(件)	6,636	13,708	19,717	--
↓ 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として設定した。				
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	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	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み/目標値	--	--	100	
	活動実績/成果実績	97.7	97.1	--	
	達成率(%)	--	--	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題に対する認知度・意識の向上は、実際に食品ロス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として設定した。 ※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)」に基づき設定				

中期アウトカム	成果目標	食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上とする。	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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	78.3	76.9	76.7	--	--
	達成率(%)	97.9	96.1	95.9	--	--

 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年6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(令和元年7月)」「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）」に基づき設定</p>
---	---

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年 度 2030年度	
	当初見込み ／目標値(万 t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／ 成果実績(万 t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-1

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	--	成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	5	16	5	2
	活動実績／成果実績	5	15	5	--
↓ 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として設定した。				
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	法制検討及び施策パッケージ作成の基礎資料として活用した。	成果実績及び目標値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	--	
活動・成果目標と実績		2024年度			
	当初見込み／目標値	--			
	活動実績／成果実績	--			
	達成率(%)	--			
↓ 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス削減に関する調査が制度等の検討に活用されることにより、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年6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(令和元年7月)」「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）」に基づき設定</p>				

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／成果実績(万t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 4-4-1-1

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数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	--	10	9
	活動実績／成果実績(回)	4	2	8	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減推進会議のもと、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	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	--	--	315
	活動実績／成果実績(自治体)	154	207	279	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 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、食品ロス削減のために何らかの行動をしている人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。				

中期アウトカム	成果目標	食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上とする。	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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和4年度消費生活意識調査（第2回） 令和5年度消費生活意識調査（第2回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	78.3	76.9	76.7	--	--
	達成率(%)	97.9	96.1	95.9	--	--

 後続アウトカムへのつながり	<p>食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p> <p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年6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(令和元年7月)」「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）」に基づき設定</p>
---	---

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	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	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年 度 2030年度	
	当初見込み ／目標値(万 t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／ 成果実績(万 t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 5-5-5-2-1

アクティビティ	共通API・データ標準化ガイドラインを作成し、同共通API・データ標準化ガイドラインを用いて、モデル地域で、各ステークホルダー間のデータ連携・マッチングのユースケースを示し、他地域への波及を図ることを通じて、より適切な需給調整を通じた食品寄附の促進を構築するモデル事業の実施				
アウトプット	活動目標	共通API及びデータ標準化ガイドラインの作成		活動指標	共通API・データ標準化ガイドラインの作成状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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	
	当初見込み／目標値(個)			2	
	活動実績／成果実績(個)			--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	共通API及びデータ標準化ガイドラインの作成と、それらを地域のシステム等で実装することは、フードバンクやこども食堂等といった、食品寄附における各ステークホルダーが有する既存のデータやシステムの連携を可能にすることから、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	共通API及びデータ標準化ガイドラインの活用による、モデル地域におけるデータの連携・統合、マッチングのユースケースの構築		成果指標	モデル地域（ユースケース）数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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				目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(自治体)			2	
	活動実績／成果実績(自治体)			--	
	達成率(%)			--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	共通API及びデータ標準化ガイドラインの、食品ロス量の削減への貢献は限定的になってしまうため、共通API・データ標準化ガイドラインを用いたユースケースを全国へ波及させる必要があることから、本指標を中期アウトカムに設定した。				

中期アウトカム	成果目標	共通API・データ標準化ガイドラインを活用したユースケースの全国展開			成果指標	共通API及びデータ標準化ガイドラインを活用してデータ・システム連携を実装した地域数		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			成果実績及び目標値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		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)		--	--	--	--	--	--	14
活動実績／成果実績(自治体)		--	--	--	--	--	--	--
達成率(%)		--	--	--	--	--	--	--

 後続アウトカムへのつながり	<p>共通API・データ標準化ガイドラインを用いたユースケースの全国への波及は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。</p>
	<p>なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。</p> <p>※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年6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(令和元年7月)」「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）」に基づき設定</p>

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。			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	--			成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和3年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		

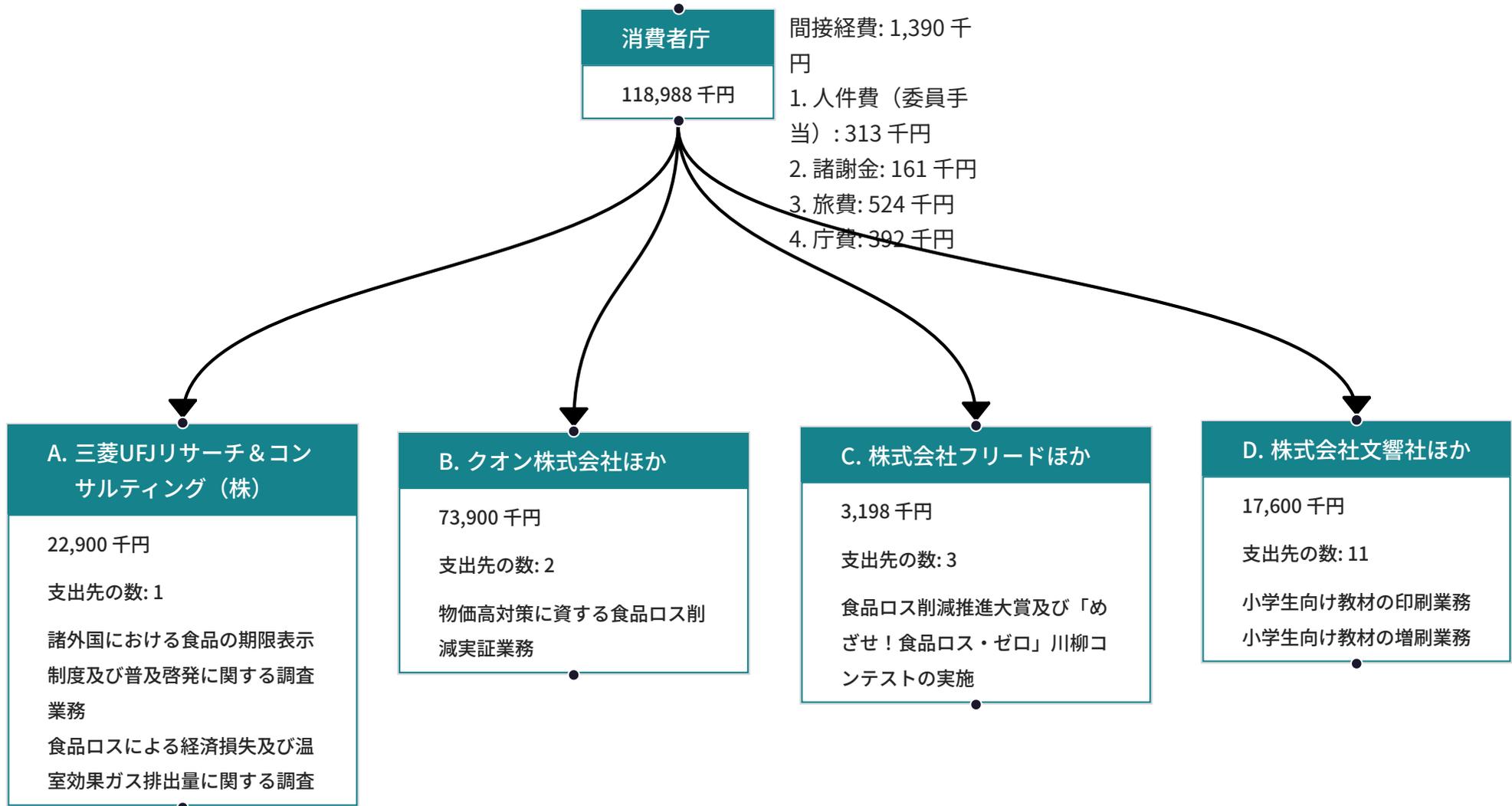
活動・成果目標 と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年 度 2030年度	
	当初見込み ／目標値(万 t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／ 成果実績(万 t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

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
	URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/pdf/promote_200331_0001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/pdf/promote_200331_0001.pdf</a>
	該当箇所	P13

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」制度を実施するとともに、諸外国における食品の期限表示制度や我が国における食品寄附に係る実態調査も実施し、食品ロス削減に関する制度的な課題等にも対応した。これらの取組を通じて「2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる」、「食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上とする」目標の達成を図っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	食品寄附や食べ残しの持ち帰りを促進するための枠組みづくりを推進するとともに、メリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努める。また、企業とのタイアップなどの非予算事業の強化にも着手する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。なお、一般競争入札による一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	可能な範囲内で、一社応札の要因を分析し、必要な見直し等を行いたい。			

公開プロセス・ 秋の年次公開検 証（秋のレビ ュー）における取 りまとめ	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2022
	取りまとめ内容			
	<p>・令和4年度消費者庁公開プロセス対象事業</p> <p>食品ロス削減は、2015年、国連総会の持続的開発に向けたアジェンダ2030でも触れられた世界的な課題に対応するものであり、食料需給率が低く、大量の輸入食料に頼っている我が国にとっては、特に重要な意味を持つ事業と捉えられる。</p> <p>レビューシートに示された施策の進捗はおおむね堅実な傾向を示してはいるが、①国民運動に育てるため、自分事として受け止めてもらうための環境整備、②学校教育の場を通じた普及活動、③マスコミ等を通じた情報発信、これは食品ロスの実態、食品ロスに対する対策の両面で情報発信の強化を図っていくべきでないか、といった様々な意見があった。</p> <p>現在設定されているアウトカムについても、一見分かりやすいものではあるが、最終目標である食品ロスの削減についての里程碑としての機能を考えると、改善の余地があるように思われる。</p> <p>以上の点を公開プロセスの対象事業に関する意見の取りまとめとし、事業内容の一部見直し、改善を求めることとしたい。</p>			
	対応状況			
<p>令和4年度消費者庁公開プロセスのとりまとめコメントを受けて、全国のコンビニエンスストアと連携した「てまえどり」キャンペーンなどの全国規模での普及啓発や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」制度を創出した。また、学校教育の場を通じた普及活動を強化するため、「令和4年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト」を募集した際に教育委員会を通じて全国の学校へ周知するとともに、団体応募を容易にできるよう応募フォームを改良した結果、応募総数13,708件のうち約8割が学生からの応募になった。</p>				
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)	22,900	1	諸外国における食品の期限表示制度及び普及啓発に関する調査業務 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		
	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)	9,600	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・随契理由	
	諸外国における食品の期限表示制度及び普及啓発に関する調査業務 一般競争契約(総合評価)	9,600	4	--	--	
	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)	8,300	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・随契理由	
	食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量に関する調査業務 一般競争契約(総合評価)	8,300	3	--	--	
	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)	5,000	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・随契理由	
	日本における食品寄附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)	5,000	4	--	--	
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
B クオン株式会社ほか	73,900	2	物価高対策に資する食品ロス削減実証業務			
支出先名	支出額	法人番号				
楽天グループ株式会社	69,000	9010701020592				
契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由		
物価高対策に資する食品ロス削減実証業務 一般競争契約(総合評価)	69,000	3	--	--		

支出先名		支出額	法人番号		
クオン株式会社		4,900	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・随契理由
オンライン・コミュニティを活用した食品ロス削減推進高度化事業 一般競争契約（総合評価）		4,000	1	--	--
食品ロス削減の効果的な取組や工夫等に関する一般消費者へのグループインタビュー 随意契約（少額）		900	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
C 株式会社フリードほか		3,198	3	食品ロス削減推進大賞及び「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社フリード		2,100	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・随契理由
令和5年度「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）		2,100	7	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
Three合同会社		1,000	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・随契理由
「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の制作 随意契約（少額）		1,000	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人		76	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	令和5年度食品ロス削減推進表彰式への出席 その他(庁費からの支出)	76	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社		22	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・随契理由
「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト表彰状等の梱包・発送 随意契約(少額)		22	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D 株式会社文響社ほか		17,600	11	小学生向け教材の印刷業務 小学生向け教材の増刷業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社文響社		4,300	5010401087309		
契約概要(契約名)/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
小学生向け教材の印刷業務 随意契約(少額)		2,300	0	--	--
小学生向け教材の増刷業務 随意契約(少額)		2,000	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
アイムクリエイト		2,000	--		
契約概要(契約名)/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品ロス削減サポーター用ピンバッジの制作 --		2,000	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
アイムクリエイト		1,600	--		
契約概要(契約名)/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

「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）	900	0	--	--
月間ポスター印刷 随意契約（少額）	500	0	--	--
月間ポスター メトロ駅掲出用の印刷業務 随意契約（少額）	200	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
株式会社太陽美術	1,500	6010601003790		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>
食品ロス削減の計は湯用クリアファイル及びエコバッグの作成業務 随意契約（少額）	1,500	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
株式会社プリプラにじゅういち	1,500	6010401026711		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>
サポーター活動資材の開発事業（デザイン及び構成）（モデルプロジェクト） 一般競争契約（最低価格）	1,500	1	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
Three合同会社	1,500	5010403011530		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>
月間ポスターデザイン作成 随意契約（少額）	1,000	0	--	--
食品ロス削減ガイドブックの更新 随意契約（少額）	500	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
株式会社スーパーリージョナル	1,500	3010601030549		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>

消費者庁ウェブサイト「[食品ロス削減]～特設サイトのサーバーの調達・運用 随意契約（少額）	1,000	0	--	--
食品ロス削減ガイドブックのデジタルブック化 随意契約（少額）	500	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
株式会社 ステージ	1,300	3013301015869		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>
食品ロス削減推進サポーター育成のための研修会運営事業 随意契約（少額）	1,000	0	--	--
食品ロス削減推進会議オンライン運営業務 随意契約（少額）	300	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
株式会社タウン情報全国ネットワーク	1,000	7010001022168		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>
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）	1,000	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
株式会社ジェイアール東日本企画	800	7011001029649		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>
月間普及啓発（JRデジタルサイネージ） 随意契約（少額）	800	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		
朝日梱包株式会社	300	9010601040880		
<b>契約概要（契約名）/契約方式等</b>	<b>支出額</b>	<b>入札者数</b>	<b>落札率(%)</b>	<b>一者応札・随契理由</b>
月間ポスター梱包・発送業務 随意契約（少額）	300	0	--	--
<b>支出先名</b>	<b>支出額</b>	<b>法人番号</b>		

	公益社団法人 日本食品衛生協会	200	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・随契理由
	「非常用・備蓄用 長期保存パックご飯」等の品質検査 随意契約（少額）	200	0	--	--
	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	100	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・随契理由
月間普及啓発（メトロ駅ポスター掲出作業） 随意契約（少額）	100	0	--	--	

費目・用途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	用途	金額
A	三菱UFJリサーチ&コンサルティング (株)	諸外国における食品の期限表示 制度及び普及啓発に関する調査 業務	雑役務費	諸外国における諸外国の期限表示制度及び 普及啓発に関する調査業務	96,000
B	楽天グループ株式会社	物価高対策に資する食品ロス削 減実証業務	雑役務費	物価高対策に資する食品ロス削減実証業務	69,000
C	株式会社フリード	令和5年度「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	令和5年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川 柳コンテスト運営等事務	2,100
D	株式会社文響社	小学生向け教材の印刷業務	雑役務費	小学生向け教材の印刷業務	2,300

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

--

## 消費者ホットラインの運用等

## 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   地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000468	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	2024	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	(10) 消費者ホットラインの運用等		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	消費者ホットライン188は、共通の電話番号により最寄りの消費生活センター等の消費生活相談窓口を案内するものであり、消費者の利便性の向上及び相談機会の充実を図ることにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものである。				
	現状・課題	消費者が消費者トラブルにあった場合に取り得る行動として、全体の40.7%の方が「市区町村の消費生活センターに相談する」と回答（消費生活相談におけるSNS等の利用に係る調査）しているが、消費生活センター等の連絡先を含め知っている消費者は3.9%（令和元年）にとどまっており、消費生活センター等の連絡先を知らない消費者に窓口を案内することにより、相談の第一歩を支援する必要がある。				
	事業の概要	消費者ホットライン188の円滑な運用に向けて、各通信事業者における必要な設備の運営等及び消費者ホットラインの認知度向上に向けた広報を実施するものである。なお、本ホットラインについては、平成27年7月から3桁化（188）している。				
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/hotline/">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/hotline/</a>				
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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改訂）（第5章 重点的な施策の推進 5. 消費者行政を推進するための体制整備）	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]</a>				
	--	--				
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)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	124,000	121,000	121,000	121,000
	当初予算		128,000	120,000	121,000	121,000	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	19,000	△581	--	--
	計		128,000	139,000	120,419	121,000	0
	執行額		115,000	125,000	106,056	--	--
	執行率		89.8%	89.9%	88.1%	--	--

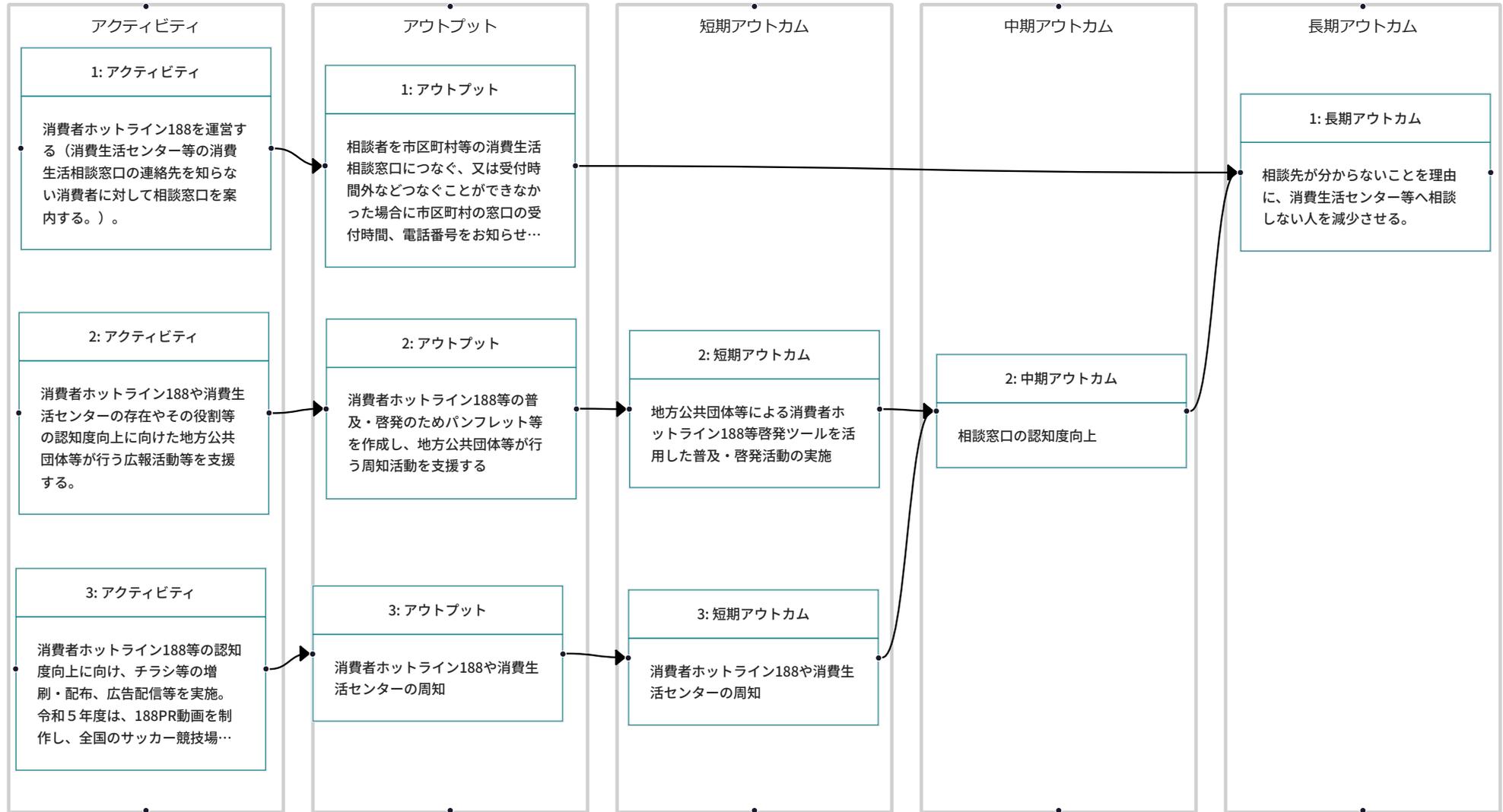
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計		--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算	消費者政策費 情報処理業務庁費		--	106,000	106,000
		当初予算	消費者政策費 消費者政策調査費		--	15,000	15,000

主な増減理由		その他特記事項	
--			--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1

アクティビティ	消費者ホットライン188を運営する（消費生活センター等の消費生活相談窓口の連絡先を知らない消費者に対して相談窓口を案内する。）。				
アウトプット	活動目標	相談者を市区町村等の消費生活相談窓口につなぐ、又は受付時間外などつなぐことができなかった場合に市区町村の窓口の受付時間、電話番号をお知らせする。	活動指標	消費者の利便性向上及び相談機会の充実	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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	
	当初見込み／目標値			--	
	活動実績／成果実績			--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため、下記目標を設定。				
長期アウトカム	成果目標	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	成果指標	消費生活意識調査による、消費生活センター等へ相談しようと思わない人のうち、その理由が「連絡先が分からないから」と回答した人の割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費生活意識調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	アクティビティである消費者ホットライン188の運営は、アウトプットと短期アウトカムが表裏の関係である。また、最終アウトカムは広報の取組と相まって達成されるものであるため、活動内容②及び③と共通の成果目標を記載している。	
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	8	8	8
	活動実績／成果実績(%)	8	16.5	--	--
	達成率(%)	--	48.5	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1

アクティビティ	消費者ホットライン188や消費生活センターの存在やその役割等の認知度向上に向けた地方公共団体等が行う広報活動等を支援する。				
アウトプット	活動目標	消費者ホットライン188等の普及・啓発のためパンフレット等を作成し、地方公共団体等が行う周知活動を支援する		活動指標	普及・啓発のためのツール数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	33	34	35	35
	活動実績／成果実績(件)	34	35	35	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	地方公共団体等が行う周知活動への支援として、消費者庁が作成した啓発ツールを地方公共団体等に活用してもらえたかが重要となるため				
短期アウトカム	成果目標	地方公共団体等による消費者ホットライン188等啓発ツールを活用した普及・啓発活動の実施		成果指標	消費者ホットライン188等啓発ツール利用申請団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	96	177	357	323
	活動実績／成果実績(団体)	177	357	323	--
	達成率(%)	184.4	201.7	90.5	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁において普及・啓発することにより、広く国民に消費者ホットライン188や消費生活センター等の存在を知ってもらい、その内容を理解してもらうことを目的として目標を設定。				

中期アウトカム	成果目標	相談窓口の認知度向上	成果指標	商品購入やサービスの提供に伴う契約等でトラブルや被害に遭った場合に相談できる消費生活センター等の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考) 認知度「令和5年度消費生活意識調査(第5回)」 ・消費生活センター:26.2%、消費者ホットライン188:7.3% ※1「名前」と「内容」を知っていたと回答した割合 ・消費生活センター:49.6%、消費者ホットライン188:24.2% ※2「名前」は知っていたと回答した割合	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績				目標年度 2024年度
	当初見込み/目標値(%)			30
	活動実績/成果実績(%)			--
	達成率(%)			--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため
--------------------	--

長期アウトカム	成果目標	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	成果指標	消費生活意識調査による、消費生活センター等へ相談しようと思わない人のうち、その理由が「連絡先が分からないから」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み/目標値(%)	--	8	8	8
	活動実績/成果実績(%)	8	16.5	--	--
	達成率(%)	--	48.5	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-2-1

アクティビティ	消費者ホットライン188等の認知度向上に向け、チラシ等の増刷・配布、広告配信等を実施。令和5年度は、188PR動画を制作し、全国のサッカー競技場で放映。			
アウトプット	活動目標	消費者ホットライン188や消費生活センターの周知	活動指標	PR動画制作、スタジアム放映
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(件)		--	1
	活動実績／成果実績(件)		1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁による広報活動のなかで、令和5年度は大臣を起用した消費者ホットライン188のPR動画を作成し、全国各地のJリーグ試合会場で放映することで幅広い世代に消費者ホットライン188の存在を周知。その受容者数（スタジアム入場者数）を成果指標として設定。			
短期アウトカム	成果目標	消費者ホットライン188や消費生活センターの周知	成果指標	スタジアム入場者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(人)		--	258,025
	活動実績／成果実績(人)		258,025	--
	達成率(%)		--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁において普及・啓発することにより、広く国民に消費者ホットライン188や消費生活センター等の存在を知ってもらい、その内容を理解してもらうことを目的として目標を設定。			

中期アウトカム	成果目標	相談窓口の認知度向上	成果指標	商品購入やサービスの提供に伴う契約等でトラブルや被害に遭った場合に相談できる消費生活センター等の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考) 認知度「令和5年度消費生活意識調査(第5回)」 ・消費生活センター:26.2%、消費者ホットライン188:7.3% ※1「名前」と「内容」を知っていたと回答した割合 ・消費生活センター:49.6%、消費者ホットライン188:24.2% ※2「名前」は知っていたと回答した割合	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績				目標年度 2024年度
	当初見込み/目標値(%)			30
	活動実績/成果実績(%)			--
	達成率(%)			--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため
--------------------	--

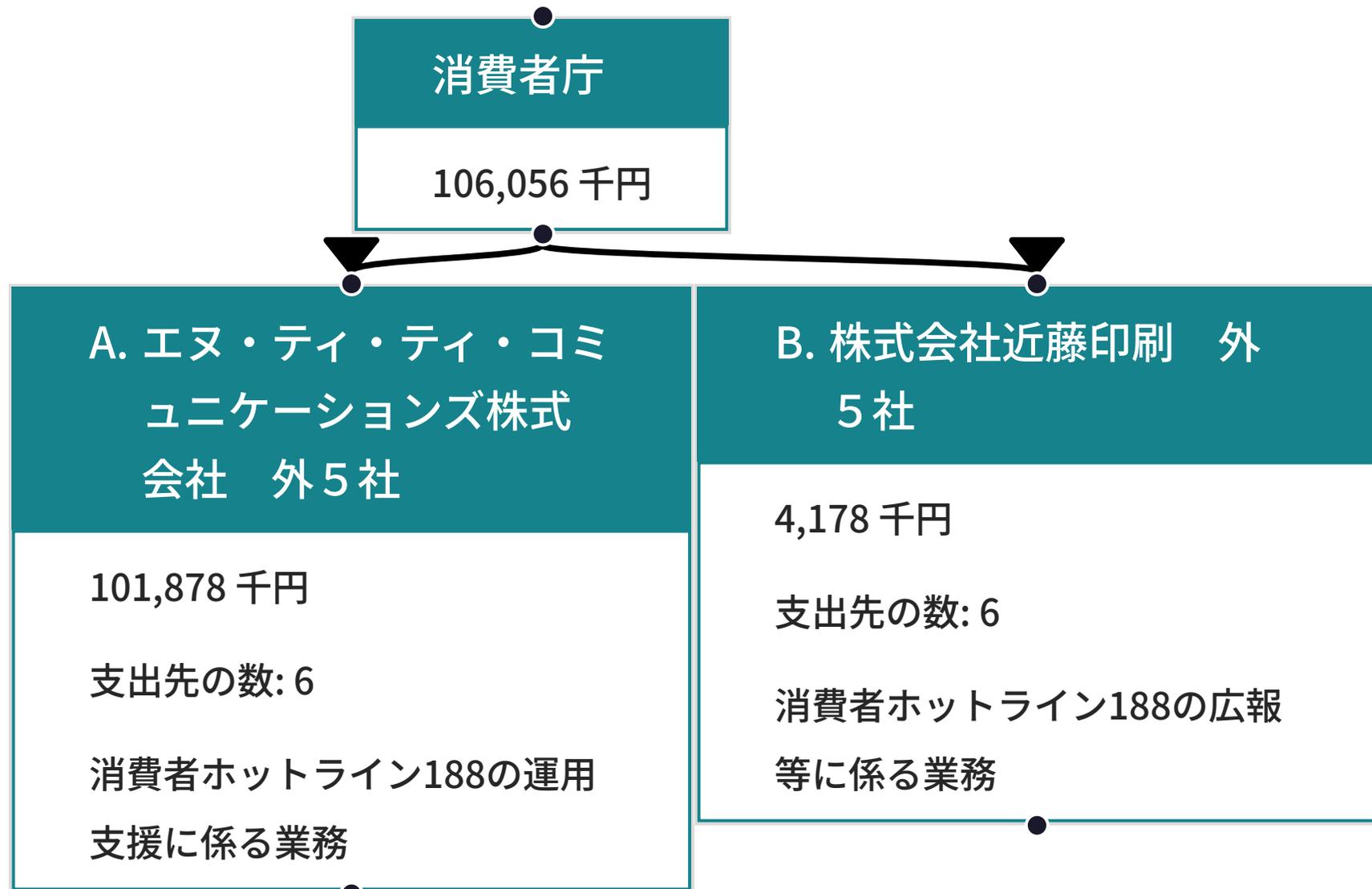
長期アウトカム	成果目標	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	成果指標	消費生活意識調査による、消費生活センター等へ相談しようと思わない人のうち、その理由が「連絡先が分からないから」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み/目標値(%)	--	8	8	8
	活動実績/成果実績(%)	8	16.5	--	--
	達成率(%)	--	48.5	--	--

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

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>消費者ホットライン188は、消費者トラブルに遭った際に相談しやすい体制を整備することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものであり、国民や社会のニーズを反映した国費投入の必要性の高い事業である。</p> <p>本ホットラインのシステムの運営については、エヌ・ティ・ティコミュニケーションズ株式会社のみが必要な唯一のサービス（ナビダイヤル）を提供できることから随意契約としている。</p> <p>認知度向上に向けた広報については、3者見積による少額随意契約を実施し、事業の競争性・効率性の確保に努めている。</p> <p>事業の有効性の観点において、消費者ホットライン188は年間約100万件近く利用されており、適切に運用されていると考えられる。広報については各種取り組んでいるものの認知度が十分とはいえない状況にある。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	<p>消費者ホットライン188のシステムの運営について、引き続き適正かつ効率的な執行に努める。</p> <p>消費者ホットライン188の広報については、認知度の向上に向けて、今後も様々な機会を捉えて取組を積極的に進めていく。</p> <p>2026年以降は、消費生活相談のためのポータルサイトも活用し、消費生活相談をしたい人が迷わず消費生活相談窓口までたどり着くことができるようにすることを目指していく。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	相談窓口となる消費生活センター等の認知度向上に向け、より効果的な広報等を検討いただくとともに、効率的な予算執行に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	相談窓口となる消費生活センター等の認知度向上に向け、より効果的な広報を検討するとともに、引き続き効率的な予算執行に努める。			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (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 エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社 外5社	101,878	6	消費者ホットライン188の運用支援に係る業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社	87,514	7010001064648		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	消費者ホットラインの運用・支援業務一式について 随意契約（その他）	87,514	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社NTTドコモ	4,752	1010001067912		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	令和5年度188番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	4,752	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号			
西日本電信電話株式会社	3,036	7120001077523			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
令和5年度188番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	3,036	0	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
東日本電信電話株式会社	3,036	8011101028104			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
令和5年度188番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	3,036	0	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			

ソフトバンク株式会社	2,000	9010401052465		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度188番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	2,000	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
KDDI株式会社	1,540	9011101031552		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度188番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	1,540	0	--	--
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
B 株式会社近藤印刷 外5社	4,178	6	消費者ホットライン188の広報等に係る業務	
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社近藤印刷	1,850	6180001019421		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者ホットライン188キャラクターバッジ作成業務 随意契約（少額）	971	0	--	--
消費者ホットライン188イメージキャラクターぬいぐるみ 作成業務 随意契約（少額）	879	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社スターランドコミュニケーション	990	4010001074550		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者ホットライン188啓発動画制作業務 随意契約（少額）	990	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		

株式会社 funbox		726	5010501004601		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者ホットライン188キャラクター缶バッジ作成業務 随意契約（少額）		726	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社太陽美術		308	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・随契理由
「消費者ホットラインステッカー」の増刷業務 随意契約（少額）		308	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社エクスコア		187	5011001094546		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者ホットライン188」バナー広告配信業務 随意契約（少額）		187	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
シーエムワン株式会社		117	1010001158505		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度消費者ホットライン等の啓発ツール等の配布にか かるシステム運営支援業務 随意契約（少額）		117	0	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ 株式会社	消費者ホットラインの運用・支 援業務一式について	雑役務費	消費者ホットラインの運用支援	87,514
B	株式会社近藤印刷	消費者ホットライン188キャ ラクターバッジ作成業務	雑役務費	消費者ホットライン188キャラクターバ ッジ作成業務	971

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

--

## 地方公共団体との連携等の推進

## 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   地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000469	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	2024	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	(11) 地方公共団体との連携等の推進		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	地方消費者行政の充実・強化のためには、地方消費者行政の「現場」のニーズや実情を踏まえた施策を展開する必要があることから、地方公共団体職員や消費者問題に取り組む関係者・グループとの「顔の見える関係」の構築や、地方消費者行政全体の現況・課題の把握等、国と地方公共団体、消費者団体等との情報交換や意見交換の取組を行う。				
	現状・課題	どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充するためには、地方消費者行政の充実・強化を進めることが課題となっている。 それに向けた諸課題に取り組むため、関係者との意見交換や「交流」の場を設けて、地方公共団体職員や消費者問題に取り組む団体・グループ等との「顔の見える関係」を構築し、地域の実情を把握するなど情報交換や意見交換を充実させる必要がある。				
	事業の概要	地方公共団体や消費者問題に取り組む消費者団体を始め、福祉、環境、子育て等の多様な分野で活躍する主体との「顔の見える関係」を構築すべく、「消費者行政ブロック会議」、「地方連携推進フォーラム」、「都道府県等消費者行政担当課長会議」、「法令執行担当者研修」を開催するほか、現場関係者との意見交換を行う。また、今後の地方消費者行政支援の施策の検討に活用するため、地方における消費者行政の現状・課題を把握するための調査等を行う。				
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/</a>				
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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改訂）（第5章 重点的な施策の推進5．消費者行政を推進するための体制整備）	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]</a>		
	--	--		
	--	--		
実施方法	その他			
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

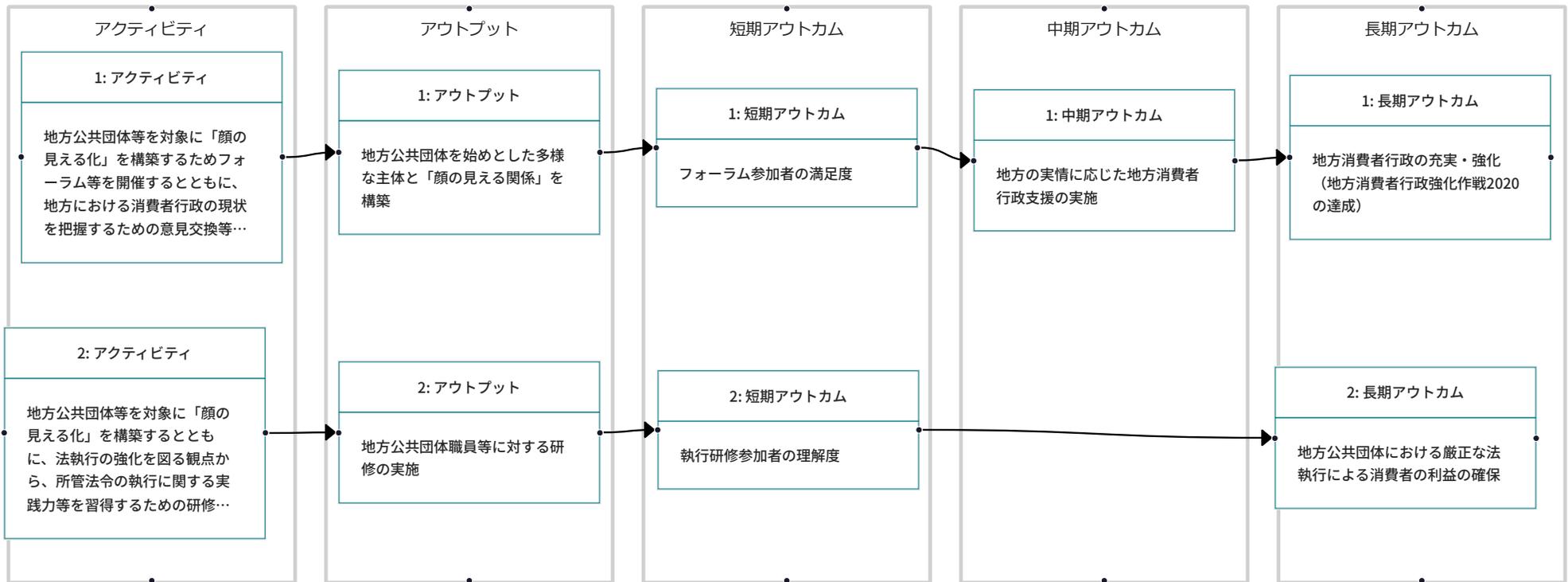
予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	61,000	59,000	59,330	60,620
	当初予算	63,000	59,000	59,807	59,540	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	△200	△129	--	--
	計	63,000	58,800	59,678	59,540	0
	執行額	44,000	47,000	47,603	--	--
	執行率	69.8%	79.9%	79.8%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--	--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--	32,752	33,885
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当			--	18,520	18,467
		<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費			--	5,329	5,329
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px;">当初予算</div> 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費			--	2,939	2,939	

主な増減理由	単価表の改定に伴う増加	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 1-1-1-1-1

アクティビティ	地方公共団体等を対象に「顔の見える化」を構築するためフォーラム等を開催するとともに、地方における消費者行政の現状を把握するための意見交換等を行う。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体を始めとした多様な主体と「顔の見える関係」を構築	活動指標	関係構築数（フォーラムの参加者数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	100	100	100
	活動実績／成果実績(人)	88	111	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	開催しているフォーラムが有効な施策であるか、また参加者にとって有意義なものとなっているかを測る指標として、フォーラム参加者の満足度を短期アウトカムとして設定した。			
短期アウトカム	成果目標	フォーラム参加者の満足度	成果指標	「本フォーラムの内容には満足されましたか？」という質問（5段階評価）に対して5又は4と回答した割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	86	79.3	--
	達成率(%)	107.5	99.1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	国と地方等が構築した「顔の見える関係」に基づく交流や意見交換により、「現場」のニーズや実情を正確に把握することが可能となり、これらを踏まえた施策を展開できると考えられるため、成果目標として「地方の実情に応じた地方消費者行政支援の実施」を設定した。			

中期アウトカム	成果目標	地方の実情に応じた地方消費者行政支援の実施	成果指標	地方消費者行政支援の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	国と地方等が「顔の見える関係」を構築し、積極的に情報交換や意見交換等を行うなかで、国の施策に対するニーズを把握し、例えば、地方消費者行政強化交付金の事業メニューやモデル事業の内容、地方の消費生活相談のデジタルトランスフォーメーションの取組において、地方支援の施策を具体化する際に反映している。	成果実績及び目標値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	地方消費者行政の支援による成果は長期アウトカムと同様に「地方消費者行政強化作戦2020」で進捗把握等することとしているため。	アウトカ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
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--
↓ 後続アウトカムへのつながり	地方の実情に応じた地方消費者行政支援を実施することにより、地方公共団体が地域の実情に応じた消費者政策を行うことが可能となると考えられることから、成果目標として「地方消費者行政の充実・強化」を設定した。			
長期アウトカム	成果目標	地方消費者行政の充実・強化（地方消費者行政強化作戦2020の達成）	成果指標	地方消費者行政強化作戦2020の達成状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	次のURLから「地方消費者行政強化作戦2020」の達成状況を確認することができる。 <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms_201_240412_01.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms_201_240412_01.pdf</a>	成果実績及び目標値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	地方消費者行政の充実・強化のための当面の政策目標として「地方消費者行政強化作戦2020」を定め、毎年度その進捗等を把握している。同強化作戦では、複数の具体的・定量的な政策目標を掲げているが、その全体の動きを本シートの枠内で記載するのが困難であることからやむを得ず定性的なアウトカムとしている。	アウトカ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
	当初見込み／目標値			--
	活動実績／成果実績			--
	達成率(%)			--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	地方公共団体等を対象に「顔の見える化」を構築するとともに、法執行の強化を図る観点から、所管法令の執行に関する実践力等を習得するための研修を実施する。				
アウトプット	活動目標	地方公共団体職員等に対する研修の実施		活動指標	参加人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	132	201	201	219
	活動実績／成果実績(人)	201	201	219	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	研修に参加した地方公共団体職員等が消費者庁所管法令の執行に関する実践力や実務ノウハウを身に付けることにより、地方公共団体における法執行力が高まると考えられることから、研修参加者の理解度を成果として設定した。				
短期アウトカム	成果目標	執行研修参加者の理解度		成果指標	「説明は理解できましたか」という質問（5段階評価）に対して、「理解できた」「まあまあ理解できた」と回答した割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	執行研修参加者に行ったアンケート結果
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	82.3	--	91.2	96.3
	活動実績／成果実績(%)	91.2	--	96.3	--
	達成率(%)	110.8	--	105.6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	執行研修参加者が各団体等において厳正な法執行等を行うことにより消費者の利益の確保につながることから長期アウトカムを設定した。				

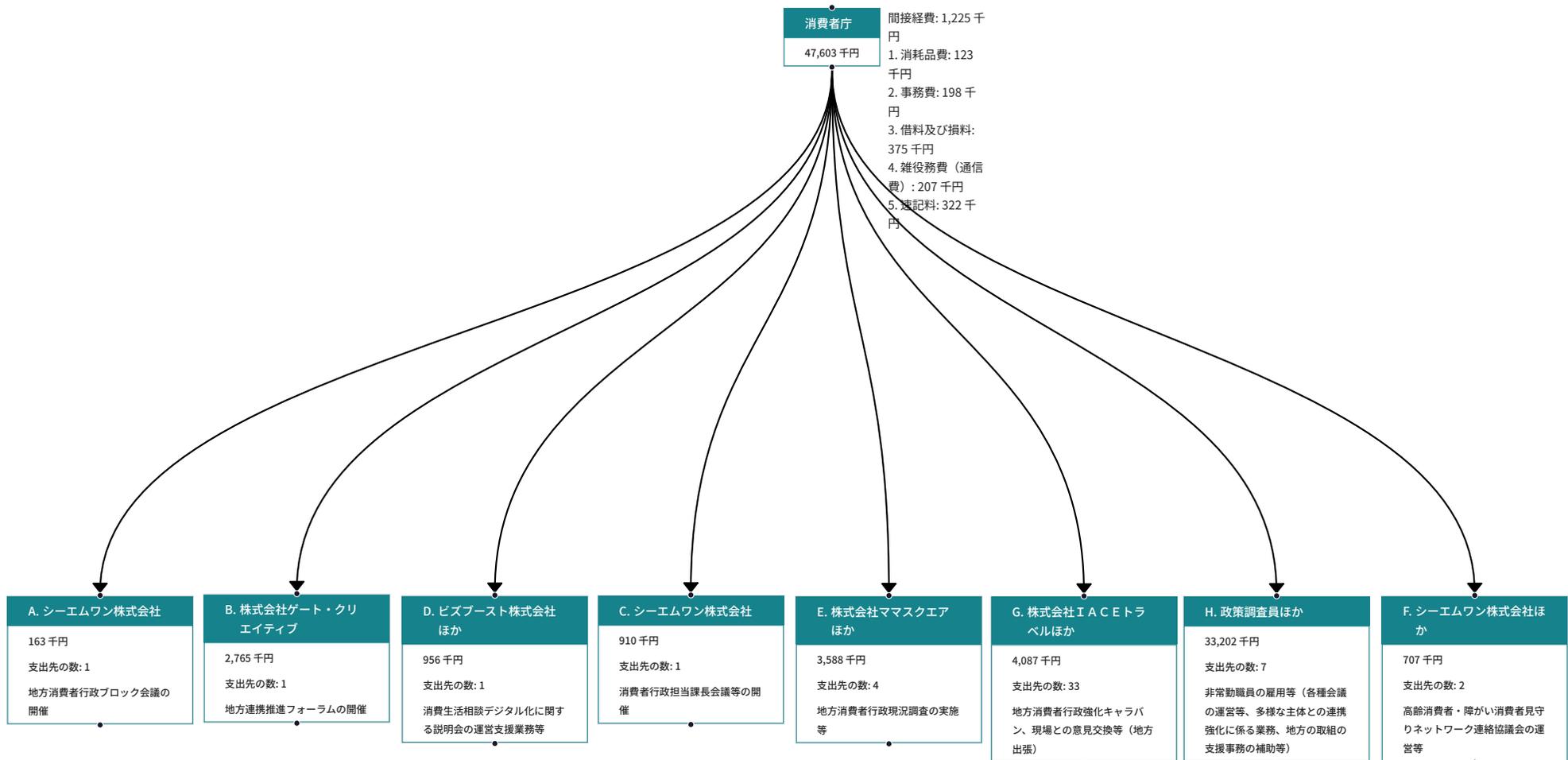
長期アウトカム	成果目標	地方公共団体における厳正な法執行による消費者の利益の確保	成果指標	厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	都道府県における特定商取引法に基づく行政処分が毎年50件前後行われている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本取組の目的は、国と地方が「顔の見える関係」を構築しつつ、執行研修を通じて、地方公共団体（職員）の法執行力を高め、厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保することにあるが、消費者の利益をどの程度確保できたのかを客観的に計測することはできないため、定量的な指標を示すことは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値		--	
	活動実績／成果実績		--	
	達成率(%)		--	
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上は国民生活における重要な課題である。消費生活の現場は地域であり、そうした諸課題に取り組むには地方消費者行政の充実・強化が不可欠であることから、国が地方公共団体との連携を強化しながら、地域の取組を支援することが必要である。</li> <li>・少額随意契約のものを除き、一般競争入札を実施することで事業の競争性を確保し、透明性、公平性を図ったうえで効率的に実施している。</li> <li>・なお、近年は活動実績の数値に増減がみられるが、これは新型コロナウイルスの感染拡大を契機とした会議のオンライン化や出席者の負担軽減のため会議を効率化（複数の会議をまとめて開催するなど）したことによるものであり、意見交換等の機会は確保されている。</li> </ul>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	近年は、新型コロナウイルス感染症の影響で現場に直接足を運んで意見交換等を行うことは困難な状況であった。しかし、ウィズコロナへの移行や同感染症の感染症法上の位置付けの変更などに伴い、今後はコロナ禍以前のように、現地で直接顔を合わせて意見交換等を行う手法とオンラインを活用した手法を組み合わせながら、執行率を高めつつ、より効果的に施策を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
	詳細	--	--	--
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

# 支出先

## 資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A	シーエムワン株式会社	163	1	地方消費者行政ブロック会議の開催		
	支出先名		支出額	法人番号			
	シーエムワン株式会社		163	1010001158505			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	令和5年度「消費者行政ブロック会議」及び「ブロック別消費生活センター所長会議」合同会議のオンライン開催運營業務 随意契約（少額）		163	0	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	株式会社ゲート・クリエイティブ	2,765	1	地方連携推進フォーラムの開催		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社ゲート・クリエイティブ		2,765	3010501036720			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	地方連携推進フォーラムに係る運営支援等業務 一般競争契約（最低価格）		2,765	6	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C	シーエムワン株式会社	910	1	消費者行政担当課長会議等の開催		
	支出先名		支出額	法人番号			
シーエムワン株式会社		910	1010001158505				
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由		
令和5年度消費者庁所管法令執行担当者研修（初任者研修）のオンライン開催運營業務 随意契約（少額）		598	0	--	--		

	「令和5年度消費者行政担当課長会議」のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	312	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D	ビズブースト株式会社ほか	956	1	消費生活相談デジタル化に関する説明会の運営支援業務等	
支出先名		支出額	法人番号		
ビズブースト株式会社		956	9010801026259		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談デジタル化アドバイザーボード地方公共団体 配信型（第1回）運営支援業務等 随意契約（少額）		557	0	--	--
消費生活相談デジタル化アドバイザーボード地方公共団体 配信型（第2回）運営支援業務等 随意契約（少額）		399	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
扶桑速記印刷株式会社		0	9010001027784		
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	株式会社ママスクエアほか	3,588	4	地方消費者行政現況調査の実施等	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ママスクエア		2,173	5010401115820		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度地方消費者行政の現況調査 指名競争契約（最低価格）		2,173	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社		924	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・随契理由

	令和5年度 地方消費者行政の現況調査の梱包・発送 随意契約（少額）	924	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社五月商会		293	4013301005010		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度 地方消費者行政の現況調の印刷・製本 随意契約（少額）		293	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社イメージ・ジャパン		198	1040001048100		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度 地方消費者行政の現況調査のCD-R製作 随意契約（少額）		198	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	シーエムワン株式会社ほか	707	2	高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会の運営等	
支出先名		支出額	法人番号		
シーエムワン株式会社		684	1010001158505		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会の 運営等 随意契約（少額）		684	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般財団法人全日本ろうあ連盟		23	1011105000131		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会に 係る手話通訳業務 随意契約（少額）		23	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	

G 株式会社IACEトラベルほか

4,087

33

地方消費者行政強化キャラバン、現場との意見交換等（地方出張）

支出先名	支出額	法人番号		
株式会社IACEトラベル	1,569	7010001128717		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行手配 その他(旅行手配)	183	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	181	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	180	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	155	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	151	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	131	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	86	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	78	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	78	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	68	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	67	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	67	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	49	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	49	0	--	--

	内国旅行手配 その他(旅行手配)	28	0	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	18	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 A		406	--		
	契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	内国旅行 その他(旅費精算)	406	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 B		365	--		
	契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	内国旅行 その他(旅費精算)	365	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 C		219	--		
	契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	内国旅行 その他(旅費精算)	219	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 D		188	--		
	契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	内国旅行 その他(旅費精算)	188	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 E		138	--		
	契約概要(契約名)/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	内国旅行 その他(旅費精算)	138	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 F		135	--		
契約概要 (契約名) /契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)		135	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 G		135	--		
契約概要 (契約名) /契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)		135	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 H		110	--		
契約概要 (契約名) /契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)		75	0	--	--
タクシー代 その他(立替払精算)		35	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
職員 I		101	--		
契約概要 (契約名) /契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)		101	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
その他		721	--		
契約概要 (契約名) /契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	内国旅行等 その他(旅費精算等)	721	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	政策調査員ほか	33,202	7	非常勤職員の雇用等（各種会議の運営等、多様な主体との連携強化に係る業務、地方の取組の支援事務の補助等）	
支出先名		支出額	法人番号		
政策調査員		20,306	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
賃金等 その他(雇用（人件費）)		20,306	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
臨時事務補助員		12,896	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
賃金等 その他(雇用（人件費）)		12,896	0	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額	
	A	シーエムワン株式会社	令和5年度「消費者行政ブロック会議」及び「ブロック別消費生活センター所長会議」合同会議のオンライン開催運営業務	雑役務費	消費者行政ブロック会議の開催運営業務	163
	B	株式会社ゲート・クリエイティブ	地方連携推進フォーラムに係る運営支援等業務	雑役務費	地方連携推進フォーラムの開催運営業務	2,765
	C	シーエムワン株式会社	令和5年度消費者庁所管法令執行担当者研修（初任者研修）のオンライン開催運営業務	雑役務費	法令執行担当者研修（初任者研修）のオンライン開催運営業務	598
	D	ビズブースト株式会社	消費生活相談デジタル化アドバイザーリーボード地方公共団体配信型（第1回）運営支援業務等	雑役務費	会議の運営支援業務	557
	E	株式会社ママスクエア	令和5年度地方消費者行政の現況調査	雑役務費	調査の実施・集計・分析等	2,173
	F	シーエムワン株式会社	高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会の運営等	雑役務費	会議の運営支援業務	684
	G	株式会社IACEトラベル	内国旅行手配	職員旅費	チケット手配等	183
	H	政策調査員	賃金等	政策調査員手当	雇用	18,310

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

--

## 地方消費者行政強化交付金

## 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   地方協力課					
	作成責任者	赤井久宣					
	その他担当組織	--					
基本情報	予算事業ID	000470	事業開始年度	2008	事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	2024		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	(12) 地方消費者行政強化交付金			<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	地方消費者行政強化交付金等の活用によって、消費生活センターの設置や消費生活相談員の確保等、地方消費者行政強化作戦2020の目標達成に向けた地方公共団体における消費者行政の計画的・安定的な取組を促進することにより、地域の現場における対応力の強化を図り、「消費拡大」に資する「消費者の安全・安心」を幅広く確保する。					
	現状・課題	どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することが重要な課題である。そのためには地方の自主性・自立性が十分発揮されることに留意しつつ、地方における計画的・安定的な取組を財政面から支援する必要がある。					
	事業の概要	都道府県及び市町村等の消費者行政の強化及び推進のために必要な経費を交付し、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的に取り組む地方公共団体を支援する事業及び消費生活相談体制の維持・充実、消費者問題解決力の高い地域社会作り等による消費者行政推進に向けた地方公共団体の取組を支援する。					
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/</a>					
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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改訂）（第5章 重点的な施策の推進 5. 消費者行政を推進するための体制整備）	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]</a>					
	--	--					
実施方法	補助						

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	地方消費者行政推進事業	定額	--	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_240405_10.pdf#page=13">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_240405_10.pdf#page=13</a>
	地方消費者行政強化事業	定額又は1/2若しくは1/3	--	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_240405_10.pdf#page=11">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_240405_10.pdf#page=11</a>
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	2,850,000	3,000,000	2,800,000	2,500,000
	当初予算		1,850,000	1,750,000	1,750,000	1,650,000	--
	補正予算		1,400,000	2,000,000	1,500,000	--	--
	前年度から繰越し		1,375,000	1,400,000	1,837,000	1,500,000	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		4,625,000	5,150,000	5,087,000	3,150,000	0
	執行額		2,716,000	2,738,000	2,749,307	--	--
	執行率		58.7%	53.2%	54%	--	--

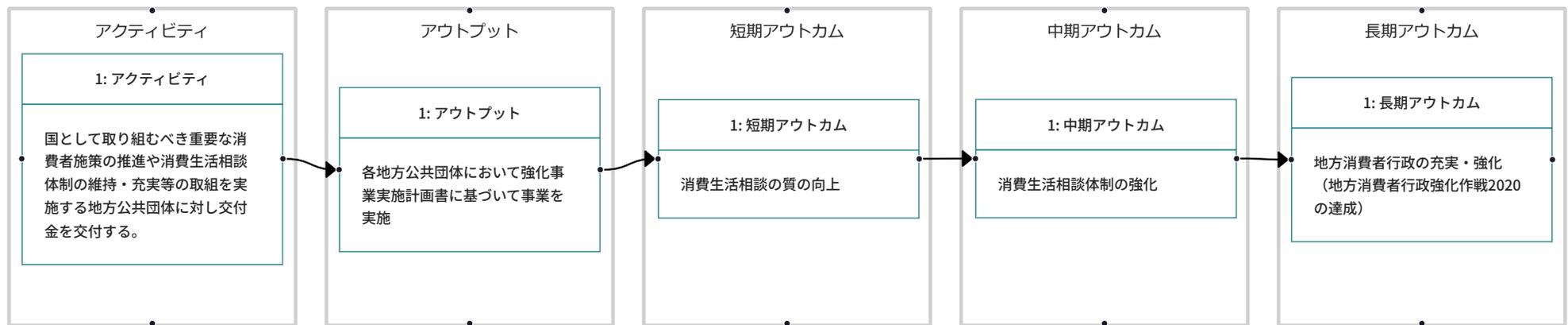
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計	--		2,200,000	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算			--	1,650,000	2,500,000
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 地方消費者行政強化交付金			--	1,500,000	--
前年度から繰越し			--				
		--					

主な増減理由		その他特記事項
	消費生活相談のサービス向上への体制再構築に必要な経費を要求したことによる増加	--

# 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 1-1-1-1-1

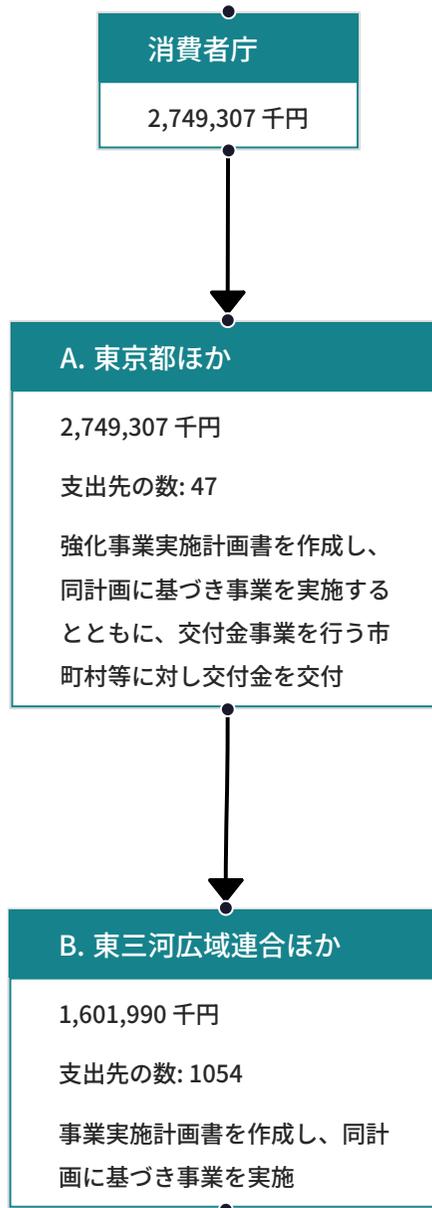
アクティビティ	国として取り組むべき重要な消費者施策の推進や消費生活相談体制の維持・充実等の取組を実施する地方公共団体に対し交付金を交付する。				
アウトプット	活動目標	各地方公共団体において強化事業実施計画書に基づいて事業を実施		活動指標	強化事業の実施事業数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(事業)	860	760	828	946
	活動実績／成果実績(事業)	915	828	946	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	交付金を通じて、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援することにより、消費生活相談員による質の高い相談・救済を受けられるようになる。				
短期アウトカム	成果目標	消費生活相談の質の向上		成果指標	消費生活相談員の配置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状（令和5年度現況調査）
	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		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	39	42	43	--
	達成率(%)	83	89.4	91.5	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	交付金を通じて、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援することにより、消費者の安全・安心が確保される地域体制を維持・拡充する。				

中期アウトカム	成果目標	消費生活相談体制の強化		成果指標	消費生活センターの設置市区町村の都道府県内人口カバー率 90%以上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状（令和5年度現況調査）
	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		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	26	27	28	--
	達成率(%)	55.3	57.4	59.6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することにより、地方消費者行政の充実・強化が図られる。				
長期アウトカム	成果目標	地方消費者行政の充実・強化（地方消費者行政強化作戦2020の達成）		成果指標	地方消費者行政強化作戦2020の達成状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	次のURLから「地方消費者行政強化作戦2020」の達成状況を確認することができる。 <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms_201_240412_01.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms_201_240412_01.pdf</a>		成果実績及び目標値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	地方消費者行政の充実・強化のための交付金等を通じた当面の政策目標として「地方消費者行政強化作戦2020」を定め、毎年度その進捗等を把握している。同強化作戦では、複数の具体的・定量的な政策目標を掲げているが、その全体の動きを本サイトの枠内で記載するのが困難であることからやむを得ず定性的なアウトカムとしている。		アウトカ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			
	当初見込み／目標値	--			
	活動実績／成果実績	--			
	達成率(%)	--			

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

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者行政の推進のためには地方消費者行政の充実・強化が不可欠であることから、本事業は極めて優先度の高い事業である。 また、消費者庁では平成21年度から基金等を通じて、地方公共団体の取組の支援を行ってきた。その結果、14年間で消費生活センターは356箇所増加し、857箇所（令和5年4月時点）となり、「地方消費者行政強化作戦2020」の各指標の向上など着実な成果をあげてきているところであるが、小規模な地方公共団体を中心にいまだに消費者行政の下支えが必要な状況であり、本事業によって引き続き消費者の安全・安心の確保を図る必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	「地方消費者行政強化作戦2020」の都道府県別の達成状況や地方公共団体の自主財源の拡充の状況等を、交付金の交付額に反映することなどを通じて、地方公共団体の自主性・自立性に留意しながら、地方公共団体における消費者行政を一層推進することとしたい。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2020
	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、重要性については十分に理解するものの、低調な執行率が続いている現状に鑑み、引き続きの予算の必要性、効率性、有効性について精査していただきたい。
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、地方公共団体からの申請内容を精査の上、適切に予算を執行する。また、交付金の更なる活用が図られるよう積極的な周知等を実施する。			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 東京都ほか	2,749,307	47	強化事業実施計画書を作成し、同計画に基づき事業を実施するとともに、交付金事業を行う市町村等に対し交付金を交付	
	支出先名	支出額	法人番号		
	東京都	177,066	8000020130001		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	市町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	177,066	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	北海道	164,550	7000020010006		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	164,550	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	神奈川県	163,039	1000020140007		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	163,039	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	愛知県	160,545	1000020230006		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	160,545	--	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
兵庫県	160,095	8000020280003			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	

	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	160,095	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
大阪府		159,513	4000020270008		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		159,513	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
埼玉県		132,587	1000020110001		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		132,587	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
徳島県		93,098	4000020360007		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		93,098	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
福岡県		88,364	6000020400009		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		88,364	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
静岡県		83,480	7000020220001		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		83,480	--	--	--

支出先名		支出額	法人番号		
その他		1,366,970	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		1,366,970	--	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
B 東三河広域連合ほか		1,601,990	1,054	事業実施計画書を作成し、同計画に基づき事業を実施	
支出先名		支出額	法人番号		
東三河広域連合		46,424	7000020239330		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		46,424	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
札幌市		45,206	9000020011002		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		45,206	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
名古屋市		32,725	3000020231002		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		32,725	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
横浜市		32,018	3000020141003		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	32,018	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
仙台市		28,505	8000020041009		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		28,505	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
川崎市		19,246	7000020141305		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		19,246	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
福生市		16,157	8000020132187		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業の実施 補助金等交付		16,157	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
福岡市		13,754	3000020401307		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業の実施 補助金等交付		13,754	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
富士市		13,563	2000020222101		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		13,563	--	--	--

	支出先名		支出額	法人番号		
	伊丹市		13,454	8000020282073		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		13,454	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	その他		1,340,938	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付		1,340,938	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	その他		1,340,938	--		
費目・用途 (単位：千円)	支出先名		契約概要（契約名）	費目	用途	金額
	A	東京都	市町村等への補助及び事業の実施	補助金	市区町村への補助	118,314
	--	--	--	事業費	地方消費者行政強化事業	58,303
	--	--	--	事業費	地方消費者行政推進事業	449
	B	東三河広域連合	地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施	事業費	地方消費者行政推進事業	45,500
	--	--	--	事業費	地方消費者行政強化事業	924
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

--

## 地方モデル事業

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000471	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	2024	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	(13) 地方モデル事業		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	厳しい人的・財源的制約の下で地方消費者行政の政策効果を最大限に高めることが求められているところ、消費者庁において本事業を実施し、新たな行政手法や実効性のある事業モデルを構築し、全国に展開することを通じて、全国に共通する地方消費者行政の課題の解決を図る。				
	現状・課題	地方における厳しい人的・財源的制約のなか、地方消費者行政の政策効果を高め、多様化・複雑化する政策課題に対応するため、事業分野に応じて官民連携等の新たな手法を活用しつつ、地域の関係者が一体となって取り組む体制を整備することが必要である。地方消費者行政の政策テーマのうち令和5年度は、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置促進・担い手確保及び消費生活相談員の担い手確保を重要課題とした。				
	事業の概要	国が公募した民間事業者・団体等をプラットフォームとして、地方公共団体や地域との連携を図りつつ、効率的かつ効果的に事業を実施することにより、新たな行政手法や実効性のある事業モデルを構築する。さらに、実施した事業の成果や優良事例を各地方公共団体に横展開する。なお、消費生活相談員の担い手確保のテーマについては、地方消費者行政人材確保事業部分が主たる要素である1つの契約により実施したことから、地方消費者行政人材確保事業のシートに記載している。				
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/advancedmodel/index.html">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/advancedmodel/index.html</a>				
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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改訂）、地方消費者行政強化作戦2020（令和2年4月1日）	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]</a>				
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)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	170,100	107,100	89,894	60,226
	当初予算		107,000	105,100	106,677	79,994	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		△20,000	△13,000	△35,000	--	--
	計		87,000	92,100	71,677	79,994	0
	執行額		76,000	90,000	38,766	--	--
	執行率		87.4%	97.7%	54.1%	--	--

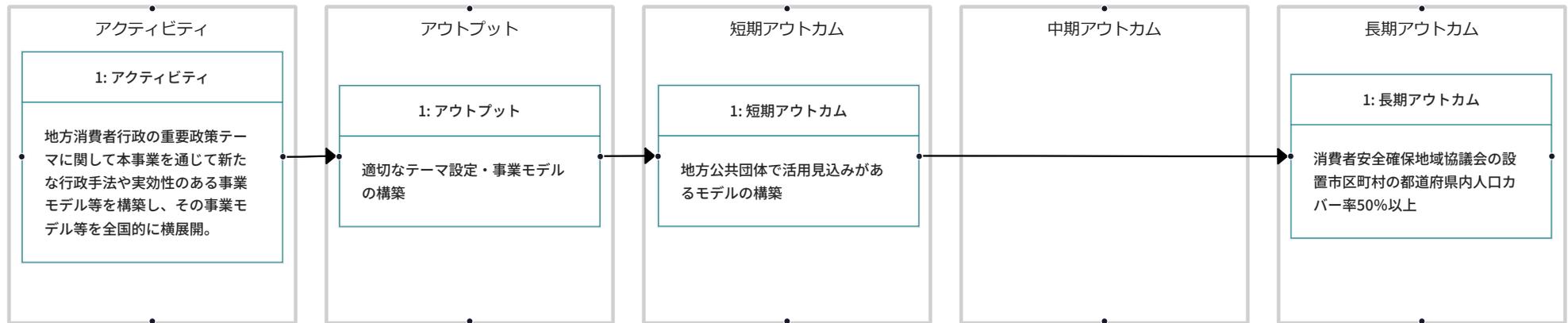
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計		--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算			--	79,852	60,084
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策委託費					
当初予算			--	142	142		
一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金							

主な増減理由		その他特記事項
	モデル事業の規模及び事業実施数の見直しによる減額	--

# 効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



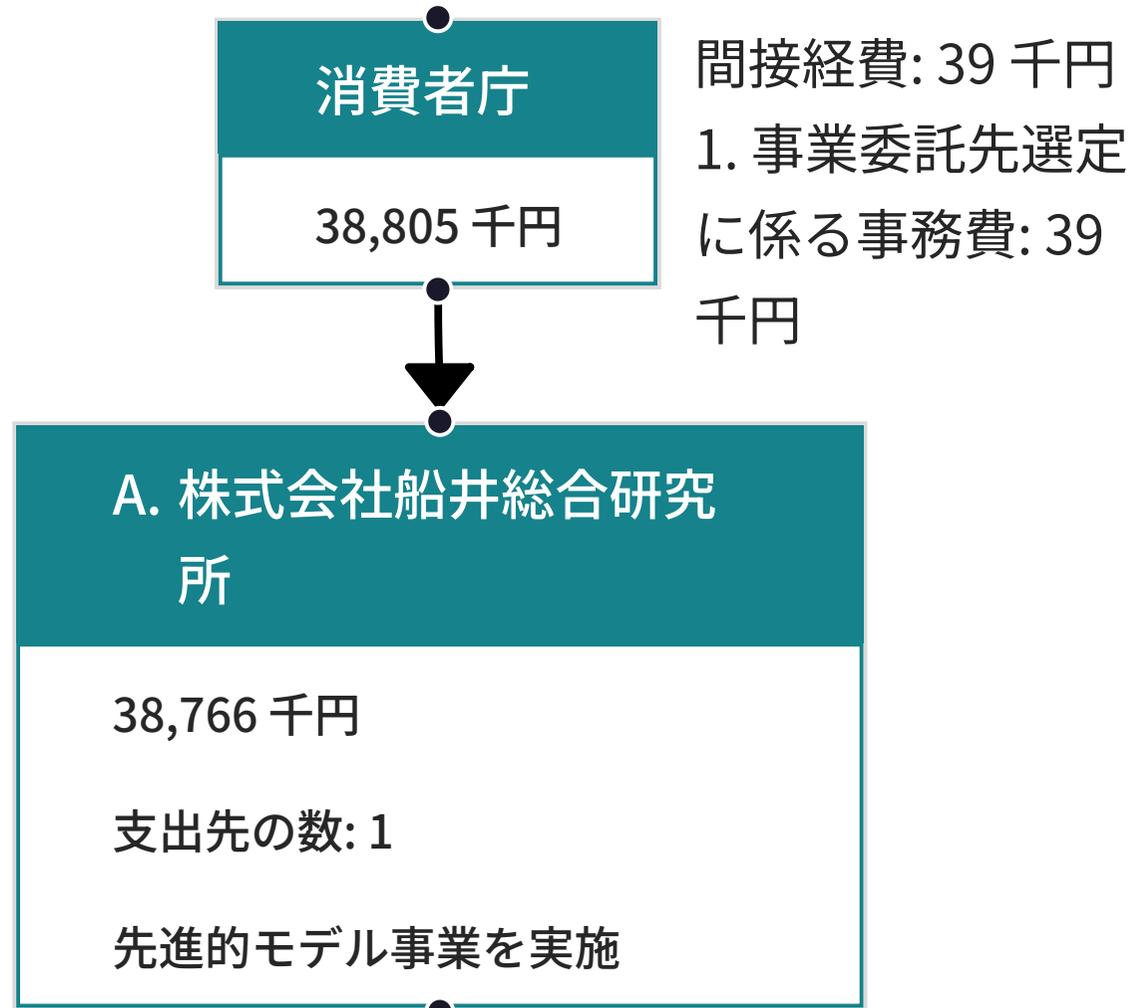
アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	地方消費者行政の重要政策テーマに関して本事業を通じて新たな行政手法や実効性のある事業モデル等を構築し、その事業モデル等を全国的に横展開。				
アウトプット	活動目標	適切なテーマ設定・事業モデルの構築		活動指標	テーマに沿った先進的モデル事業の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み/目標値(件)	7	5	2	2
	活動実績/成果実績(件)	6	4	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、まずは、地方公共団体において活用見込み・可能性があるモデルを構築することが求められるため、構築したモデルが有効だと感じた地方公共団体・連携し得る民間事業者等の割合を短期アウトカムとして設定した。令和5年度においては、消費者安全確保地域協議会の設置促進及びその活性化をテーマの1つに選定し、その短期アウトカムを測定した。				
短期アウトカム	成果目標	地方公共団体で活用見込みがあるモデルの構築		成果指標	構築したモデルが有効だと感じた地方公共団体・連携し得る民間事業者等の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	令和5年度の消費者安全確保地域協議会「先進的活用事例講座」で行ったアンケート結果 ※参考情報：先進的活用事例講座の参加者数 160アカウント(備考)モデルを効果的に横展開し見守りネットワーク設置にもつなげる関連活動・成果として、全国基礎講座・官民連携講座・設置促進講座を開催し延べ約560名・団体が参加。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度			目標年度 2024年度
	当初見込み/目標値(%)		--	80	
	活動実績/成果実績(%)		88.5	--	
	達成率(%)		--	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	構築したモデルを有効だと感じた地方公共団体が、モデルを参考に自発的かつ積極的な取組を行うことで、長期的にはモデルの目的となる政策効果が高まることを見込まれるため、目的に応じて長期アウトカムを設定する。 令和5年度においては、消費者安全確保地域協議会の設置促進及びその活性化をテーマの一つに選定し、本モデルの構築により、長期的には消費者安全確保地域協議会の設置や活動の促進が見込まれるため、消費者安全確保地域協議会の設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上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	消費者安全確保地域協議会の設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上		成果指標	消費者安全確保地域協議会の設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上を達成している都道府県数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状 ※参考指標：消費者安全確保地域協議会の設置自治体数 487（令和5年度末時点）、446（令和4年度末時点）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	16	16	19	--
	達成率(%)	34	34	40.4	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--			
	URL	--			
	該当箇所	--			

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	<p>本事業は、事業分野に応じて広域連携や官民連携等の新たな行政手法も活用しつつ、地方消費者行政における課題解決を目的としている。支出先の選定に当たっては、外部委員を含む委員会を設置し、厳正な審査を行うなど、妥当な手続を実施している。</p> <p>毎年度、地方消費者行政における重要課題解決に資する内容の事業を実施し、新たなモデルを構築している。構築したモデルは、講演会・説明会等を通じて発信する、地方自治体等に個別に働きかけを行う、消費者庁ウェブサイトに掲載する等により、全国的な横展開につなげ、地方消費者行政の更なる充実・強化につなげている。これらの点は、地方消費者行政人材確保事業のシートに記載の消費生活相談員担い手確保に関する地方消費者行政モデル事業部分についても同様であることを点検している。</p>		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	<p>本事業は所期の目的に沿って実施しており、一定の成果を上げてきている。他方で、厳しい人的・財源的制約の下でモデル事業に対する地方からの期待も大きいところであり、より一層、本事業の活用が望まれるテーマの選定及び実効的なモデルの創出に努めていく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。</p>		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	<p>モデル事業の横展開により成立した事業数など活用視点からのアウトカムの指標設定についても検討されたい。</p> <p>引き続き、調達の競争性を確保するとともに適切な予算執行をお願いしたい。</p>
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	引き続き、地方消費者行政における課題解決に向けて、効率的な事業の執行に努める。			
公開プロセス・秋の年次公開検証(秋のレビュー)における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (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	株式会社船井総合研究所	38,766	1	先進的モデル事業を実施		
		支出先名	支出額	法人番号			
		株式会社船井総合研究所	38,766	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・随契理由	
	見守り活動の促進 随意契約（企画競争）	38,766	2	--	--		
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	株式会社船井総合研究所	見守り活動の促進	委託費	地方消費者行政のさらなる充実・強化に向けた取組を実現	38,766	
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

--

## 地方消費者行政人材育成事業

## 基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000472	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	2024	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	(14) 地方消費者行政人材育成事業		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
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	消費生活相談員は、地方の消費生活センター等の現場において消費者からの相談等に直接対応するなど、地方消費者行政の最前線で重要な役割を担っている。また、高齢化、孤独・孤立化等の社会経済状況の変化や悪質商法の手口の巧妙化などを踏まえ、消費者被害の早期発見・最小化につなげていく見守り活動も重要な課題となっている。地域における相談体制及び見守り活動の機能維持・充実のため、地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する。				
	現状・課題	消費生活相談員や高齢者等の見守りを担う消費生活協力員・協力団体は担い手不足の状況にあるが、地方においては、厳しい人的・財源的制約が存在している。高齢化・人口減少も進む中で地域における相談体制及び見守り活動の機能を維持し充実させるためには、消費者庁において地域における消費者行政の担い手の確保・育成の支援を行う必要がある。				
	事業の概要	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活相談員の担い手確保 消費者安全法に基づく消費生活相談員資格の取得を目指す方向への、全国どこでも受講可能な消費生活相談員資格試験講座、発展的な知識や実践力を学べる消費生活相談員養成講座の実施。なお、令和5年度はデジタル技術を活用した講座の実施に関して地方消費者行政モデル事業が従たる要素である1つの契約により実施している。</li> <li>消費者安全法に基づく見守り活動の担い手確保 消費生活協力員・協力団体の養成に向けた事業者等向けの講座の実施。なお、令和5年度は見守りネットワークの設置・活動促進に向けた地方消費者行政モデル事業が主たる要素である1つの契約により実施したことから、地方消費者行政モデル事業のシートに記載している。</li> </ul>				
	事業概要URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/consumer_affairs_consultants.html">https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/consumer_affairs_consultants.html</a>				
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2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改訂）、地方消費者行政強化作戦2020（令和2年4月1日）		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]</a>	
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)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	87,000	70,300	45,284	85,234
	当初予算		87,000	49,300	55,284	45,284	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	△16,000	35,440	--	--
	計		87,000	33,300	90,724	45,284	0
	執行額		76,000	33,000	90,441	--	--
	執行率		87.4%	99.1%	99.7%	--	--

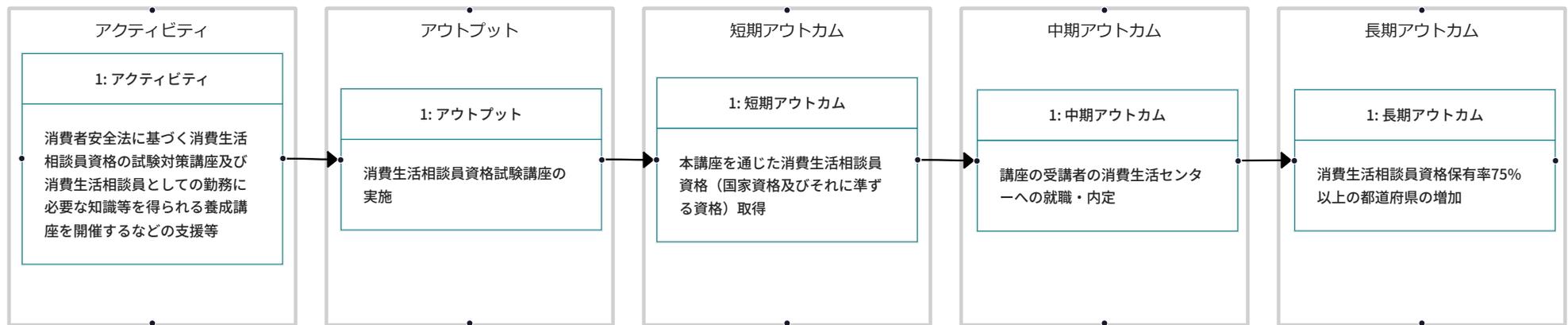
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考		
	一般会計	一般会計		--	19,948	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算			--	45,000	84,950
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策委託費					
当初予算			--	284	284		
一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金							

主な増減理由		その他特記事項
	消費生活相談員担い手確保事業拡充による増額	--

# 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 1-1-1-1-1

アクティビティ	消費者安全法に基づく消費生活相談員資格の試験対策講座及び消費生活相談員としての勤務に必要な知識等を得られる養成講座を開催するなどの支援等				
アウトプット	活動目標	消費生活相談員資格試験講座の実施		活動指標	講座の受講者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値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		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(名)	1,600	1,600	1,600	1,600
	活動実績／成果実績(名)	1,580	1,627	1,631	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、まずは、講座の実施により、消費生活相談員の担い手候補である者の国家資格の取得にハードルを感じていた層にアプローチでき、消費生活相談員の資格取得者の増加が見込まれることから、短期アウトカムとして設定した。				
短期アウトカム	成果目標	本講座を通じた消費生活相談員資格（国家資格及びそれに準ずる資格）取得		成果指標	本講座を通じた消費生活相談員資格（国家資格及びそれに準ずる資格）取得者数  ※日本産業協会試験と国民生活センター試験の延べ合格者数及び消費生活コンサルタント資格取得者数の延べ人数 （2023年度は、本講座を通じた消費生活コンサルタント資格が取得可能）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	講座受講者を対象に行ったアンケート結果
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(名)	256	256	300	300
	活動実績／成果実績(名)	374	336	384	--
	達成率(%)	146.1	131.3	128	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費生活相談員資格試験対策講座や養成講座を活用して相談員資格試験に合格した資格取得者等が増えることで、実際に相談業務の担い手として消費生活センターへ就職することが見込まれるため、消費生活センターへの就職・内定者数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	講座の受講者の消費生活センターへの就職・内定	成果指標	講座の受講者のうち消費生活センターへの就職・内定者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	講座受講者を対象に行ったアンケート結果 ※参考指標：令和5年度事業の結果としての、今後の就職活動予定者も含めた就職希望者 267名
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(名)	6	13	30	30
	活動実績／成果実績(名)	13	30	38	--
	達成率(%)	216.7	230.8	126.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	有資格者の消費生活センターへの就職が増加すること等により、長期的には相談員の消費生活相談員資格保有率が増加し、地域偏在なく、質の高い消費生活相談の提供が可能となることから、消費生活相談員資格保有率75%以上(都道府県レベル)を長期アウトカムとして設定した。
--------------------	--

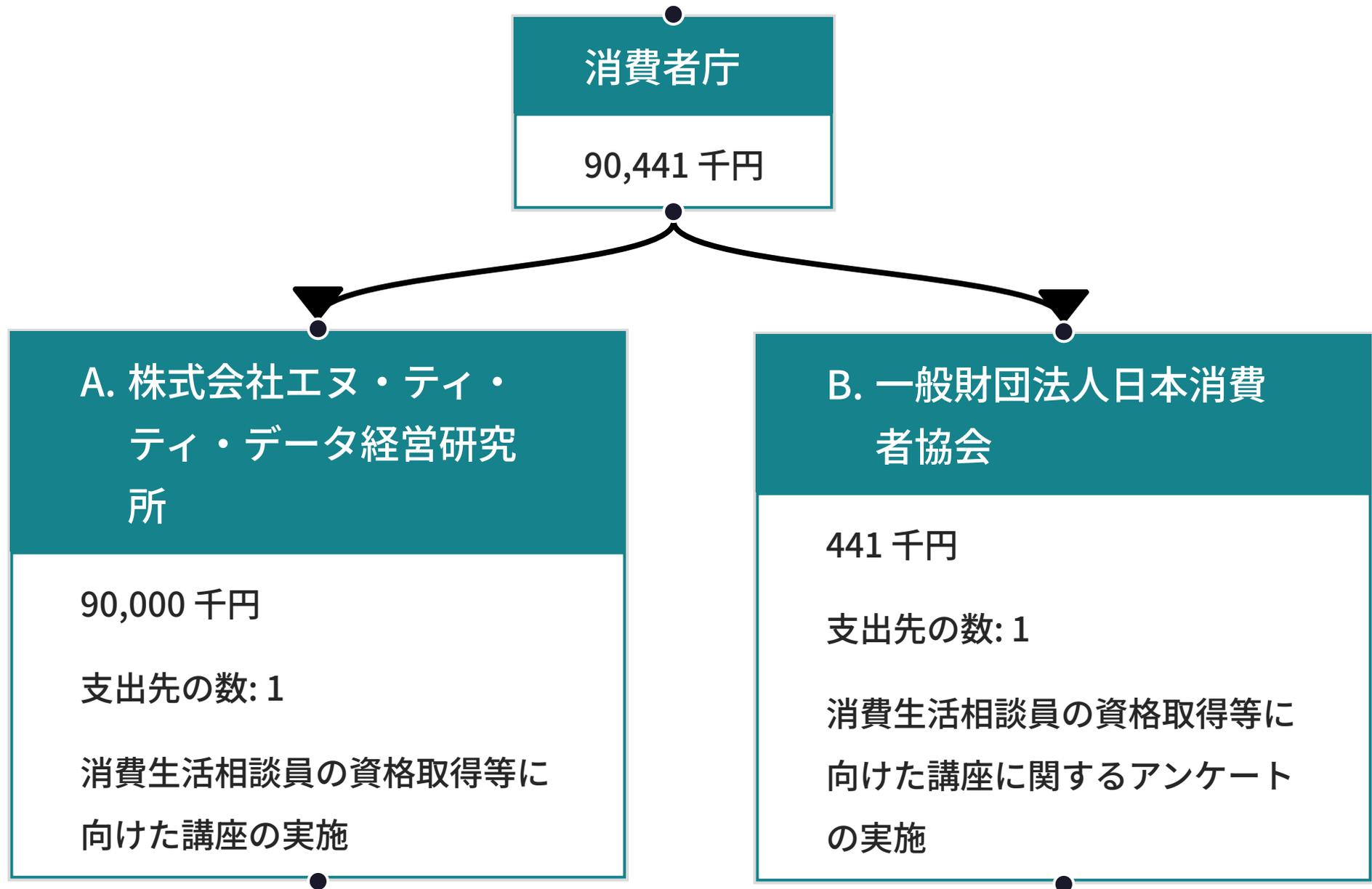
長期アウトカム	成果目標	消費生活相談員資格保有率75%以上の都道府県の増加	成果指標	消費生活相談員資格保有率75%以上の都道府県
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状（備考）国家資格に準ずる民間資格の保有者は「消費生活相談員資格保有」に未参入。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	25	28	30	--
	達成率(%)	53.2	59.6	63.8	--

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	引き続き、消費生活相談員や高齢者等の見守りを担う消費生活協力員・協力団体が担い手不足の状況にあることから、地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する事業を実施した。企画競争により事業者の選定を行ったうえで実施しており、e-ラーニングと対面講座を組み合わせることで、全国の受講者に対して効果的かつ効率的に事業を実施した。これらの点は、地方消費者行政モデル事業のシートに記載の消費生活協力員・協力団体養成に関する地方消費者行政人材確保事業部分についても同様であることを点検している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	本事業は所期の目的に沿って実施しており、一定の成果を上げてきている。他方で、高齢化・人口減少が進む中で人材確保の課題は一層深刻化する可能性が高いところであり、就労支援も含めて実効的な人材確保に向けた取組を強化していく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	--
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、コスト削減の取組みを行うことで適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
詳細	引き続き、消費生活相談員・消費生活協力員・協力団体等の担い手の確保に向け、戦略的かつ効果的な事業の実施に努める。			
公開プロセス・秋の年次公開検証(秋のレビュー)における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	90,000	1	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所		90,000	1010001143390			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施 随意契約（企画競争）		90,000	2	--	--	
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		
	B	一般財団法人日本消費者協会	441	1	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座に関するアンケートの実施		
	支出先名		支出額	法人番号			
	一般財団法人日本消費者協会		441	6010005004130			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座に関するアンケートの実施 随意契約（少額）		441	--	--	--	
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	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施	委託費	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施	90,000	
	B	一般財団法人日本消費者協会	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座に関するアンケートの実施	雑役務費	アンケートの実施	441	
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

--

## 消費生活相談機能強化促進等補助金

## 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   地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	006462	事業開始年度	2022	事業終了（予定）年度	2023
	事業年度	2024	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	(15) 消費生活相談機能強化促進等補助金		<a href="https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/">https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/</a>	
関連事業	その他関連先: 458:消費者団体訴訟制度に関する環境整備		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）や適格消費者団体の機能強化促進等を図ることで、靈感商法等の悪質商法への対策の充実や被害救済を図る。				
	現状・課題	靈感商法等の悪質商法等への対応の強化を求める社会的な要請の高まりを受けて、靈感商法等の悪質商法への対策の充実や被害者救済を図ることが求められている。 そのため、国民生活センター及び適格消費者団体が実施する靈感商法等の悪質商法への対策の充実や被害救済に資する業務に要する経費を補助することにより、国民生活センター及び適格消費者団体の機能強化促進等を行う必要がある。				
	事業の概要	国民生活センター又は適格消費者団体が、以下の業務を実施するために必要な経費を補助する。 （1）国民生活センターの裁判外紛争解決手続業務及び消費生活相談業務について、デジタル化を通じた対応能力の強化や業務処理能力向上のための情報システムの構築、蓄積された相談情報をいかした相談機能強化に向けた次期システムへの刷新に向けた取組、AI活用の研究、相談情報の保存期間延長に向けた取組、相談情報を収集・保存しているシステムの維持、これらを支える国民生活センターの基盤システムの刷新に向けた取組等 （2）靈感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、適格消費者団体による事業者の不特定かつ多数の消費者に対する不当な勧誘行為等の差止請求に係る活動の促進				
	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				
	--	--				

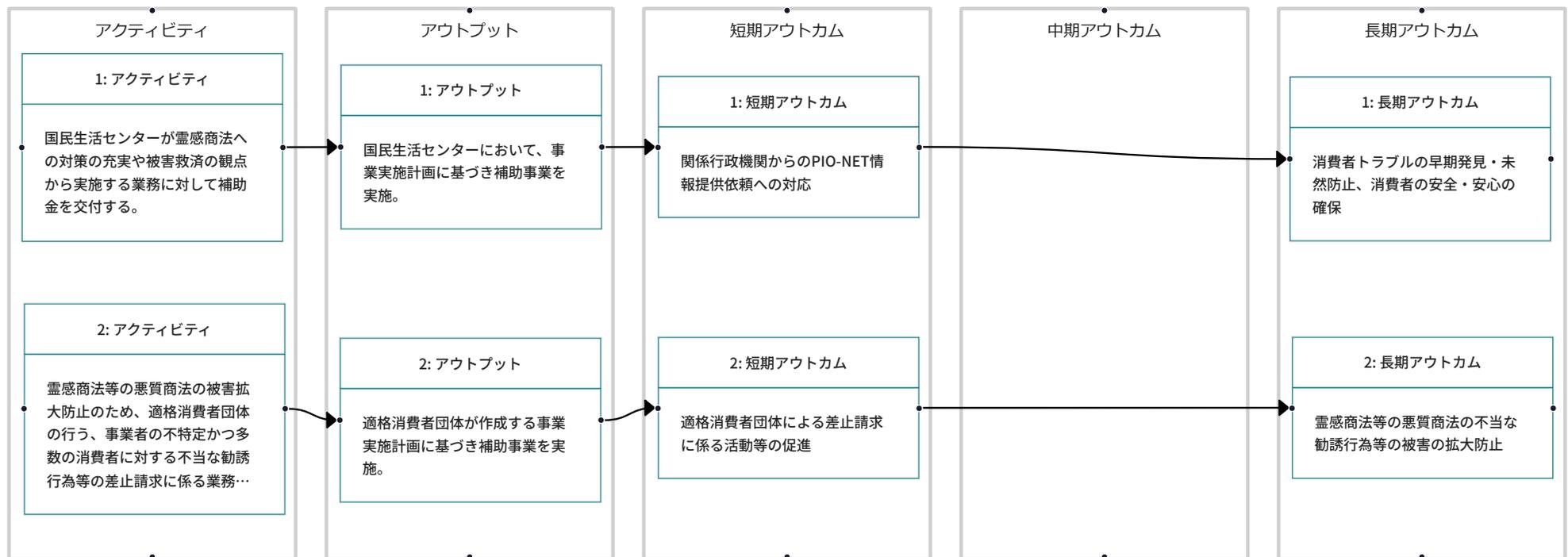
実施方法	補助			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	国民生活センター及び適格消費者団体が靈感商法への対策の充実や被害救済の観点から実施する業務に必要な経費を定額で補助【補助率：100%】	--	--
備考	政策: --- 施策: --- URL: ---			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025
	要求額		--	--	--
	当初予算		--	--	--
	補正予算		--	--	--
	前年度から繰越し		1,000,000	--	--
	予備費等		--	--	--
	計		1,000,000	0	0
	執行額		954,735	--	--
	執行率		95.5%	--	--
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	--	--	--
主な増減理由	--			その他特記事項	--

# 効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	国民生活センターが霊感商法への対策の充実や被害救済の観点から実施する業務に対して補助金を交付する。			
アウトプット	活動目標	国民生活センターにおいて、事業実施計画に基づき補助事業を実施。	活動指標	補助事業の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(件)		5	--
	活動実績／成果実績(件)		3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	全国からの霊感商法等の悪質商法に関する相談情報を収集・分析する上で必要不可欠なPIO-NETの稼働状態の継続を図ることによって、悪質商法に対応する必要な情報を関係行政機関に効果的に提供することができ、行政処分などの法執行や法律改正などの政策立案などにつなげることができるため、関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼への対応件数をアウトカムとして設定した。			
短期アウトカム	成果目標	関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼への対応	成果指標	PIO-NET情報提供依頼への対応件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2023年度	2024年度	
	当初見込み／目標値(件)		--	--
	活動実績／成果実績(件)		1,332	--
	達成率(%)		--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼に対応することにより、法令に基づく迅速かつ厳正な行政処分等に資することとなり、消費者の安全・安心の確保につなげることができるため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	消費者トラブルの早期発見・未然防止、消費者の安全・安心の確保	成果指標	消費者トラブルの早期発見・未然防止、消費者の安全・安心の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	全国から靈感商法等の悪質商法に関する相談情報を収集・分析する上で必要不可欠なPIO-NETの安定的な稼働状態の継続を図り、関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼に対して確実に対応することで、消費者トラブルの早期発見・未然防止、消費者の安全・安心の確保に寄与した。	成果実績及び目標値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	靈感商法への対策の充実や被害救済の観点から実施する業務に対し、補助金を交付し、消費者トラブルの早期発見・未然防止を図り、消費者の安全・安心を確保することが目的となるが、消費者の安全・安心をどの程度確保できたのかを客観的に計測することはできないため、定量的な指標を示すことは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値		--	
	活動実績／成果実績		--	
	達成率(%)		--	

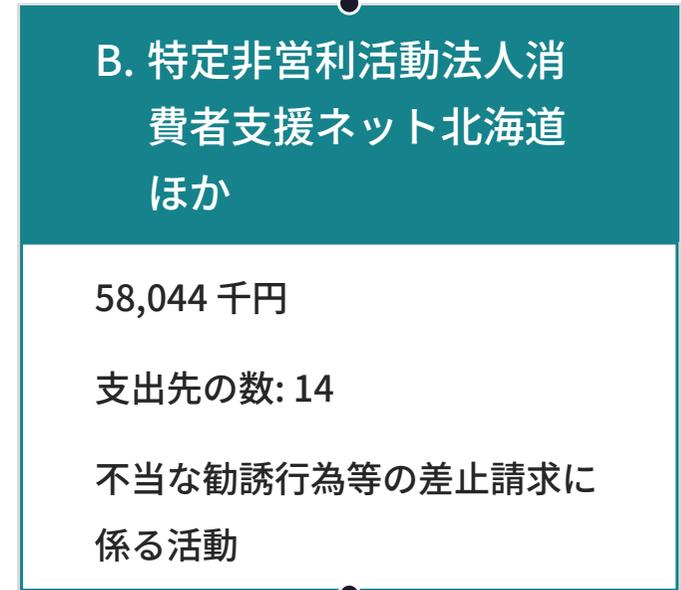
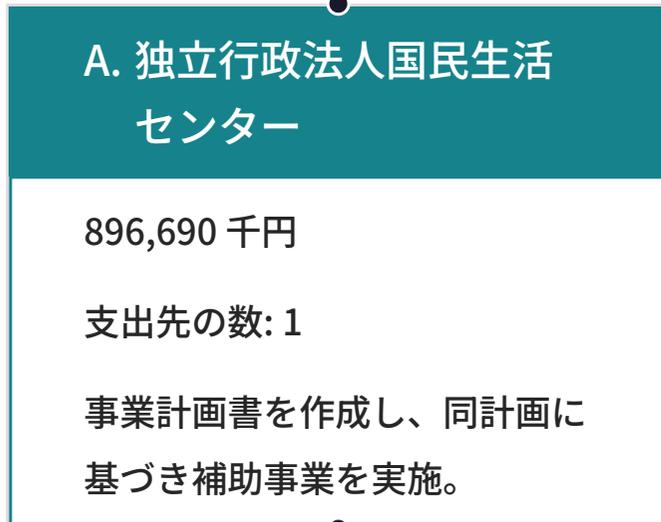
アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	靈感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、適格消費者団体の行う、事業者の不特定かつ多数の消費者に対する不当な勧誘行為等の差止請求に係る業務に対して補助金を交付する。			
アウトプット	活動目標	適格消費者団体が作成する事業実施計画に基づき補助事業を実施。	活動指標	補助事業の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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
	当初見込み／目標値(件)		--	--
	活動実績／成果実績(件)		15	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	不当な勧誘行為等の差止請求業務を行う機関として法に基づき認定されている適格消費者団体が補助事業を実施することが適当であるため。			
短期アウトカム	成果目標	適格消費者団体による差止請求に係る活動等の促進	成果指標	適格消費者団体による相談会・説明会等の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		目標年度 2023年度		2024年度
	当初見込み／目標値(件)		--	--
	活動実績／成果実績(件)		28	--
	達成率(%)		--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	適格消費者団体が実施する補助事業により、靈感商法等の悪質商法の不当な勧誘行為等の被害の拡大防止を図るため。			

長期アウトカム	成果目標	靈感商法等の悪質商法の不当な勧誘行為等の被害の拡大防止	成果指標	差止請求申入れ等及び差止請求訴訟の件数（準備段階のものも含む。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値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			最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)		--	--
	活動実績／成果実績(件)		43	--
	達成率(%)		--	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	靈感商法等の悪質商法等への対応の強化を求める社会的な要請が高まる中、本事業を実施することで着実に国民生活センター及び適格消費者団体の機能強化促進等が図られ、悪質商法等への対策の充実や被害救済に寄与したと考えられる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	事業の目的を達成することができた。		
	改善の方向性	事業の目的を達成することができたため、予定どおり本事業は令和5年度で終了とする。		
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	--
	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	終了予定	詳細	—
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	予定通り終了		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
詳細	--			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (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	独立行政法人国民生活センター	896,690	1	事業計画書を作成し、同計画に基づき補助事業を実施。		
	支出先名		支出額	法人番号			
	独立行政法人国民生活センター		896,690	4021005002918			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	補助事業者に対する補助金交付 補助金等交付		896,690	0	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道 ほか	58,044	14	不当な勧誘行為等の差止請求に係る活動		
	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		19,462	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・随契理由	
	消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		14,106	0	--	--	
	消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		5,356	0	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	特定非営利活動法人消費者機構日本		11,297	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・随契理由	
	消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		11,297	0	--	--	
	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		4,664	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・随契理由	

	消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	4,664	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者被害防止ネットワーク東海		4,629	6180005007083		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		4,629	0	--	--
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		4,553	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・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		4,553	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者支援機構関西		3,128	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・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		3,128	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ		1,867	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・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		1,867	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者支援機構福岡		1,773	1290005006392		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付		1,773	0	--	--

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ネットとうほく	1,646	1370005003910		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,646	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者ネットおかやま	1,256	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・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,256	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
NPO法人消費者支援ネットくまもと	1,184	8330005007958		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,184	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
特定非営利活動法人ひょうご消費者ネット	1,049	1140005004477		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,049	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者ネット広島	798	5240005002780		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	798	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		

	特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク	738	7130005005215		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	738	0	--	--

費目・使途 (単位：千円)	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	独立行政法人国民生活センター	補助事業者に対する補助金交付	委託・外注費	消費生活相談業務デジタル・トランスフォーメーション支援業務等の委託等	534,790
--	--	--	借料及び損料	PIO-NET2020に係るPC・周辺機器の賃借料等	319,266
--	--	--	その他	PIO-NET2020に係るネットワーク回線サービス利用料等	42,634
B	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	消費生活相談機能強化促進等補助金	謝金	講師謝金、実行委員会報酬等	7,193
--	--	--	人件費	人件費	5,332
--	--	--	事務費	会議室、弁当代等	503
--	--	--	役務費	差止請求訴訟費用	385
--	--	--	通信費	電話料金、サーバー代等	246
--	--	--	物品購入費	ノートPC	189
--	--	--	印刷製本費	チラシ作成	157
--	--	--	旅費	講師旅費等	101

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

--