

消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進

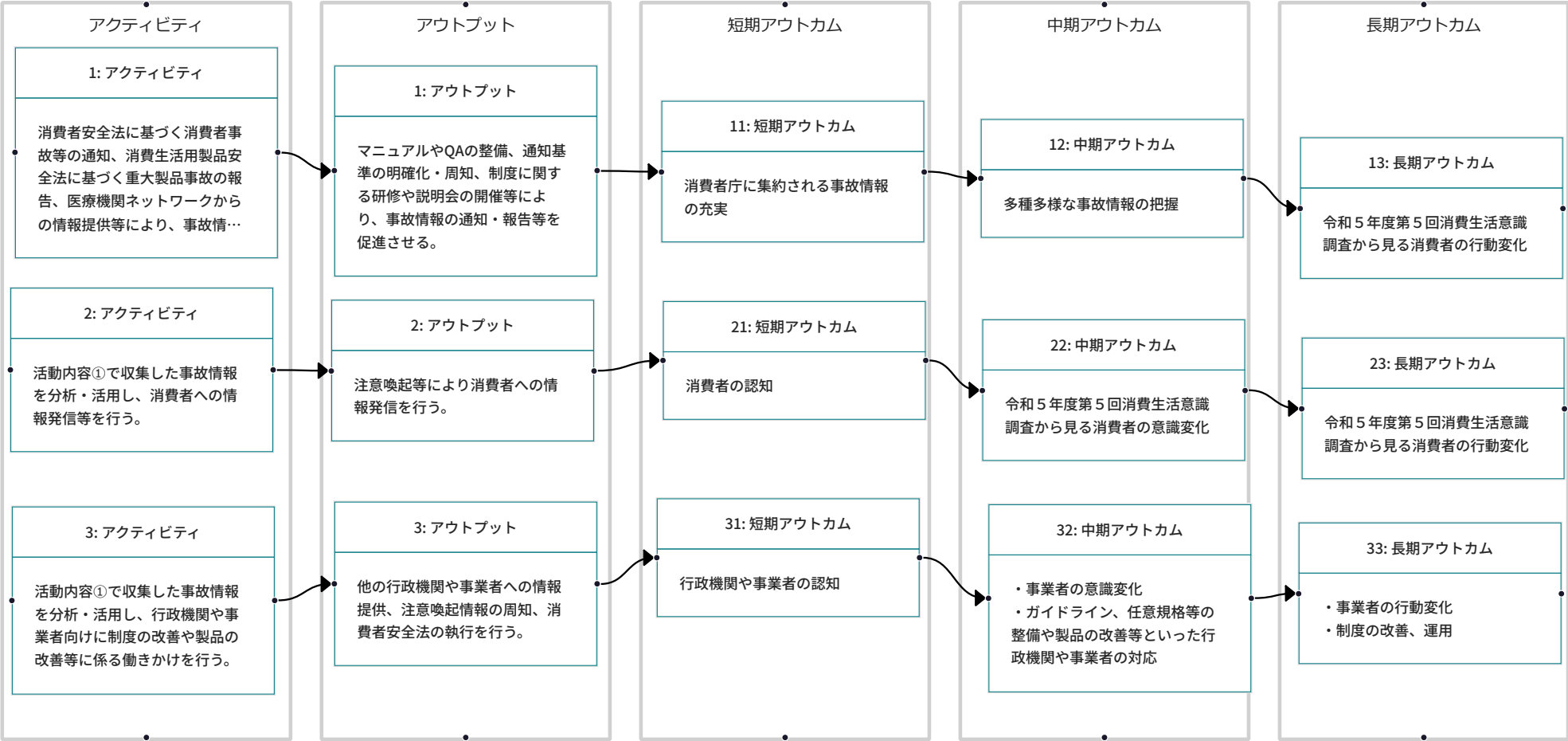
基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁					
	事業所管課室	消費者庁 消費者安全課					
	作成責任者	阪口理司					
	その他担当組織	--					
基本情報	予算事業ID	000473	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		(16) 消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	本事業は、消費者を対象に注意喚起等の情報発信を実施することを通じ、消費者事故等による被害を未然に防止し、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現することを目的とする。					
	現状・課題	消費者安全法の規定に基づき令和5年度に消費者庁に通知された消費者事故等は1万6,298件で、このうち、生命身体事故等は5,635件（令和4年度4,914件、前年度比14.7%増）であった。この収集した事故情報を基に、注意喚起等の情報発信を行うことで、消費者の意識・行動の変化につなげていくことが必要である。 また、他の行政機関や事業者への事故情報の提供や注意喚起情報の周知といった働きかけを充実させていくことで、行政機関や事業者の対応を促し、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現を目指すことが必要である。					
	事業の概要	・行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を集約するとともに、医療機関を含む多様な主体から事故情報を幅広く収集する。 ・集約した事故情報を定期的に公表するとともに、事故情報を分析し、消費者への注意喚起、事業者への働きかけ等の対応を行う。 ・緊急の対応が必要な場合には、「消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応要綱」に定める手順に基づき、関係省庁が相互に十分な連絡及び連携を図り、迅速かつ確に対応する。					
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/about_us/about/caa_pamphlet/jp_007.html					
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			--	--	--

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４年６月15日閣議決定）		--	
	第５章1（１）①②③（４）		--	
	消費者基本計画工程表（令和４年６月15日改定）		--	
	Ⅰ（１）①エ、②アイ、③エ、（４）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		--	88,000	96,300	89,000	125,080		
	当初予算		91,000	88,400	87,000	87,027	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		91,000	88,400	87,000	87,027	0		
	執行額		75,000	85,000	69,980	--	--		
	執行率		82.4%	96.2%	80.4%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		38,015		--		
		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				--		43,212	49,247
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費				--		37,364	69,357
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費				--		3,127	3,139
		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				--		1,982	1,992
		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				--		1,075	1,075
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		267	270
主な増減理由	現在、欧州連合（以下「EU」という。）では、モノのデジタル化や循環型経済への移行等の社会の変化に対応するための法整備の一環として、新たな製造物責任指令案の審議が進められている。新指令の成立後には、各加盟国において新指令に即した具体的な国内法化のプロセスが進展することになる。 そのため、製造物責任に係るEU加盟国の法整備等に関する動向調査を行い、消費者安全施策の基礎資料を得ることを目的として増額要求する。				その他特記事項	--			



アクティビティからの発現経路 1-1-11-12-13

アクティビティ	消費者安全法に基づく消費者事故等の通知、消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の報告、医療機関ネットワークからの情報提供等により、事故情報を収集する。				
アウトプット	活動目標	マニュアルやQAの整備、通知基準の明確化・周知、制度に関する研修や説明会の開催等により、事故情報の通知・報告等を促進させる。		活動指標	消費者行政担当課長会議等における制度周知
	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	--		アウトカ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)	3	3	3	3
	活動実績／成果実績(回)	3	3	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	マニュアルやQAの整備、通知基準の明確化・周知、制度に関する研修や説明会の開催等により、事故情報の通知・報告等を促進させることによって得られる成果として、消費者庁に集約される事故情報の充実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	消費者庁に集約される事故情報の充実		成果指標	事故情報データベースに登録された事故情報件数
	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		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)	25,000	25,000	25,000	25,000
	活動実績／成果実績(件)	24,932	30,609	26,599	--
	達成率(%)	99.7	122.4	106.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁に集約される事故情報が充実することにより、事故の多い製品や、新たなサービスに起因する事故などの端緒情報も充実し、質の高い情報提供につながると考えられることから、多種多様な事故情報の把握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	多種多様な事故情報の把握		成果指標	多種多様な事故情報の把握状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	集約した事故情報を活用し、令和5年度は棺内のドライアイスによる二酸化炭素中毒やスノースポーツ中の事故について注意喚起を行った。		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	消費者庁に集約される多種多様な事故情報を定量的に測ることは困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	消費者庁に集約される事故情報が充実することにより、定期公表やSNS等による注意喚起、事故情報データベース・リコール情報サイトへの掲載等を通じて、消費者に対し、より質の高い情報発信（詳しくは活動内容②に記載）をすることが可能になり、ひいては消費者への意識変化及び行動変化につながると考えられることから、消費者の行動変化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	令和５年度第５回消費生活意識調査から見る消費者の行動変化		成果指標	「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起で紹介された対策について、「注意喚起を見聞きした以降に実践した」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）	令和５年度第５回消費生活意識調査
	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			最終目標年度 2023年度		2024年度
	当初見込み／目標値(%)		30		--
	活動実績／成果実績(%)		15.1		--
	達成率(%)		50.3		--

アクティビティからの発現経路 2-2-21-22-23

アクティビティ	活動内容①で収集した事故情報を分析・活用し、消費者への情報発信等を行う。			
アウトプット	活動目標	注意喚起等により消費者への情報発信を行う。	活動指標	消費者への情報提供の件数（注意喚起、こども安全メール、SNSの合計件数）
	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		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	100	100	100
	活動実績／成果実績(件)	141	130	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本活動の目標は、消費者の事故防止に向け、消費者の事故防止意識を高めるための啓発活動等を行い、不慮の事故による死者数の減少を目指すことである。実施にあたっては、X（旧Twitter）やメール等のSNSでの情報発信や、消費者の事故に関するプレスリリースによる注意喚起を行っている。そこで、SNS投稿が表示されたことによる、特定の注意喚起の認知度（SNSのエンゲージメント総数を想定）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	消費者の認知	成果指標	特定の注意喚起の認知度（SNSのエンゲージメント総数を想定）
	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）	X(旧Twitter)「消費者庁 こどもを事故から守る！」
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回)	2,000	2,000	2,000
	活動実績／成果実績(回)	1,800	2,721	--
	達成率(%)	90	136.1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の認知度の上昇に基づく消費者の意識変化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	令和５年度第５回消費生活意識調査から見る消費者の意識変化	成果指標	「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起によって、「注意喚起をきっかけ、注意しようと思った」または「以前から気をつけていたが、より注意しようと思った」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）	令和５年度第５回消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)		70	70
	活動実績／成果実績(%)		86.7	--
	達成率(%)		123.9	--
 後続アウトカムへのつながり	消費者の意識変化に基づく消費者の行動変化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	令和５年度第５回消費生活意識調査から見る消費者の行動変化	成果指標	「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起で紹介された対策について、「注意喚起を見聞きした以降に実践した」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）	令和５年度第５回消費生活意識調査
	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			最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)		50	--
	活動実績／成果実績(%)		15.1	--
	達成率(%)		30.2	--

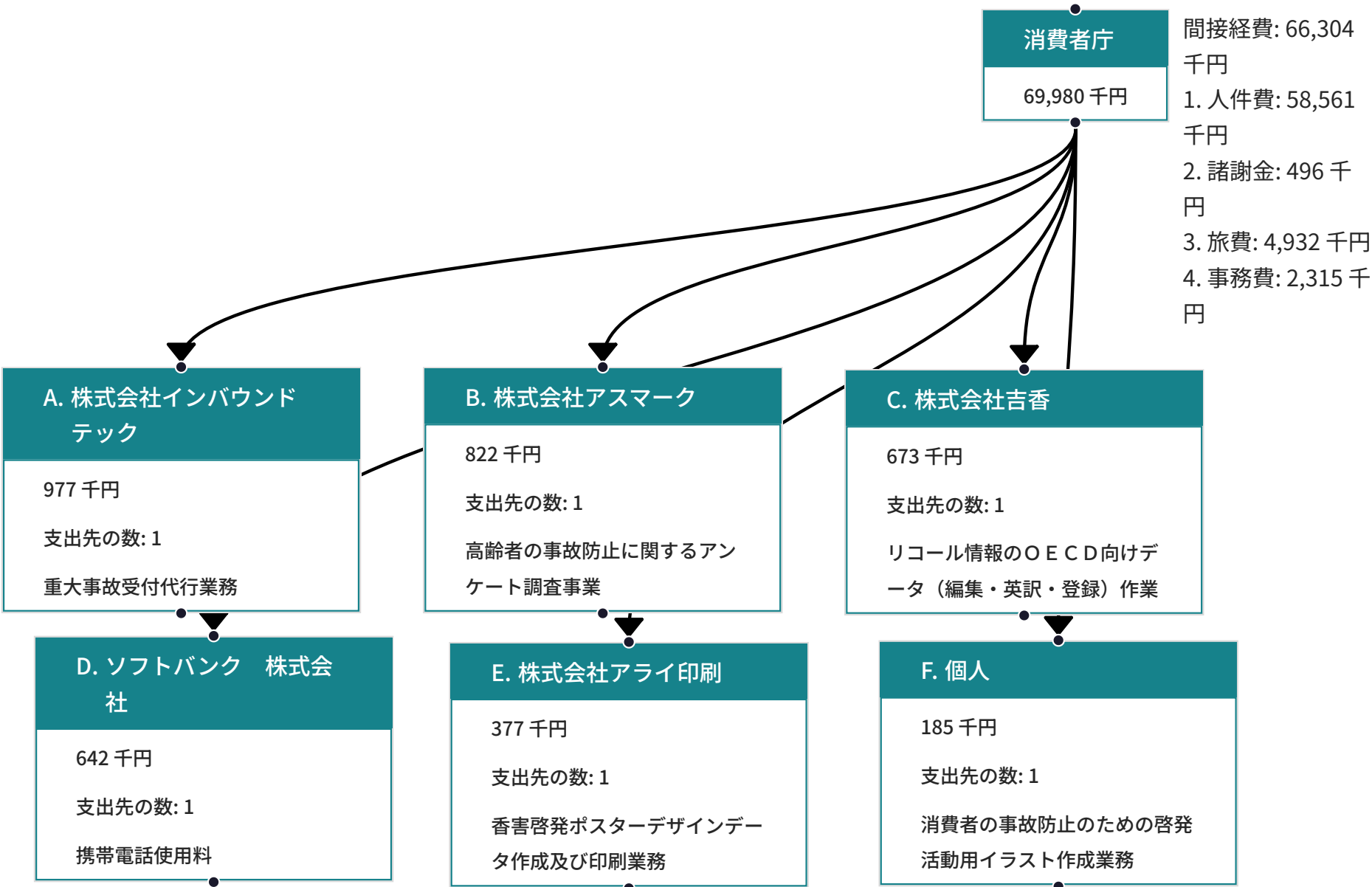
アクティビティからの発現経路 3-3-31-32-33

アクティビティ	活動内容①で収集した事故情報を分析・活用し、行政機関や事業者向けに制度の改善や製品の改善等に係る働きかけを行う。			
アウトプット	活動目標	他の行政機関や事業者への情報提供、注意喚起情報の周知、消費者安全法の執行を行う。	活動指標	関係省庁等に情報提供した回数
	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(回)	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	12	12	--
 後続アウトカムへのつながり	消費者庁で集約した事故情報等を、関係行政機関又は関係行政機関を通じて業界団体に周知することにより、行政機関や事業者が事故の発生状況等を認知することにつながると考えられることから、他の行政機関や事業者の事故情報に対する認知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	行政機関や事業者の認知	成果指標	行政機関や事業者の認知状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	磁石製娯楽用品（マグネットセット）でのこどもの誤飲事故情報を受け、消費者安全調査委員会が事故原因調査を行い、経済産業大臣に対して法令による規制を意見。立法事実にあたる事故情報を提供。	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	他の行政機関や事業者への情報提供、注意喚起情報の周知及び消費者安全法の執行等を行ったことによる、他の行政機関や事業者の事故情報に対する認知の度合いを1つの定量的な指標で測ることは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	行政機関や事業者が事故の発生状況を認知し、製品やサービスの安全性に関する問題意識が高まると考えられる。また、ガイドラインや任意規格等の整備、事業者による製品の改善等といった行政機関や事業者の対応改善の機運を高めることになると考えられることから、事業者の意識変化、関係行政機関や事業者によるガイドラインや任意規格等の整備等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	・事業者の意識変化 ・ガイドライン、任意規格等の整備や製品の改善等といった行政機関や事業者の対応	成果指標	・事業者の意識変化の状況 ・行政機関や事業者の対応状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	事故が発生した場合の危険性、被害の重大性を鑑み、経済産業省にて消費生活用製品安全法の特定製品への指定を検討。	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	事業者の意識変化の度合いや、意識変化による行政機関や事業者の対応改善の機運醸成の度合いを1つの定量指標で測ることは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	事業者の意識変化、ガイドラインや任意規格等の整備を通じて、安全な製品やサービスの開発、制度の改善・運用につながると考えられることから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	・事業者の行動変化 ・制度の改善、運用	成果指標	・事業者の行動変化状況 ・制度の改善、運用状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費生活用製品安全法施行令の一部を改正する政令が閣議決定され、消費生活用製品安全法の特定製品に新たに磁石製娯楽用品（マグネットセット）と吸水性合成樹脂製玩具を指定し、技術基準に適合しない製品の販売を規制。（約10年ぶりの特定製品への新規追加。）	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	事業者の行動変化の度合いや他の行政機関や事業者の個々の対応改善が、その業界における全体的な制度の改善・運用にどのように反映されたかを定量的に測ることは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/		
	該当箇所	I -15		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・アクティビティ 1 について、事故情報データベースへの登録件数は前年度からは減少しているものの近年増加傾向であり、短期アウトカムは順調に推移している。長期アウトカムは令和 4 年度から新規指標を設定しており、今年度初回の結果が出た。引き続き目標値の達成に向けて取り組む。 ・アクティビティ 2 について、令和 4 年度から新規指標を設定しており、今年度初回の結果が出た。引き続き目標値の達成に向けて取り組む。 ・アクティビティ 3 については、意見先となる関係行政機関の政策や事業者の取組に左右されるものであり、目標の達成度合いについて評価することは困難であるが、引き続き必要な働きかけを行う。		
	目標年度における効果測定に関する評価	アクティビティ 1 及び 2 については、中長期のアウトカムである消費者の意識変化や行動変化を引き続き分析しつつ、必要に応じて目標値の再設定について検討する必要がある。アクティビティ 3 については、事業者の意識変化や行動変化を引き続き分析していく必要がある。		
	改善の方向性	消費者事故等による被害を未然に防止し、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができるよう引き続き注意喚起等の情報発信することで消費者の意識・行動変化につなげていく。特に、より効果的な注意喚起等について、これまでの課題を洗い出し、効果的な方法を検討する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き調達における競争性を確保しつつ、適切な予算執行に務めていただきたい。
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	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (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	株式会社インバウンドテック	977	1	重大事故受付代行業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社インバウンドテック		977	4011101072956		
		契約概要（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
		重大事故受付代行業務 一般競争契約（最低価格）		977	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		
	B	株式会社アスマーク	822	1	高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社アスマーク		822	2010901015886		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業 随意契約（少額）		822	--	--	－
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C	株式会社吉香	673	1	リコール情報のO E C D向けデータ（編集・英訳・登録）作業		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社吉香		673	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
		リコール情報のO E C D向けデータ（編集・英訳・登録）作業 随意契約（少額）		673	--	--	－
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	D	ソフトバンク 株式会社		642	1	携帯電話使用料	

	支出先名		支出額	法人番号		
	ソフトバンク株式会社		642	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
	消費者安全課公用携帯電話の賃貸借及び通信に係る契約について 随意契約（少額）		642	--	--	—
	支出先ブロック名		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	377	1	香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社アライ印刷		377	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
	香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷作業 随意契約（少額）		377	--	--	—
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	F	個人	185	1	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人		185	--		
	契約概要（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
	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成作業 随意契約（少額）		185	--	--	—

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	株式会社インバウンドテック	重大事故受付代行業務	雑役務費 その他	重大事故受付代行業務に係る請負契約	977
	B	株式会社アスマーク	高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業	雑役務費 その他	高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業	822
	C	株式会社吉香	リコール情報のO E C D向けデータ（編集・英訳・登録）作業	雑役務費 その他	リコール情報のO E C D向けデータ（編集・英訳・登録）作業	673
	D	ソフトバンク株式会社	消費者安全課公用携帯電話の賃貸借及び通信に係る契約について	通信運搬費 電話料	携帯電話使用料	642
	E	株式会社アライ印刷	香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷作業	印刷製本費	香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷作業	377
	F	個人	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成作業	雑役務費 その他	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成作業	185
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名		契約額	法人番号	
		--		--	--	

その他備考

--

生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言

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 消費者安全課 事故調査室				
	作成責任者	塚越匡史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000474	事業開始年度	2012	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		(17) 生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	消費者安全調査委員会において、生命・身体に係る消費者事故等の原因を究明し、当該事故の発生を防止し、また、その拡大を防ぐことを目的とする。				
	現状・課題	『消費者安全調査委員会設立10年の活動報告書』（令和4年9月）で言及されているとおり、同委員会は消費者事故の調査にとどまらず、類似事故を含めて調査を行うなど、国民の消費生活における安全の確保に尽力している。 さらに、同委員会は、昨今の社会経済の劇的な変化による複雑化した事案にも的確な判断を下すことが求められている。 また、同委員会事務局においても、同委員会の判断を踏まえた取組（意見具申先の行政機関への対応の調整や連携）を強力に推進する体制が求められている。 このような要請に対応するため、引き続き、柔軟かつ専門的知見を有する人材の確保及び既存の人材、体制の更なるスキルアップに取り組むこととする。				
	事業の概要	消費者安全調査委員会は、生命身体事故等の原因究明を通して、被害の発生と拡大を防ぐための措置等を関係行政機関の長に意見しているところである。 事故調査室により構成される同委員会事務局は、同委員会の質の高い議論に貢献するため、事故原因等に係る調査の実務を担っている。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/about/				
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		--	--	--
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）	--				
	施策番号第5章1（1）③	--				
	消費者基本計画工程表（令和3年6月15日改定）	--				
	施策番号Ⅰ（1）③ア	--				

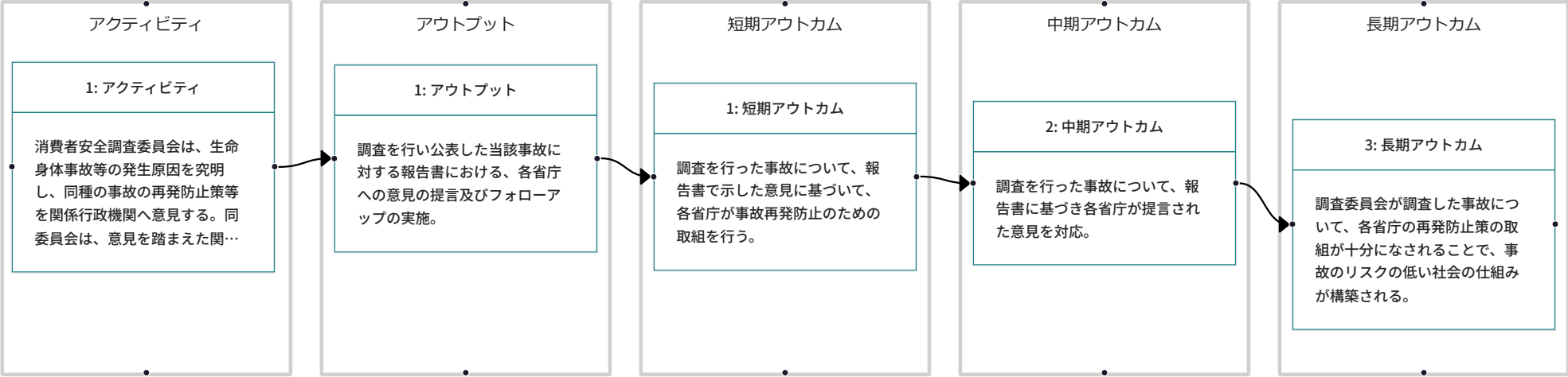
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	155,000	83,000	85,000	85,220
	当初予算	89,000	81,000	83,000	84,350	--
	補正予算	△300	△200	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	△500	△200	--	--	--
	計	88,200	80,600	83,000	84,350	0
	執行額	59,000	69,000	63,661	--	--
	執行率	66.9%	85.6%	76.7%	--	--

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	--	--	--	
	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	--	--	
	予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--	35,023	35,179
	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			--	30,517	30,866
	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			--	7,780	7,817
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--	3,299	3,662
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費			--	3,208	3,208
	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			--	1,635	1,639
	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			--	1,540	1,501
	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			--	1,348	1,348
	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	9,061	--	
主な増減理由	諸謝金について、2023年度予算額3,299千円に対し、2024年度3,662千円と、363千円の増額となっている。社会的ニーズの多様化に伴い、市場における製品・サービスの高度化が顕著であるため、より多くの専門委員を含む有識者及び実務家からの見解が必要となっているところであり、この傾向は今後も続くものとみられることによるもの。			その他特記事項	--	

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 1-1-1-2-3

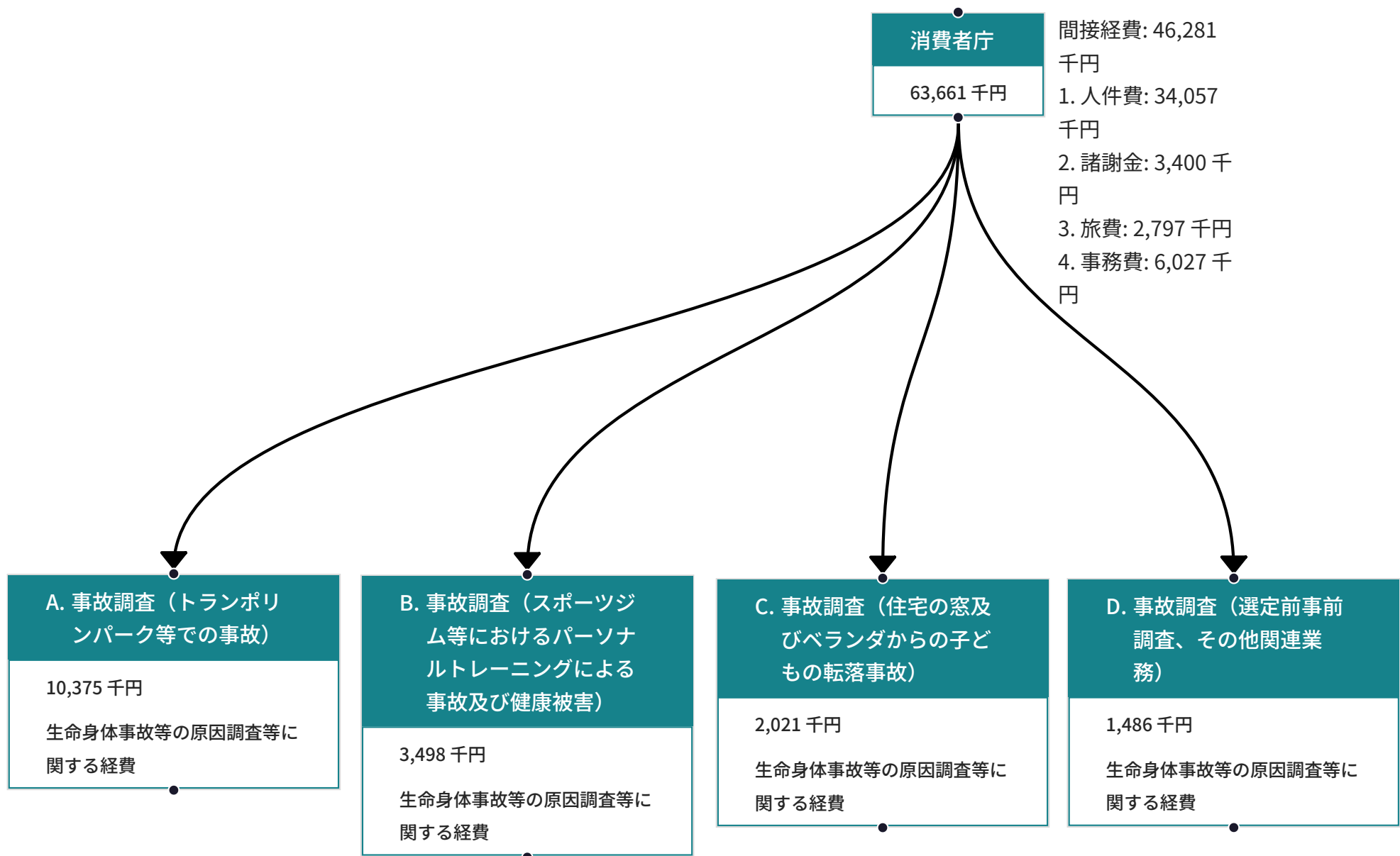
アクティビティ	消費者安全調査委員会は、生命身体事故等の発生原因を究明し、同種の事故の再発防止策等を関係行政機関へ意見する。同委員会は、意見を踏まえた関係行政機関の取組への進捗確認等を通じ、調査機能の更なる強化（提言内容及びフォローアップの更なる高度化・深化）を目指す。				
アウトプット	活動目標	調査を行い公表した当該事故に対する報告書における、各省庁への意見の提言及びフォローアップの実施。		活動指標	当該年度で新規に選定した調査件数（計）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	3	1	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業の目標は、消費者安全調査委員会が事故等原因調査報告書に基づく提言を行うことによって、同種の被害の発生を防止し、その拡大を防ぐことである。 事案の選定・調査・報告については本委員会にて決定・審議されるが、本委員会は内閣総理大臣より任命された7名の委員により組織されている。消費者安全法第17条の規定には「調査委員会の委員は、独立してその職権を行う」とされており、公正・中立な立場で事故等原因調査等を実施して再発・拡大防止のための提言を行う必要がある。 報告書を作成し、そこで示した再発防止策について各省庁へ一定数意見の提言を定期的に行うが、これに当たり、各省庁の実効性を鑑みた調整によって意見に対しての着手につなげることが本事業の成果の一つであることから、各省庁への意見の提言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	調査を行った事故について、報告書で示した意見に基づいて、各省庁が事故再発防止のための取組を行う。		成果指標	左記活動により公表した報告書内で提言した意見の件数。
	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）	公表された報告書（消費者庁ウェブサイト内） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	14	8	7	--
	達成率(%)	140	80	70	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者安全調査委員会より発出された各省庁への意見について、政策に反映され、それぞれ対応が終了することによって段階的に事故リスクの低減につながり得るものであるため、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	調査を行った事故について、報告書に基づき各省庁が提言された意見を対応。		成果指標	各省庁へ提言した意見の対応終了件数。
	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）	公表された報告書と意見後の動き（消費者庁ウェブサイト内） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ 意見ごとに想定される対応時間や内容が大きく異なるため、件数だけでは必ずしも実態を示せない場合がある。そのため、個別的に記載すべき実績は別途本欄で記載を行う。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	41	2	16	--
	達成率(%)	410	20	160	--
 後続アウトカムへのつながり	消費者安全調査委員会からの意見が関係行政機関の取組に反映されることが、消費者の生命身体事故等の発生リスク低減につながるものである。上記に係る関係行政機関の取組への進捗確認等を終了して差し支えないと判断するには、当該取組自体だけではなく、同種事故の発生状況、社会情勢等も勘案する必要がある。以上のことから、長期アウトカムの指標として、上記の内容を踏まえ、同委員会が取組の進捗確認等を終了して差し支えないものと評価した件数を採用する。				
長期アウトカム	成果目標	調査委員会が調査した事故について、各省庁の再発防止策の取組が十分になされることで、事故のリスクの低い社会の仕組みが構築される。		成果指標	各省庁へ提言した意見の取組確認を終了した事案件数。
	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）	公表された報告書と意見後の動き（消費者庁ウェブサイト内） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ 意見ごとに想定される対応時間や内容が大きく異なるため、件数だけでは必ずしも実態を示せない場合がある。そのため、個別的、具体的に記載すべき実績は別途本欄で記載を行う。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2	--
	活動実績／成果実績(件)		2	0	1	--
	達成率(%)		100	--	50	--
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	2023年度もアウトプットとして2件の新規選定を行っている。短期アウトカムの減少については、報告書の公表が1件のみであったことが影響しており、現在その改善に向けた作業を進めている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	消費者安全調査委員会は、調査事案の新規選定、報告書の公表とそれに伴う各省庁への意見、またその対応状況の確認から取組確認の終了までを一連の流れとし、経年で反復している。長期アウトカムは意見先省庁の政策や社会情勢にも左右される可能性があるため評価も難しいが、各省庁とも概ね意見への対応は進んでいると考えている。		
	改善の方向性	迅速かつ効果的な調査を行い、報告書公表までの期間の短縮に努めることにより、短期アウトカムを改善させる。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図っていただきたい。
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	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト 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	事故調査（トランポリンパーク等での事故）	10,375	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社フラッグ		9,020	7012401013928			
	契約概要（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	
	「トランポリンパーク等での事故」に係る啓発動画制作 一般競争契約（総合評価）		9,020	3	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	一般財団法人日本規格協会		1,355	9010405010460			
	契約概要（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	
	規格書籍日本語対訳版の製作 随意契約（少額）		1,355	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	事故調査（スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングによる事故及び健康被害）	3,498	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費		
	支出先名		支出額	法人番号			
	社会システム株式会社		2,860	1013201015327			
	契約概要（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	
	スポーツジム等における～規格基準及び資格制度等の調査 （日本、米国及びドイツ） 一般競争契約（総合評価）		2,860	3	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社クラブビジネスジャパン		473	1011001042302			
	契約概要（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	
	スポーツジム等における～事故及び健康被害に関するアンケート調査 随意契約（少額）		473	--	--	--	

支出先名		支出額	法人番号		
株式会社矢野経済研究所		165	3011201005528		
契約概要（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
「スポーツジム等におけるパーソナルトレーニング～現状と展望」（PDF版）の購入 随意契約（少額）		165	--	--	--
先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
事故調査（住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故）		2,021	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費	
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人Safe Kids Japan		520	5010905002878		
契約概要（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
補助錠評価実験における支援業務 随意契約（少額）		520	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般社団法人日本サッシ協会		506	9010405010452		
契約概要（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
子どもの転落事故の調査にかかる実験対応ビル用サッシの購入 随意契約（少額）		506	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社オカモトヤ		378	1010401006180		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
子どもの転落事故の調査にかかる実験用補助錠他の購入 随意契約（少額）		378	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
有限会社嘉山金型製作所		198	7013402003389		

	契約概要（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
	補助錠実験用サッシの木枠及び架台製作 随意契約（少額）	198	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社うるるＢＰＯ		192	8010001163300		
	契約概要（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
	子どもの転落事故に係る事故情報収集及びリスト作成業務 随意契約（少額）	192	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
その他		146	--		
	契約概要（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
	ニューヨーク市内窓ガード～コーディネート業務　C o o r d i n a t i o n f e e 他 随意契約（少額）	146	--	--	--
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		81	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
	センサーシステム、補助錠の評価に係る施設の使用及び使用 料（子どもの転落事故の調査） 随意契約（少額）	81	--	--	--
先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
事故調査（選定前事前調査、その他関連業務）		1,486	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費	
支出先名		支出額	法人番号		
個人A		532	--		
	契約概要（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

	消費者安全調査委員会の審議資料及び報告書等に用いるイラスト作成作業 随意契約（少額）	532	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社マイナビ		385	3010001029968		
	契約概要（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
	弁護士等を対象とした求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援 随意契約（少額）	385	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人B		185	--		
	契約概要（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
	木造立体迷路の木材劣化診断 随意契約（少額）	185	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
キンコーズ・ジャパン株式会社		96	5010401007547		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	動画「幼稚園等のプール活動・水遊びでの溺れ事故を防ぐために」のDVDコピー 随意契約（少額）	96	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般財団法人日本規格協会		86	9010405010460		
	契約概要（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
	「家庭用ヒートポンプ～健康被害」事前調査のための規格書籍の購入 随意契約（少額）	86	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		

	ウエストロー・ジャパン株式会社		73	5010001098516		
	契約概要（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
	判例検索システムの利用 随意契約（少額）		73	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	ソフトバンク株式会社		34	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
	携帯電話使用料 随意契約（少額）		34	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	その他		95	--		
	契約概要（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
		その他 随意契約（少額）	95	--	--	--
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 株式会社フラッグ	「トランポリンパーク等での事故」に係る啓発動画制作	雑役務費 その他	「トランポリンパーク等での事故」に係る啓発動画制作		9,020
	B 社会システム株式会社	スポーツジム等における～規格基準及び資格制度等の調査（日本、米国及びドイツ）	雑役務費 その他	スポーツジム等における～規格基準及び資格制度等の調査（日本、米国及びドイツ）		2,860
	C 特定非営利活動法人 Safe Kids Japan	補助錠評価実験における支援業務	雑役務費その他	補助錠評価実験における支援業務		520
	D 個人A	消費者安全調査委員会の審議資料及び報告書等に用いるイラスト作成作業	雑役務費その他	消費者安全調査委員会の審議資料及び報告書等に用いるイラスト作成作業		532
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

--

食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進

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 消費者安全課							
	作成責任者	阪口理司							
	その他担当組織	--							
基本情報	予算事業ID	000475	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			(18) 食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/		
関連事業	--				主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	本事業は、食品の安全性に関し、時宜に適ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め、自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、継続してリスクコミュニケーションを推進することを目的とする。							
	現状・課題	消費者庁では従来、消費者の関心が高い食品の安全性をテーマとしたリスクコミュニケーションを実施してきた。 近年では東京電力福島第一原子力発電所の事故を受け、食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを重点的に実施しており、消費者庁が実施した風評に関する消費者意識の実態調査では、福島県産食品の購入をためらう人の割合は年々減少している。しかし、一定数の人は福島県食品の購入をためらうことがあると回答しており、また、昨年8月ALPS処理水の海洋放出が開始されたことから、風評被害の抑制のためにも引き続き対応が必要であると考えられる。 また、ゲノム編集技術応用食品や細胞農業等、食へのニーズの多様化等を背景として、これまで流通していなかった新たな食品の開発が行われる中、これらの食品を含む衛生規格・基準に対する消費者等の理解の増進や信頼の構築の重要性が増加している。令和6年度に厚生労働省から消費者庁に食品衛生基準行政が移管されたことを契機として、衛生規格・基準への理解増進・信頼構築に向けたリスクコミュニケーションを進める必要がある。							
	事業の概要	・食品の安全性に関し、時宜に適ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め、自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、継続してリスクコミュニケーションを推進する。 ・緊急の対応が必要な場合には、「消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応要綱」に定める手順に基づき、関係省庁が相互に十分な連絡及び連携を図り、迅速かつ的確に対応する。							
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/food_safety_portal/safety_system/							
根拠法令	法令名				法令番号	条		項	号・号の細分
	食品安全基本法第21条第1項の規定に基づく基本的事項等				--	--		--	--
	食品安全基本法				平成十五年法律第四十八号	第十三条		1	--

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日閣議決定）		--	
	第５章1（１）④		--	
	消費者基本計画工程表（令和３年６月15日改定）		--	
	Ⅰ（１）④アエオ		--	
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	--			

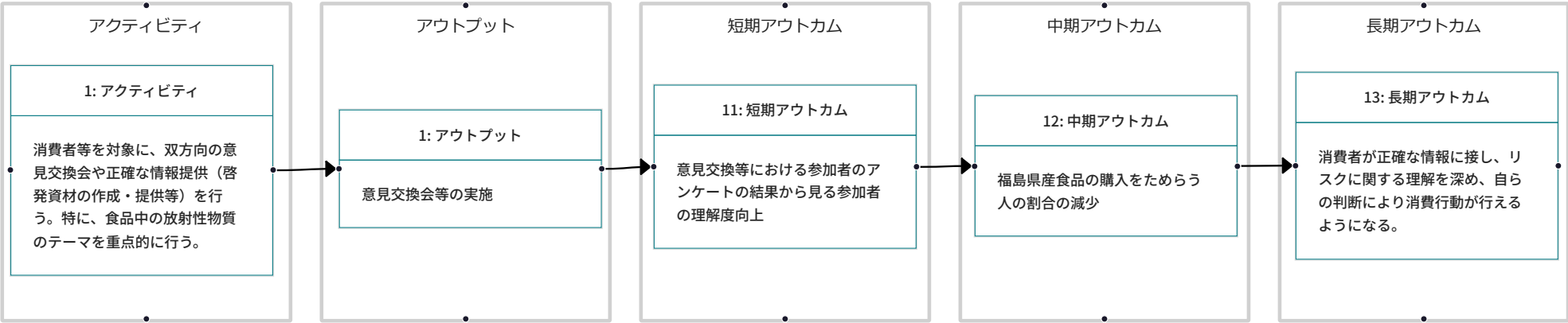
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	96,000	90,900	110,000	131,538
	当初予算		41,000	62,900	71,000	70,239	--
	補正予算		--	--	93,000	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	85,988	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		41,000	62,900	164,000	156,227	0
	執行額		39,000	50,000	63,907	--	--
	執行率		95.1%	79.5%	39%	--	--

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	--	61,433	--	
		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		--	44,284	99,907
		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		--	18,519	21,329
		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		--	3,752	5,934
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費				
		当初予算		--	2,460	2,460
		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		--	1,224	1,908
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				
		前年度から繰越し		--	85,988	--
			--			

主な増減理由	消費者庁では従前、東京電力福島第一原子力発電所の事故を受け、主催又は地方公共団体等と連携し、食品中の放射線物質に関するリスクコミュニケーションを重点的に実施。昨年８月にALPS処理水の海洋放出が開始される中、日本産の農林水産物等の安全性に関し、科学的知見に基づくリスクコミュニケーションを実施する重要性は引き続き高い。 他方、PFASに関し、諸外国において飲料水目標値等の策定が進められ、我が国でも食品安全委員会による健康影響評価が行われている。加えて、近年、ゲノム編集技術応用食品や細胞農業等、食へのニーズの多様化等を背景として、これまで流通していなかった新たな食品の開発が行われる中、これらに対する消費者等の理解の増進や信頼の構築の重要性が増加。 ついては、リスクコミュニケーションのテーマを拡充することとし、それに要する経費を要求。	その他特記事項	--
---------------	--	----------------	-----------

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 1-1-11-12-13

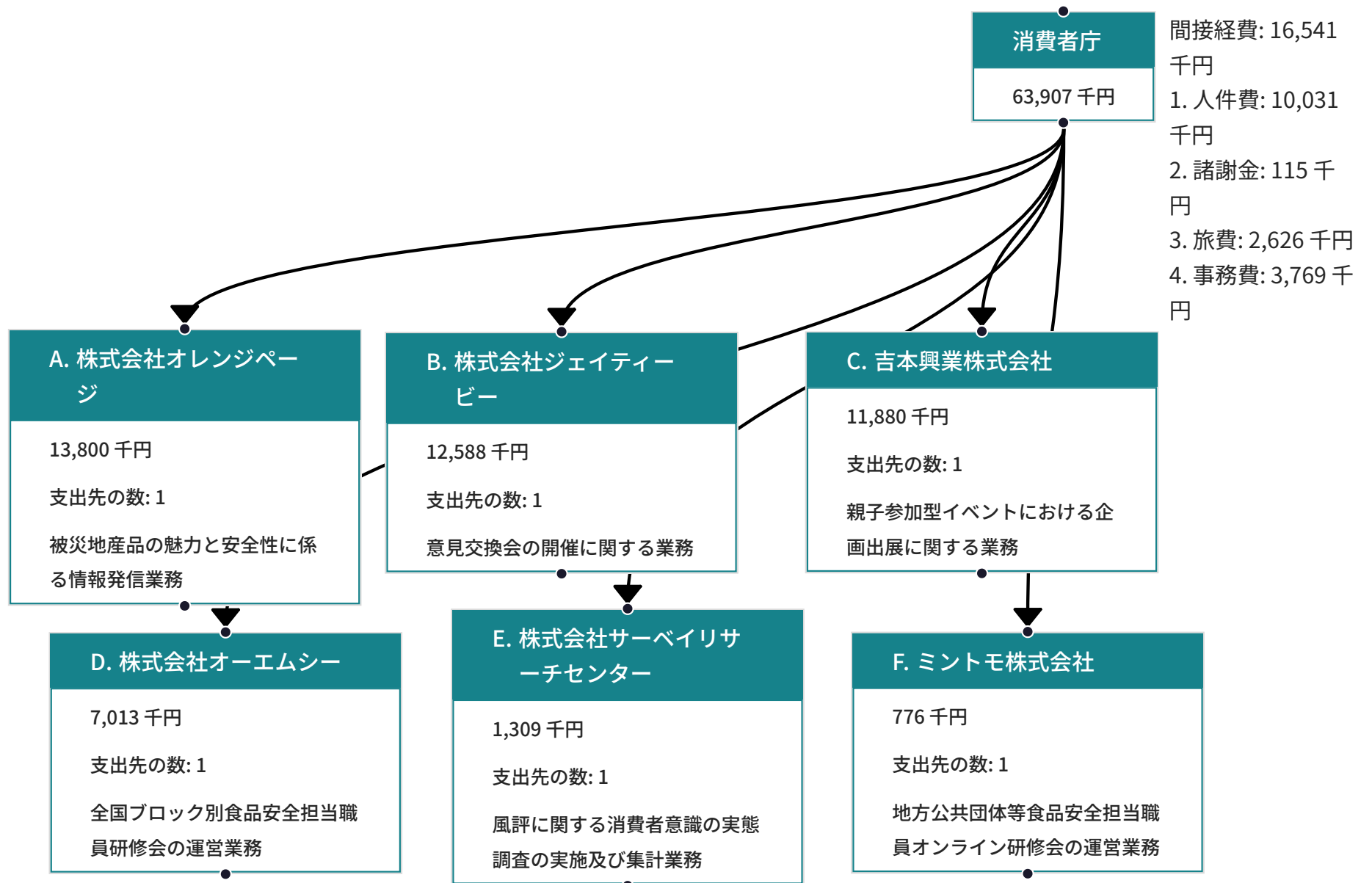
アクティビティ	消費者等を対象に、双方向の意見交換会や正確な情報提供（啓発資材の作成・提供等）を行う。特に、食品中の放射性物質のテーマを重点的に行う。				
アウトプット	活動目標	意見交換会等の実施		活動指標	意見交換会等の参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	8,000	12,500	20,000	16,000
	活動実績／成果実績(人)	12,712	16,044	18,263	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本活動の目標は、消費者が自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組み、特に放射性物質に関するリスクコミュニケーションに関して、東京電力福島第一原子力発電所事故に係る風評影響を抑制することである。実施に当たっては、食品中の放射性物質を始めとする食品の安全性に関する消費者の不安に対し、消費者が正確な情報に接し、理解を深め、消費行動につなげることができるよう啓発を行う意見交換会等に関係府省と連携して実施している。そこで、意見交換会参加者のアンケート結果から見る参加者理解度を短期アウトカムとして設定した。 なお、令和5年度には、首都圏の飲食店において被災地の食材を使用した特別メニューを提供するとともに、被災地産品の安全性についてのリーフレットを配布した。飲食店に来店した者のうち、何名が当該食材を喫食したのか集計が困難であり、データの継続を鑑みて活動実績として計上していないが、提供期間中、来店者は計28,243名であった。				
短期アウトカム	成果目標	意見交換等における参加者のアンケートの結果から見る参加者の理解度向上		成果指標	意見交換会等の会場で実施したアンケートで、内容の理解度を問う質問に対し、「1.分かった」「2.どちらかといえば分かった」「3.どちらかといえば分からなかった」「4.分からなかった」の4択のうち、1・2を回答した人の割合
	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）	リスクコミュニケーション会場のアンケート結果（非公表）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	93.2	92.8	96.9	--
	達成率(%)	116.5	116	121.1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品中に含まれる放射性物質のリスクコミュニケーションの実施を通じて、参加者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深めることにより、消費者の意識が変化し、消費者が実際に食品を購入する際に、被災地産の食品であるからという理由で購入を控える人が減少すると考えられる。したがって、リスクコミュニケーションの実施に基づいた消費者の行動変化を測る指標として、福島県産食品の購入をためらう人の割合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	福島県産食品の購入をためらう人の割合の減少	成果指標	福島県産食品の購入をためらう人の割合
		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）	風評に関する消費者意識の実態調査（第17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
	当初見込み／目標値(%)		8.1	6.5	5.8
	活動実績／成果実績(%)		6.5	5.8	4.9
	達成率(%)		124.6	112.1	118.4
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の関心が高いと考えられる食品中の放射性物質のリスクコミュニケーションを推進することにより、消費者が食品中に含まれる放射性物質のリスクに関して理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるようになり、ひいては、その他の様々な食品のリスクについても理解を深め、自ら判断し、行動ができるようになると考えられる。したがって、消費者が自らの判断により行動が行えること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	消費者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるようになる。	成果指標	消費者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるようになる。
		定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者庁では関係府省庁と連携し、一般消費者及び大学生を対象とした意見交換会、子育て世代等向けの情報発信、被災地の食品の安全性及び魅力発信に係るイベント等、食品中の放射性物質を中心に、消費者の関心が高いテーマ（健康食品、食品安全全般）で食品安全に関するリスクコミュニケーションを実施しており（令和5年度は192回）、消費者が様々な食品のリスクについて理解を深め、自ら判断し、行動できるようになるための場を提供している。	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	食品安全全般に関するリスクコミュニケーションに基づいた消費行動の変化を一律の指標で測ることは困難であるため	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/
	該当箇所	I – 15

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	アクティビティ 1 について、意見交換会への参加者数は増加傾向である。意見交換会参加者の理解度についても、実績値は前年度と比べ増加している。また、福島県産食品の購入をためらう人も割合も年々減少しており、食品中の放射性物質に関する消費者の理解が深まっているといえる。引き続き食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組む。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	アクティビティ 1 について、目標年度に向け引き続き取り組む。		
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	競争性のある調達を行っているものの、一社応札が目立っている。より多くの応札者を見込むため、仕様書に業務内容の記載を明確にするなど、より競争性を高める工夫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	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A 株式会社オレンジページ		13,800	1	被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社オレンジページ		13,800	9011101034118			
	契約概要（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	
	被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務 一般競争契約（総合評価）		13,800	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		
	B 株式会社ジェイティービー		12,588	1	意見交換会の開催に関する業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社ジェイティービー		12,588	8010701012863			
	契約概要（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	
	消費者庁が全国において開催する食品安全に関するリスクコ ミュニケーションのうち、意見交換会の開催に関する業務 一般競争契約（最低価格）		12,588	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 吉本興業株式会社		11,880	1	親子参加型イベントにおける企画出展に関する業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	吉本興業株式会社		11,880	2120001126730			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	親子参加型イベントにおける食品の安全等に係る消費者啓発 のための企画出展に関する業務 一般競争契約（総合評価）		11,880	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		

D	株式会社オーエムシー		7,013	1	全国ブロック別食品安全担当職員研修会の運営業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社オーエムシー		7,013	9011101039249			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	全国ブロック別食品安全担当職員研修会(食と放射能関係)の 運営業務 一般競争契約（最低価格）		7,013	3	--	－	
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E	株式会社サーベイリサーチセンター		1,309	1	風評に関する消費者意識の実態調査の実施及び集計業務		
	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		1,309	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	
	風評に関する消費者意識の実態調査（第17回）の実施及び集 計業務 一般競争契約（最低価格）		1,309	1	--	－	
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	ミントモ株式会社		776	1	地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	ミントモ株式会社		776	2010801022578			
	契約概要（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	
	地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業 務 随意契約（少額）		776	--	--	－	

費目・使途 (単位：千円)		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	株式会社オレンジページ	被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務	雑役務費 その他	被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務	13,780
	B	株式会社ジェイティービー	消費者庁が全国において開催する食品安全に関するリスクコミュニケーションのうち、意見交換会の開催に関する業務	雑役務費 その他	消費者庁が全国において開催する食品安全に関するリスクコミュニケーションのうち、意見交換会の開催に関する業務	12,588
	C	吉本興業株式会社	親子参加型イベントにおける食品の安全等に係る消費者啓発のための企画出展に関する業務	雑役務費 その他	親子参加型イベントにおける食品安全等に係る消費者啓発のための企画出展に関する業務	11,880
	D	株式会社オーエムシー	全国ブロック別食品安全担当職員研修会(食と放射能関係)の運営業務	雑役務費 その他	全国ブロック別食品安全担当職員研修会(食と放射能関係)の運営業務	7,013
	E	株式会社サーベイリサーチセンター	風評に関する消費者意識の実態調査（第17回）の実施及び集計業務	雑役務費 その他	風評に関する消費者意識の実態調査（第17回）の実施及び集計業務	1,309
	F	ミントモ株式会社	地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務	雑役務費 その他	地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務	776
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

--

インターネット通信販売等適正化事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁					
	事業所管課室	消費者庁 取引対策課					
	作成責任者	伊藤正雄					
	その他担当組織	--					
基本情報	予算事業ID	000477	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	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		(19) インターネット通信販売等適正化事業		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	特定商取引を公正にし、及び購入者等が受ける可能性のある損害を防止するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査及び執行のための基礎的、かつ、重要な資料作成を行うことを目的とする。					
	現状・課題	インターネット等を利用した通信販売について、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的、効率的に対応するため、本事業において特定商取引法の遵守状況を調査し、違反と特定された事例に対して、法と証拠に基づき厳正かつ適切に対処している。ネット通販事業者の販売手法が複雑化している中で、より個別性の高い誘引・広告手法が用いられるなど、調査・検証の困難度が増している。					
	事業の概要	特定商取引法の違反事業者に対する行政指導や行政処分等の要否を検討するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査業務の一部を外部に委託する。					
	事業概要URL	--					
根拠法令	法令名			法令番号	条	項	号・号の細分
	特定商取引に関する法律			昭和五十一年法律第五十七号	第十一条	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL					
	消費者基本計画（令和3年6月15日改訂）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf					
	消費者基本計画工程表（令和5年6月13日改訂） 重点項目2	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf					
実施方法	直接実施						

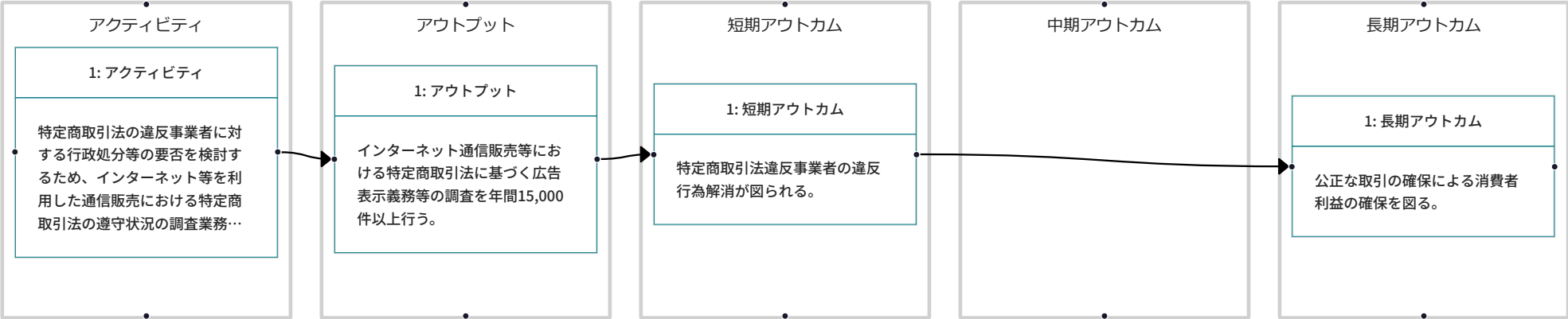
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025	
	要求額		--	88,000	83,000	51,000	58,000	
	当初予算		82,000	83,000	51,000	51,072	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		82,000	83,000	51,000	51,072	0	
	執行額		71,000	51,000	51,072	--	--	
	執行率		86.6%	61.4%	100.1%	--	--	
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	--		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			--		51,072	58,000
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



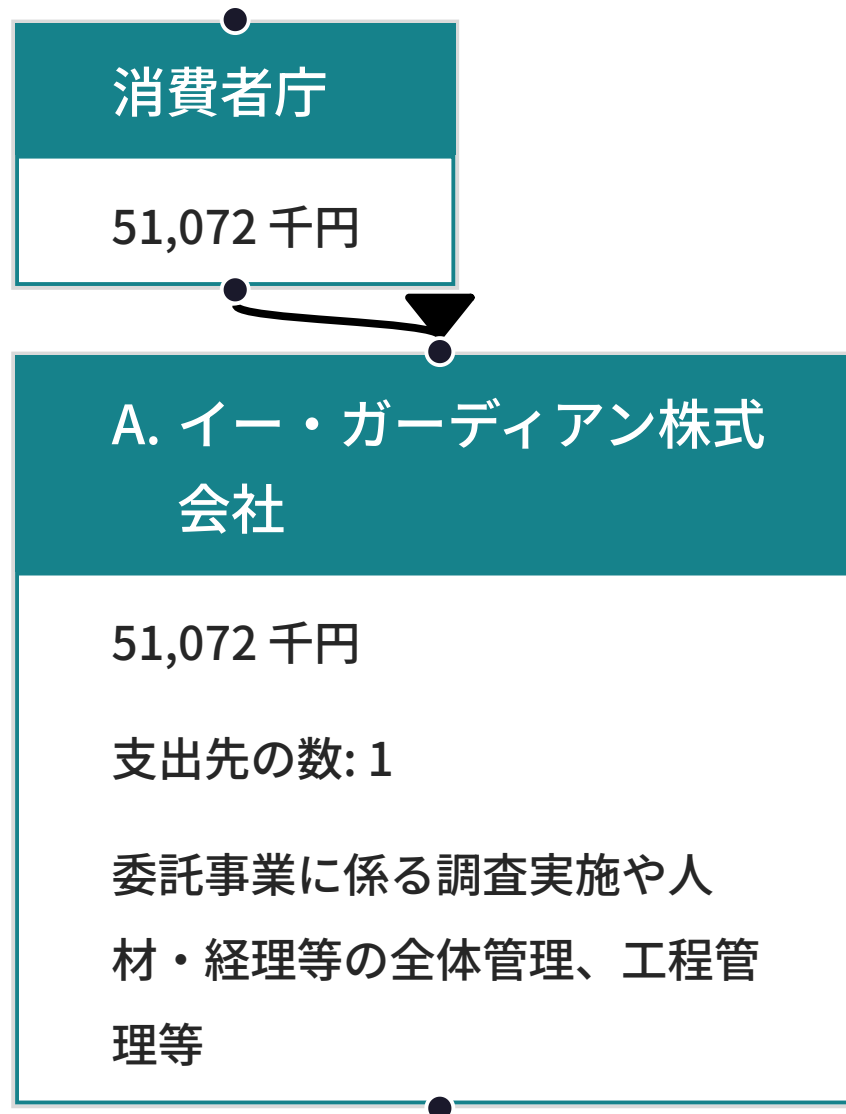
アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	特定商取引法の違反事業者に対する行政処分等の要否を検討するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査業務の一部を外部に委託する。				
アウトプット	活動目標	インターネット通信販売等における特定商取引法に基づく広告表示義務等の調査を年間15,000件以上行う。		活動指標	インターネット通信販売等適正化事業の調査業務委託先による特定商取引法に基づく総調査数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	15,000	15,000	15,000	15,000
	活動実績／成果実績(件)	15,234	18,335	15,052	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	総調査数のうち特定商取引法違反のおそれがある事例（令和5年度報告数：3,215件）について委託業者から報告を受けた後、消費者庁において同法の違反の該当性について適正な調査を行い、注意喚起等必要な措置を検討、実施。				
短期アウトカム	成果目標	特定商取引法違反事業者の違反行為解消が図られる。		成果指標	調査業務委託先からの報告を基に、消費者庁から販売事業者等に対して行った注意喚起
	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	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)	1,340	668	1,552	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	調査結果を基に実施した注意喚起により事業者の違反行為の解消が図られることを期待。				

長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	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	公正な取引の確保による消費者利益の確保の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	令和５年度は、インターネット通信販売等の広告表示等について15,052件のモニタリング調査を行い、委託事業からの報告を受けて消費者庁は、特定商取引法に基づき、通信販売事業者に対して、外部委託による調達も有効に活用しながら、国として1,552件の注意喚起（前年度668件）を行った。この結果、インターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の拡大を適切に防止することができた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	短期アウトカムの注意喚起については年度の目標数を設定しているわけではないが、注意喚起によりインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の拡大を適切に防止することができた。		
	改善の方向性	引き続き、インターネット通信販売等について必要な調査を行い、特定商取引法の厳正な執行によるインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の防止を図る。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	予算執行率については改善が図られ、特定商取引法違反に係る注意喚起件数も増加しているところ、引き続きアウトカムに資する効果的、効率的は予算執行に努められたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、インターネット通信販売等について必要な調査を行い、特定商取引法の厳正な執行によるインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の防止に務める。		
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	イー・ガーディアン株式会社			51,072	1	委託事業に係る調査実施や人材・経理等の全体管理、工程管理等
	支出先名			支出額	法人番号		
	イー・ガーディアン東北株式会社			47,491	7370001021927		
	契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	インターネット通信販売等適正化事業の業務に係る再委託 その他(再委託)			47,491	0	--	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	イー・ガーディアン株式会社			3,581	2010401066249		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
インターネット通信販売等適正化事業 一般競争契約（総合評価）			3,581	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	イー・ガーディアン東北株式会社	インターネット通信販売等適正化事業の業務に係る再委託	委託調査費	（再委託）特定商取引法の広告表示義務の遵守状況等に係る調査・分析	47,491

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

その他備考

--

消費者取引の対策

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 取引対策課				
	作成責任者	伊藤正雄				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000478	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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		(20) 消費者取引の対策		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	特定商取引法及び預託法を適切に執行し、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等の規制対象取引に係る法違反行為に厳正かつ適切に対処することにより、取引の公正の確保及び消費者被害の防止を図る。				
	現状・課題	訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等について、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的、効率的に対応するため、本事業において違反と特定された事例に対して、特定商取引法及び預託法に基づき厳正かつ適切に対処している。				
	事業の概要	消費者を取り巻く商取引の形態や手法の変化を的確に捉え、消費者被害の発生を防止するための方策を検討する調査等を行う。また、特定商取引法等の所管法令に基づき、地方経済産業局と一丸となって、違反事業者に対する行政処分(業務停止命令・指示、その取締役らに対する業務禁止命令)等の法執行を厳正かつ適切に行う。				
	事業概要URL	https://www.no-trouble.caa.go.jp/				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	特定商取引に関する法律	昭和五十一年法律第五十七号		--	--	--
	預託等取引に関する法律	昭和六十一年法律第六十二号		--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	消費者基本計画（令和3年6月15日改訂）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf				
	消費者基本計画工程表（令和5年6月13日改訂） 重点項目2	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf				
実施方法	直接実施					

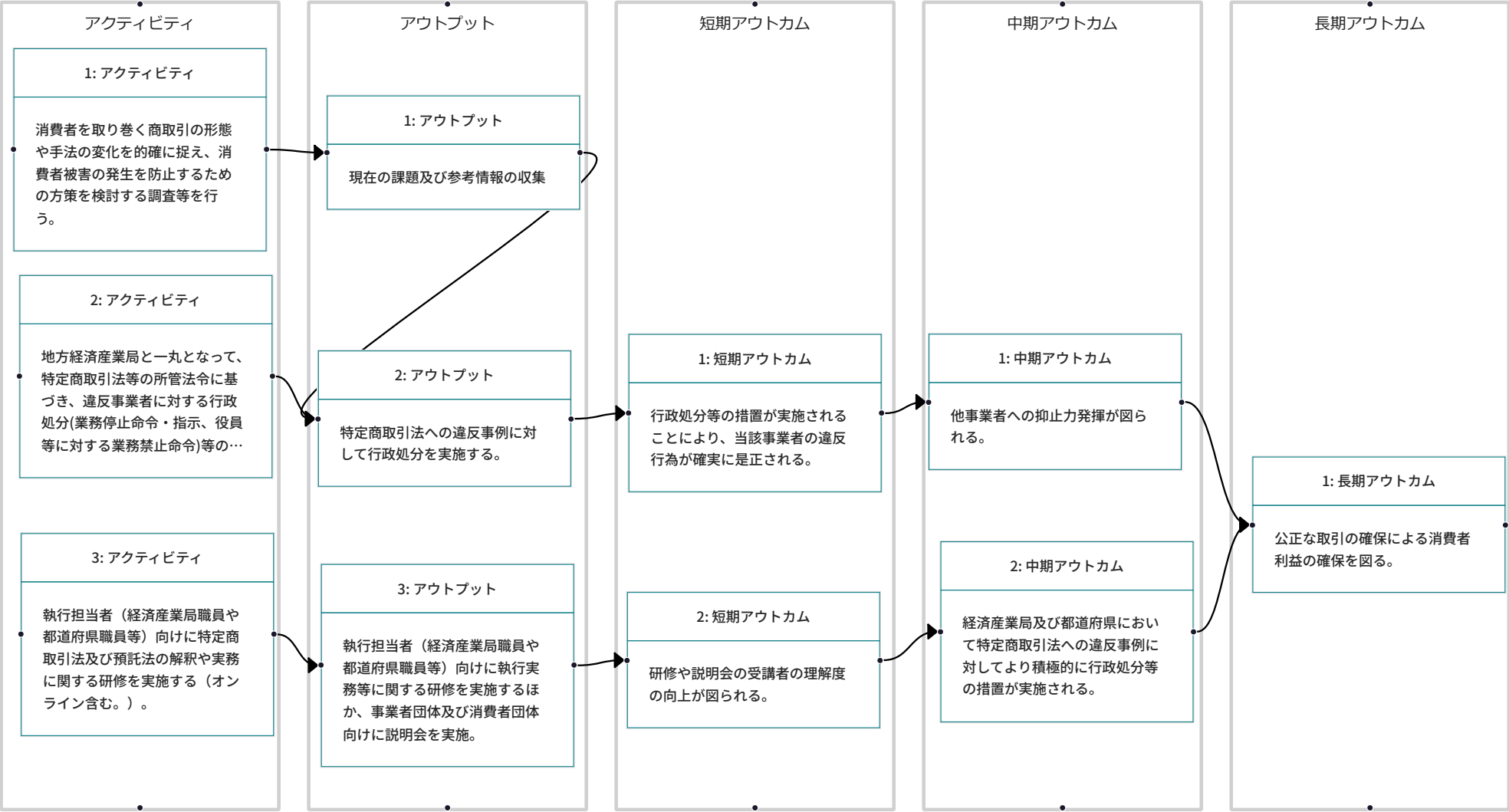
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	123,268	146,295	169,063	197,719
	当初予算		147,367	158,029	179,640	167,997	--
	補正予算		--	35,000	34,632	--	--
	前年度から繰越し		27,000	--	35,000	34,632	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		174,367	193,029	249,272	202,629	0
	執行額		114,000	124,000	187,884	--	--
	執行率		65.4%	64.2%	75.4%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	45,000	--	
		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		--	114,725	109,402
		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		--	38,592	72,548
		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		--	8,666	10,032
		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		--	5,002	5,011
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費				
		当初予算		--	1,012	726
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				
		前年度から繰越し		--	34,632	--
			--			

主な増減理由	社会のデジタル化が急速に進展しつつある現代社会において、消費者を取り巻く商取引の形態や手法等の変化を的確に捉えて、消費者の利便性を確保しつつ、同時に消費者被害の発生を防止するための方策を検討していく必要があるため取引実態の調査を行い、特定商取引法等における執行や企画・立案の参考とするため、新規に調査費を要求。 また、特定商取引法等に規定されている販売業者等が契約締結時等に交付する契約書面等の電磁的方法による提供について課題を収集し、制度の改善を検討するため、合わせて調査費を要求。	その他特記事項	デジタル化の進展による商取引の形態や手法等の変化を踏まえ、令和5年9月に、「デジタル班」を設置し、法改正も踏まえ、行政処分等の事務処理を迅速化することで、通販に関する執行強化を図った。 また、令和5年度予算より、特定商取引法の関連で5件の調査を実施し、政府による規制の状況や事業者等の自主的な取組、一律の行為規制による影響の把握方法など様々なエビデンスを幅広く収集し、デジタル化時代における消費者取引対策に活用することとしている。
---------------	--	----------------	---



アクティビティからの発現経路 1-1-2-1-1-1

アクティビティ	消費者を取り巻く商取引の形態や手法の変化を的確に捉え、消費者被害の発生を防止するための方策を検討する調査等を行う。				
アウトプット	活動目標	現在の課題及び参考情報の収集		活動指標	収集した情報の執行への活用度合い
	定性的なアウトカムに関する成果実績	委託調査で得た情報を執行担当者の知見を広げる形で活用		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	現在の課題及び参考情報の収集により得られた知見を執行に活用することにより違反事例に対する行政処分等の措置を適切に実施。				
アウトプット	活動目標	特定商取引法への違反事例に対して行政処分を実施する。		活動指標	国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	41	34	95	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	違反事業者に対して行政処分等の措置を実施することにより、措置の対象となった違反行為の確実な是正が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	行政処分等の措置が実施されることにより、当該事業者の違反行為が確実に是正される。		成果指標	違反行為の解消
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分等の措置を実施した結果、違反行為が是正された。		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	違反行為の解消は事件ごとに様々であり、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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	特定商取引法に基づき実施した個別事案の行政処分について消費者庁ホームページ等において公表する。				
中期アウトカム	成果目標	他事業者への抑止力発揮が図られる。		成果指標	抑止効果による消費者被害の未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	抑止効果による消費者被害の未然防止が図られた。		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	抑止効果によってどの程度、消費者被害防止につながったか、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	他事業者への抑止効果によって、消費者被害が防止されると、公正な取引が確保される。				
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。		成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。		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	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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 2-2-1-1-1

アクティビティ	地方経済産業局と一丸となって、特定商取引法等の所管法令に基づき、違反事業者に対する行政処分(業務停止命令・指示、役員等に対する業務禁止命令)等の措置を厳正かつ適切に行う。				
アウトプット	活動目標	特定商取引法への違反事例に対して行政処分を実施する。		活動指標	国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	41	34	95	--
 後続アウトカムへのつながり	違反事業者に対して行政処分等の措置を実施することにより、措置の対象となった違反行為の確実な是正が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	行政処分等の措置が実施されることにより、当該事業者の違反行為が確実に是正される。		成果指標	違反行為の解消
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分等の措置を実施した結果、違反行為が是正された。		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	違反行為の解消は事件ごとに様々であり、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	特定商取引法に基づき実施した個別事案の行政処分について消費者庁ホームページ等において公表する。				

中期アウトカム	成果目標	他事業者への抑止力発揮が図られる。	成果指標	抑止効果による消費者被害の未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	抑止効果による消費者被害の未然防止が図られた。	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	抑止効果によってどの程度、消費者被害防止につながったか、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	他事業者への抑止効果によって、消費者被害が防止されると、公正な取引が確保される。			
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	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	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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 3-3-2-2-1

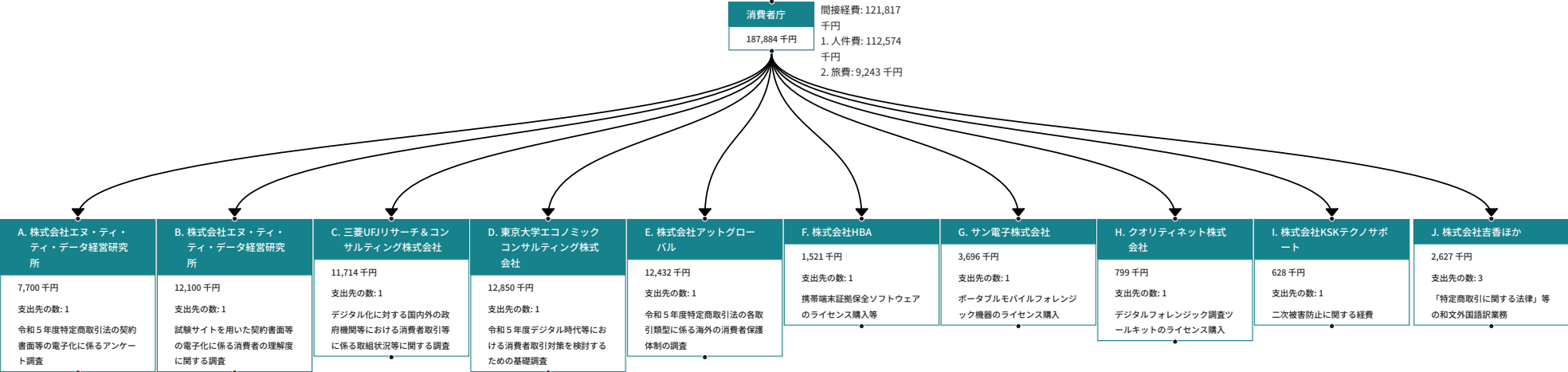
アクティビティ	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）向けに特定商取引法及び預託法の解釈や実務に関する研修を実施する（オンライン含む。）。			
アウトプット	活動目標	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）向けに執行実務等に関する研修を実施するほか、事業者団体及び消費者団体向けに説明会を実施。	活動指標	研修の受講者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)		--	300
	活動実績／成果実績(人)		751	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）の特定商取引法及び預託法の法解釈や執行技術に関する理解を深める。			
短期アウトカム	成果目標	研修や説明会の受講者の理解度の向上が図られる。	成果指標	研修や説明会の受講者の内容の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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	
	活動実績／成果実績(%)		--	
	達成率(%)		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）において特定商取引法等に基づく執行の強化が図られる。			

中期アウトカム	成果目標	経済産業局及び都道府県において特定商取引法への違反事例に対してより積極的に行政処分等の措置が実施される。		成果指標	地方経済産業局及び都道府県による特定商取引法に基づく行政処分件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	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)	49	70	47	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	経済産業局及び都道府県において特定商取引法への違反事例に対してより積極的に行政処分等の措置が実施されると、違反行為が解消されて公正な取引が確保される。				
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。		成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。		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	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	令和５年度は、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的、効率的に対応するため、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、法と証拠に基づいて厳正かつ適切に対処した。具体的には、令和５年度において、特定商取引法及び預託法に基づき、国として95件の行政処分を行い、消費者被害を効果的に防止することができた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	3-3-2-2-1の中期アウトカムの実績である行政処分については年度の目標数を設定しているわけではないが、地方経済産業局や都道府県による特定商取引法の行政処分により消費者被害を効果的に防止することができた。		
	改善の方向性	引き続き、特定商取引法や預託法等の所管法令を厳正かつ適切に執行し、悪質事業者による消費者被害の防止を図る。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	定性的な成果指標を設定した事業		
	所見	①特定分野のトラブルに対する対策として特殊な技術の習得を必要とする分野かと思われたが、むしろ際限なく現れる最新のトラブルの実態をいち早く察知した職員が力を発揮する事業分野であり、事業費の大部分を人件費が占めることの意味もそこにあると理解した。事業の持つ特殊性を踏まえて、最新情報の取得、職員に対する研修に重点をおいた事業展開を推し進めていただきたい。 ②行政処分の積極化と抑止効果の関係は一般論としてつながっているとはいえるが、因果が複雑なので指標にしにくいのはそのとおりである。その上で、処分件数が増えればその分抑止効果が低いのではないかと、という指摘がなされ得るので、こういった関係を表現するのは難しい。発覚率への言及ができるのであれば、多少の説明が可能であると思うが、暗数それ自体が表現できないのでやはり困難と思われる。サンクションの重さも重要な要因であり、立法上の課題であると思われる。 ③デジタル化の進展による商取引の形態や手法等の変化を踏まえ、新たな組織（デジタル班）の設置等、本事業で記載されている主なアクティビティに加えた多面的な取組が行われていることが議論の過程で理解できた。これらは重要な情報であり、行政事業レビューシートにおいても、多面的な取組を、「その他特記事項」で補足する等、透明性を高める工夫も必要ではないか。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札（総合評価）における一者応札解消のため、仕様書や技術等評価項目の見直し、業務の実施期間を十分に確保するなど複数の応札者が見込めるよう検討されたい。
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	①現状通り、職員に対する研修を実施し、端緒情報の取得に関する内容を含め、法解釈や執行技術の向上に努める。 ②現状通り、所管法令と証拠に基づき、悪質事業者に対して厳正かつ適正な執行を行い、消費者被害の防止を図る。 ③御指摘を踏まえ、「その他特記事項」欄で補足を行った。		

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	7,700	1	令和5年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所		7,700	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
	令和5年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査 一般競争契約（総合評価）		7,700	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	
	B	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	12,100	1	試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所		12,100	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
	試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査 一般競争契約（総合評価）		12,100	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	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社	11,714	1	デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査	
	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式会社		11,714	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
	デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査 一般競争契約（総合評価）		11,714	1	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	

D	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	1	令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査		
	支出先名	支出額	法人番号			
	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	8010001211397			
	契約概要（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年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査 一般競争契約（総合評価）	12,850	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	株式会社アットグローバル	12,432	1	令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社アットグローバル	12,432	3010501025764			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査 一般競争契約（総合評価）	12,432	1	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	株式会社HBA	1,521	1	携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社H B A	1,521	8430001022439			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等 一般競争契約（最低価格）	1,521	2	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
G	サン電子株式会社	3,696	1	ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入		

支出先名		支出額	法人番号		
サン電子株式会社		3,696	5180001087444		
	契約概要（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
	ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入 一般競争契約（最低価格）	3,696	2	--	--
先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
クオリティネット株式会社		799	1	デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入	
支出先名		支出額	法人番号		
クオリティネット株式会社		799	7011101029722		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入 随意契約（その他）	799	--	--	--
先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
株式会社KSKテクノサポート		628	1	二次被害防止に関する経費	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社K S Kテクノサポート		628	8013401002465		
	契約概要（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
	二次被害防止に関する経費 随意契約（少額）	628	--	--	--
先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
株式会社吉香ほか		2,627	3	「特定商取引に関する法律」等の和文外国語訳業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社吉香		1,428	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

		「特定商取引に関する法律」の和文外国語訳業務 随意契約（少額）	1,428	0	--	--
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社インターグループ	878	8120001060882		
		契約概要（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
		「特定商取引に関する法律施行規則」に係る和文英訳業務 随意契約（少額）	878	0	--	--
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社十印	321	3010401048213		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		「特定商取引に関する法律」の和文中国語訳業務 随意契約（少額）	321	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	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	令和５年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査	委託費	令和５年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査	7,700
	B	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査	委託費	試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査	12,100
	C	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査	委託費	デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査	11,714
	D	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査	委託費	令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査	12,850
	E	株式会社アットグローバル	令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査	委託費	令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査	12,432
	F	株式会社ＨＢＡ	携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等	備品等	携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等	1,521
	G	サン電子株式会社	ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入	備品等	ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入	3,696
	H	クオリティネット株式会社	デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入	備品等	デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入	799
	I	株式会社ＫＳＫテクノサポート	二次被害防止に関する経費	委託費	二次被害防止に関する経費	628
	J	株式会社吉香	「特定商取引に関する法律」の和文外国語訳業務	委託費	「特定商取引に関する法律」の和文韓国語訳業務	482
	--	--	--	委託費	「特定商取引法施行令」の和文英訳業務	325
	--	--	--	委託費	「預託等取引に関する法律」等の和文英訳業務	526
	--	--	--	委託費	「特定商取引法施行令」の和文英訳業務に係る契約変更に伴う負担行為増	95
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名		契約額	法人番号	
		--		--	--	

その他備考

--

取引デジタルプラットフォームにおける消費者利益保護等推進事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 取引対策課 取引デジタルプラットフォーム消費者保護室				
	作成責任者	落合英紀				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	005581	事業開始年度	2022	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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		(21) 取引デジタルプラットフォーム（DPF）における消費者利益保護等推進事業		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	本事業は、取引デジタルプラットフォーム（以下「取引DPF」という。）を利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者（以下「取引DPF提供者」という。）の協力を確保し、もって取引DPFを利用する消費者に係る消費者被害の減少を目的とするものである。				
	現状・課題	令和4年5月に施行された取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（以下「法」という。）に基づき、取引DPF提供者には法第3条第1項に基づく取組、同条第2項に基づく当該取組状況の開示の実施を促す必要がある。また、消費者が取引を行う際に取引DPF提供者による取組の開示の状況等を参照して、より積極的な取組を行っている取引DPF提供者が提供する取引DPFの選択を可能とする必要がある。				
	事業の概要	本事業は、取引DPF提供者による法第3条第1項及び第2項に基づく取組を促進する観点から、法の運用状況に関する調査等を実施する。運用状況については、取引DPF提供者を構成員とする団体、消費者団体、関係行政機関等から構成される取引デジタルプラットフォーム官民協議会（以下「官民協議会」という。官民協議会の事務局は消費者庁。）において審議する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/digital_platform/				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律第3条第1項及び第2項並びに第5条、第6条、第7条	令和3年法律第32号		--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL				
	・消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定）第5章3．（2）①	--				
	・消費者基本計画工程表（令和2年7月7日消費者政策会議決定、令和6年6月14日改定）重点項目12	--				

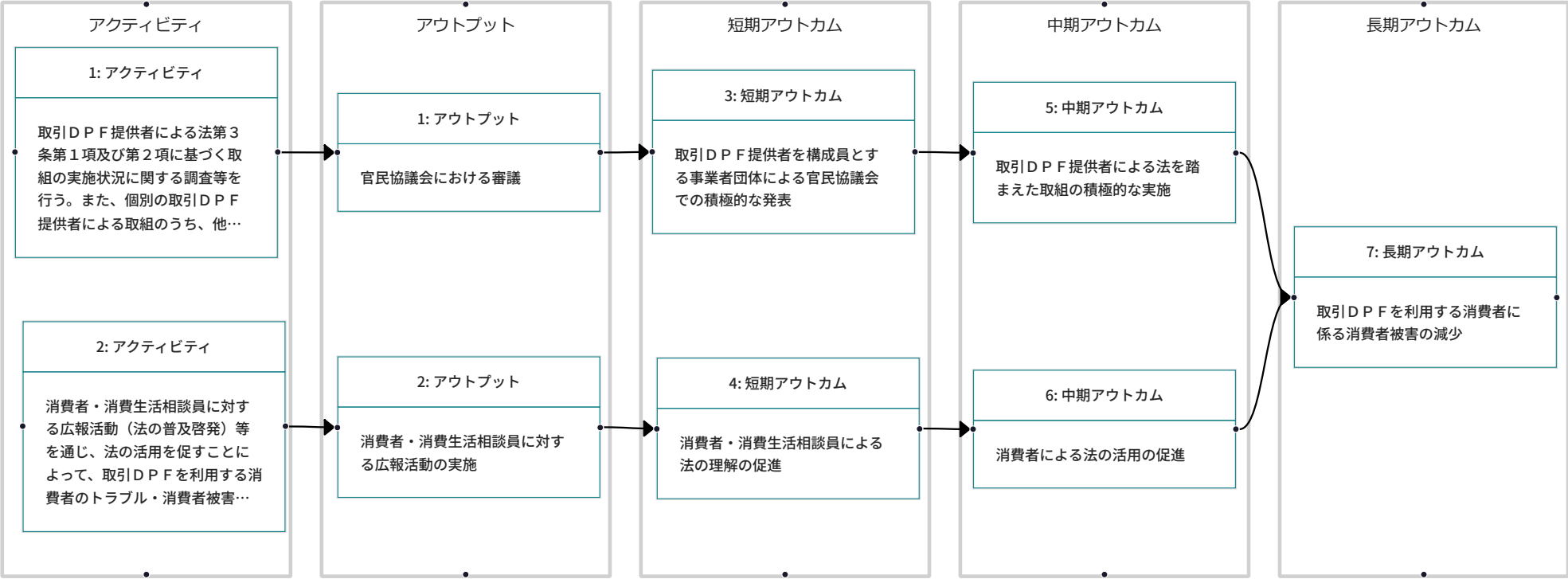
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025		
	要求額		--	115,000	110,779	107,376		
	当初予算		120,000	115,000	110,918	--		
	補正予算		--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--		
	計		120,000	115,000	110,918	0		
	執行額		88,000	63,386	--	--		
	執行率		73.3%	55.1%	--	--		
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	--		6,824		--	
		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 諸謝金			--		520	520
		当初予算 消費者政策費 職員旅費			--		2,037	2,037
		当初予算 消費者政策費 非常勤職員手当			--		12,346	12,312
		当初予算 消費者政策費 消費者政策調査費			--		96,015	92,507
	主な増減理由		前年度限りの経費（印刷製本費）の削減等の見直しを行ったため。			その他特記事項	--	

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-3-5-7

アクティビティ	取引ＤＰＦ提供者による法第３条第１項及び第２項に基づく取組の実施状況に関する調査等を行う。また、個別の取引ＤＰＦ提供者による取組のうち、他の取引ＤＰＦ提供者が参照して行うことが期待される取組（望ましい取組）の実施状況については、取引ＤＰＦ提供者自身による積極的な公表を促す。 これらの取組の状況については、定期的に官民協議会において審議する。			
アウトプット	活動目標	官民協議会における審議	活動指標	官民協議会の開催回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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)	2	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会においては、事業者団体、消費者団体、関係行政機関等が参加して公開で開催されるところ、この場において取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体が発表することによって取引ＤＰＦ提供者による積極的な取組につなげる。			
短期アウトカム	成果目標	取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体による官民協議会での積極的な発表	成果指標	官民協議会で発表を実施した取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(者)	7	7	--
	活動実績／成果実績(者)	6	5	--
	達成率(%)	85.7	71.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会における取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体による積極的な発表及び他の構成員との意見交換等を通じ、取引ＤＰＦ提供者による法を踏まえた取組の状況の自主的な開示につなげる。			

中期アウトカム	成果目標	取引ＤＰＦ提供者による法を踏まえた取組の積極的な実施		成果指標	法第３条第２項に基づき取組を開示している取引ＤＰＦ提供者の数
	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	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(者)		7	14	--
	活動実績／成果実績(者)		13	13	--
	達成率(%)		185.7	92.9	--
 後続アウトカムへのつながり	法に基づく取組を行い、その状況を開示する取引ＤＰＦ提供者が運営する取引ＤＰＦを消費者が取引の際に選択することによって、消費者被害の減少につなげる。				
長期アウトカム	成果目標	取引ＤＰＦを利用する消費者に係る消費者被害の減少		成果指標	PIO-NETにおける取引ＤＰＦに関する相談件数
	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）	PIO-NETの相談件数のうち、「他業者区分」に「04. プラットフォーマー」が登録されている相談件数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2022年度	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)		33,196	34,985	--
	達成率(%)		--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-4-6-7

アクティビティ	消費者・消費生活相談員に対する広報活動（法の普及啓発）等を通じ、法の活用を促すことによって、取引ＤＰＦを利用する消費者のトラブル・消費者被害の減少を図る。				
アウトプット	活動目標	消費者・消費生活相談員に対する広報活動の実施		活動指標	消費生活相談員等向けの研修会の開催回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	
	当初見込み／目標値(回)	1		2	
	活動実績／成果実績(回)	2		2	
↓ 後続アウトカムへのつながり	広報の実施により、消費者・消費生活相談員による法の認知度の向上につなげる。				
短期アウトカム	成果目標	消費者・消費生活相談員による法の理解の促進		成果指標	消費者による法の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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		目標年度 2023年度	
	当初見込み／目標値(%)	3		7.5	
	活動実績／成果実績(%)	4.7		7.1	
	達成率(%)	156.7		94.7	
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者・消費生活相談員による法の認知度を向上させることによって、消費者による法の活用につなげる。				

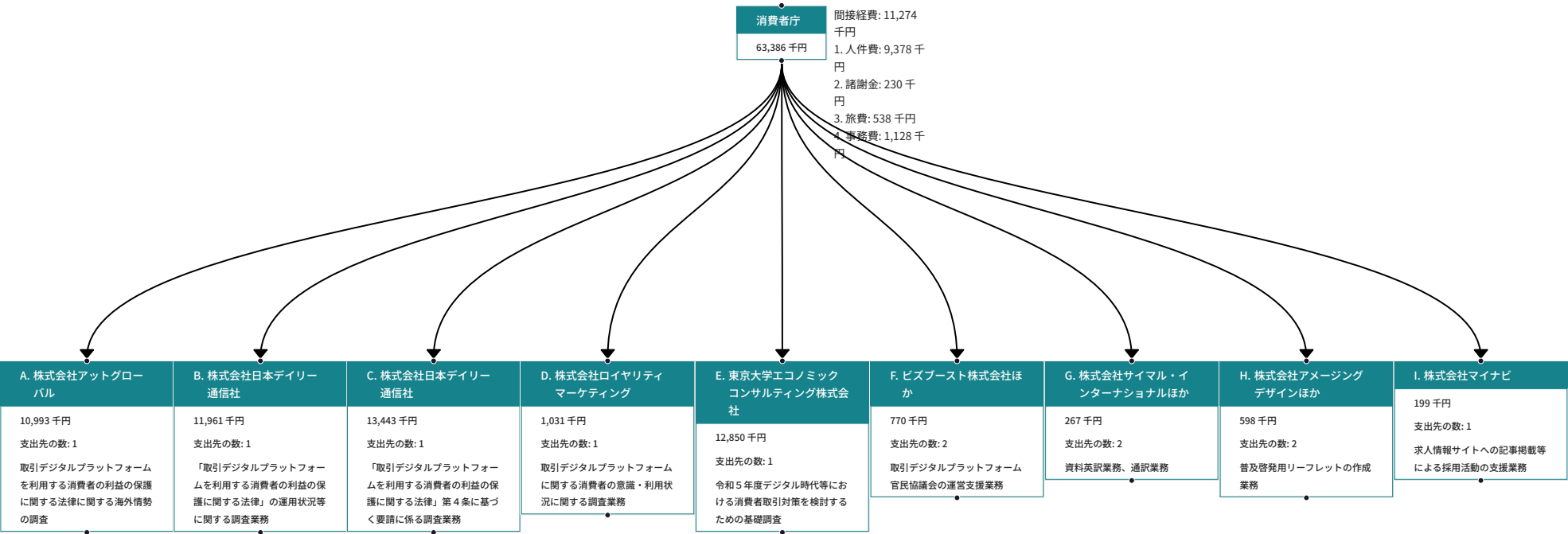
中期アウトカム	成果目標	消費者による法の活用の促進	成果指標	法第5条に基づく開示請求の件数 (※)実績値は2023年度上半期実績(9件)を基に見込みで記載
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	14	14	--
	活動実績／成果実績(件)	9	18	--
	達成率(%)	64.3	128.6	--
 後続アウトカムへのつながり	取引D P Fを利用する消費者がトラブルにあった場合、法を活用することによって当該トラブルを自ら解決し、消費者被害の減少につなげる。			
長期アウトカム	成果目標	取引D P Fを利用する消費者に係る消費者被害の減少	成果指標	PIO-NETにおける取引D P Fに関する相談件数
	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)	PIO-NETの相談件数のうち、「他業者区分」に「04.プラットフォーム」が登録されている相談件数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	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)	33,196	34,985	--
	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	2023年度は官民協議会を2回開催（6月及び11月）し、取引D P F提供者による法を踏まえた取組の状況等について審議を実施した。取引D P F提供者による取組の自主的な開示も実施されるなど、法に基づく取組が着実に進められていると評価できる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	点検結果に記載のとおり		
	改善の方向性	2024年度においても、取引D P Fを利用して行われる通信販売取引の適正化等を図るため、引き続き、取引D P F消費者保護法の適切な運用に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	--
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努め、執行率についても向上するように検討すること。なお、一般競争入札におけ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	執行率の向上に努めるとともに、効率的・効果的な予算執行を図る。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

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	株式会社アットグローバル	10,993	1	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律に関する海外情勢の調査		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社アットグローバル		10,993	3010501025764		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律に関する海外情勢の調査 一般競争契約（総合評価）		10,993	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	株式会社日本デیلیー通信社	11,961	1	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社日本デیلیー通信社		11,961	7013301009883		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）		11,961	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	株式会社日本デیلیー通信社	13,443	1	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第4条に基づく要請に係る調査業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社日本デیلیー通信社		13,443	7013301009883		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第4条に基づく要請に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）		13,443	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	株式会社ロイヤリティマーケティング	1,031	1	取引デジタルプラットフォームに関する消費者の意識・利用状況に関する調査業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ロイヤリティマーケティング	1,031	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	
	取引デジタルプラットフォームに関する消費者の意識・利用状況に関する調査業務 一般競争契約（最低価格）	1,031	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		
E	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	1	令和5年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査		
	支出先名	支出額	法人番号			
	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	8010001211397			
	契約概要（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年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査（※取引対策課への予算流用） 一般競争契約（総合評価）	12,850	1	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	ビズブースト株式会社ほか	770	2	取引デジタルプラットフォーム官民協議会の運営支援業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	ビズブースト株式会社	660	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	
	運営支援業務 随意契約（少額）	660	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	扶桑速記印刷株式会社	110	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
		速記業務 随意契約（少額）	110	1	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	株式会社サイマル・インターナショナルほか		267	2	資料英訳業務、通訳業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社サイマル・インターナショナル		195	6010001109206		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		資料英訳業務、通訳業務 随意契約（少額）	195	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社サイマリングル		72	2010001106108		
		契約概要（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
		通訳業務 随意契約（少額）	72	1	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	株式会社アメージングデザインほか		598	2	普及啓発用リーフレットの作成業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社アメージングデザイン		405	3011801024233		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		原稿作成業務、印刷業務 随意契約（少額）	405	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	朝日梱包株式会社		193	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

			梱包発送業務 随意契約（少額）	193	1	--	--	
	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	I	株式会社マイナビ		199	1	求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援業務		
		支出先名		支出額	法人番号			
		株式会社マイナビ		199	3010001029968			
		契約概要（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	
		求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援業務 随意契約（少額）		199	1	--	--	
費目・使途 （単位：千円）		支出先名		契約概要（契約名）		費目	使途	金額
	--	--		--		--	--	--
国庫債務負担行為等による契約 先リスト （単位：千円）		契約先名			契約額	法人番号		
		--			--	--		

その他備考

--

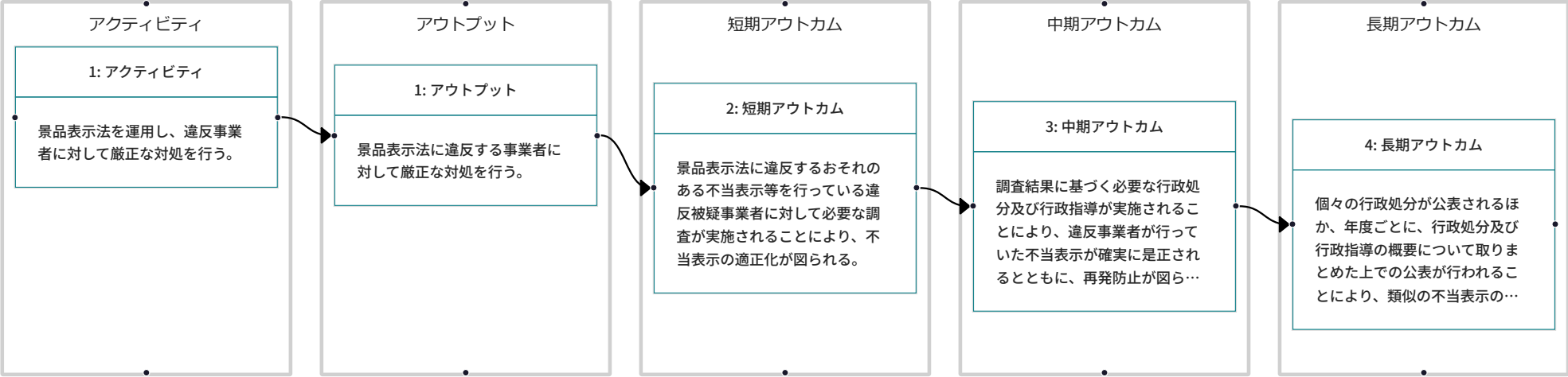
不当表示等違反事件調査

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁						
	事業所管課室	消費者庁 表示対策課						
	作成責任者	高居良平						
	その他担当組織	--						
基本情報	予算事業ID	000479	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	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		(22) 不当表示等違反事件調査		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/		
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	本事業は、景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行うとともに、違反行為等について公表することにより、一般消費者の注意を喚起し、消費者利益を確保することを目的とする。						
	現状・課題	引き続き、景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行っていくことが必要である。						
	事業の概要	景品表示法を運用し、違反行為に対して厳正に対処する。						
	事業概要URL	--						
根拠法令	法令名			法令番号	条	項	号・号の細分	
	不当景品類及び不当表示防止法			昭和三十七年法律第百三十四号	--	--	--	
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL						
	消費者基本計画工程表			--				
	施策番号 I（2）③ア、I（2）④ア、II（4）②、II（4）③			--				
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		--	102,000	100,500	83,000	83,417		
	当初予算		63,000	62,000	84,000	84,828	--		
	補正予算		△200	71,000	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	71,000	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		62,800	133,000	155,000	84,828	0		
	執行額		47,000	47,000	119,145	--	--		
	執行率		74.8%	35.3%	76.9%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		--		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 参考人等旅費				--		62	62
		当初予算 景品表示法違反事件調査経費 非常勤職員手当				--		70,413	69,002
		当初予算 景品表示法違反事件調査経費 審査活動費				--		8,119	8,119
		当初予算 景品表示法違反事件調査経費 委員等旅費				--		352	352
		当初予算 景品表示法違反事件調査経費 審査活動旅費				--		4,814	4,814
		当初予算 景品表示法違反事件調査経費 諸謝金				--		1,068	1,068
		主な増減理由		非常勤職員手当の見直し			その他特記事項	--	



アクティビティからの発現経路 1-1-2-3-4

アクティビティ	景品表示法を運用し、違反事業者に対して厳正な対処を行う。				
アウトプット	活動目標	景品表示法に違反する事業者に対して厳正な対処を行う。		活動指標	措置命令件数、課徴金納付命令件数、指導件数
	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	--	--	--	--
	活動実績／成果実績	228	170	141	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っている違反被疑事業者に対して必要な調査が実施されることにより、不当表示の適正化が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っている違反被疑事業者に対して必要な調査が実施されることにより、不当表示の適正化が図られる。		成果指標	不当表示の適正化
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度においては、景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っていた違反被疑事業者に対して必要な調査を実施した。（R5：229件、R4：274件、R3:374件）		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	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、定性的なアウトカムを設定している。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	景品表示法に基づく調査の結果として、同法に違反する、または違反するおそれのある行為について、違反事業者に対して行政処分（措置命令及び課徴金納付命令）や行政指導が行われることにより、処分等の対象となった不当表示が確実に是正されるとともに、再発防止が図られる。			
中期アウトカム	成果目標	調査結果に基づく必要な行政処分及び行政指導が実施されることにより、違反事業者が行っていた不当表示が確実に是正されるとともに、再発防止が図られる。	成果指標	不当表示の是正及び再発防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度においては、調査結果に基づき、違反事業者に対して、違反行為の差止め、違反行為の不作为命令、再発防止のために必要な措置、違反行為によって生じた一般消費者の誤認を排除するための措置など、個々の事案に応じて、不当表示の確実な是正及び再発防止に必要な措置を命じる行政処分（措置命令及び課徴金納付命令）や、行政指導を実施した。（R5：行政処分計56件、行政指導85件 R4：行政処分計58件、行政指導112件 R3：行政処分計56件、行政指導172件）	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	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	個々の行政処分が公表されるほか、年度ごとに、行政処分及び行政指導の概要について取りまとめた上での公表が行われることにより、類似の不当表示の適正化が図られるとともに、消費者に対する注意喚起が行われ、消費者利益が確保される。			

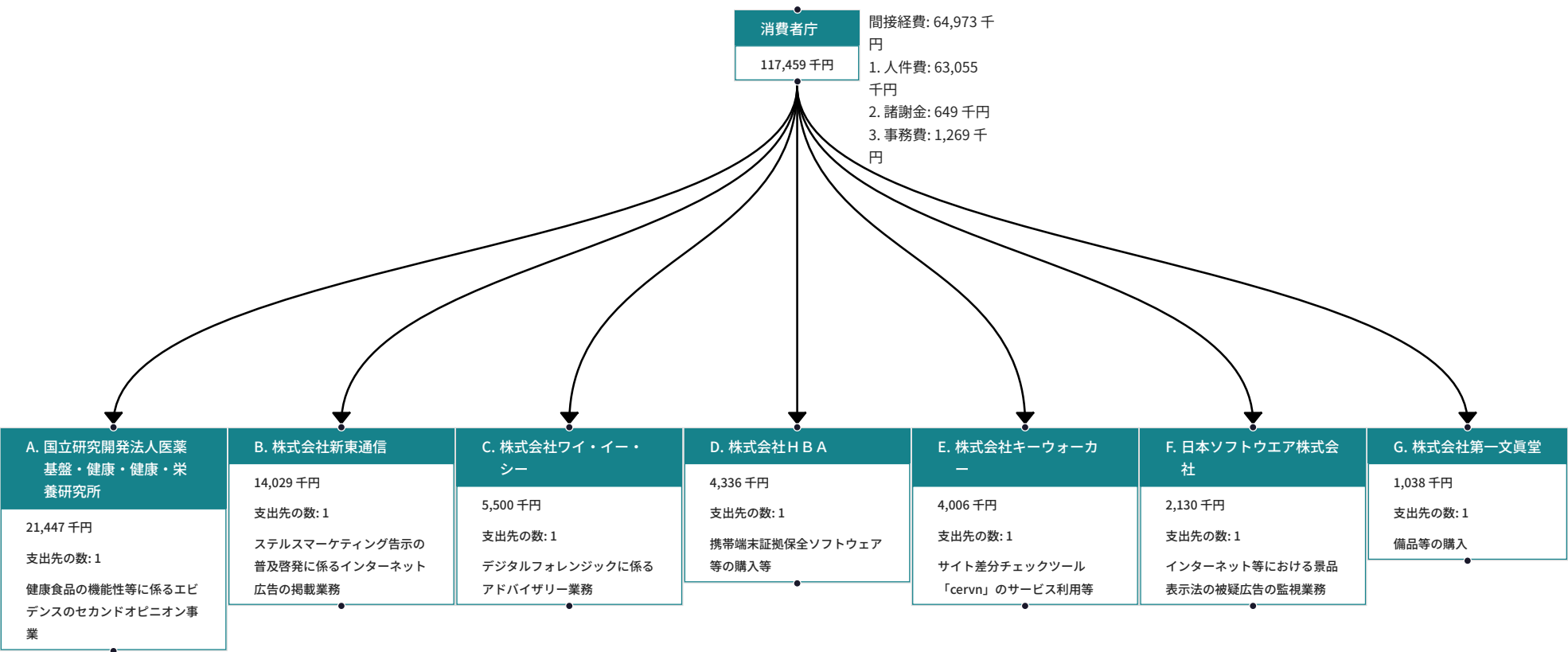
長期アウトカム	成果目標	個々の行政処分が公表されるほか、年度ごとに、行政処分及び行政指導の概要について取りまとめた上での公表が行われることにより、類似の不当表示の適正化が図られるとともに、消費者に対する注意喚起が行われ、消費者利益が確保される。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分（措置命令及び課徴金納付命令）については、いずれも処分時にその詳細について公表を行った。また、令和5年度の各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示についての適正化を図るとともに、消費者に対する注意喚起を行い、消費者利益の確保に努めた。	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	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	令和５年度においては、景品表示法に基づき、不当表示等に対して必要な調査を実施し（229件）、調査結果に基づく行政処分（措置命令・課徴金納付命令、計56件）及び行政指導を実施（85件）した。 また、行政処分については、いずれも処分時にその詳細について公表を行ったほか、各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示についての適正化を図るとともに、消費者に対する注意喚起を実施した。 これらにより、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保・消費者利益を確保するという目的の達成に十分寄与しているものとする。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	令和６年度においても、引き続き、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保し、消費者利益を確保するため、厳正な法執行に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、景品表示法に基づく対応とそれを通じた消費者利益の確保に向けて、効果的な事業の推進を図るため、必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、一般消費者の自主的かつ合理的な選択の確保と消費者利益の確保に向けて、効果的な事業の推進を図るため、事業の必要性・効率性・有効性を検討するとともに、更なる執行率の向上に努めていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A	国立研究開発法人医薬基盤・健康・健康・栄養研究所	21,447	1	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業		
	支出先名		支出額	法人番号			
	国立研究開発法人医薬基盤・健康・健康・栄養研究所		21,447	9120905002657			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業 随意契約（その他）		21,447	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	株式会社新東通信	14,029	1	ステルスマーケティング告示の普及啓発に係るインターネット広告の掲載業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社新東通信		14,029	1180001036792			
	契約概要（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	
	ステルスマーケティング告示の普及啓発に係るインターネット広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）		14,029	15	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C	株式会社ワイ・イー・シー	5,500	1	デジタルフォレンジックに係るアドバイザリー業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社ワイ・イー・シー		5,500	9012301002748			
	契約概要（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	
	デジタルフォレンジックに係るアドバイザリー業務 一般競争契約（最低価格）		5,500	1	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		

D	株式会社H B A	4,336	1	携帯端末証拠保全ソフトウェア等の購入等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社H B A	4,336	8430001022439			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	携帯端末証拠保全ソフトウェア（U F E D）等の購入 一般競争契約（最低価格）	1,962	1	--	--	
	携帯端末証拠保全ソフトウェア（M S A B）の購入等 一般競争契約（最低価格）	1,524	2	--	--	
	携帯端末証拠保全ソフトウェアの操作等研修 随意契約（少額）	850	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E	株式会社キーウォーカー	4,006	1	サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社キーウォーカー	4,006	6010401058119			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用 随意契約（その他）	3,010	--	--	--	
	サイト差分チェックツール「cervn」の追加機能の利用 随意契約（少額）	996	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	日本ソフトウェア株式会社	2,130	1	インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	日本ソフトウェア株式会社	2,130	7010001033371			
	契約概要（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	
	インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務 一般競争契約（最低価格）	2,130	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		
	G	株式会社第一文眞堂		1,038	1	備品等の購入		
		支出先名		支出額	法人番号			
		株式会社第一文眞堂		1,038	5010401017488			
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
		備品等の購入 随意契約（少額）		1,038	--	--	--	
費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途		金額	
	A	国立研究開発法人医薬基盤・健康・健康・栄養研究所	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業	調査事業費	調査に係る人件費		21,447	
	B	株式会社新東通信	ステルスマーケティング告示の普及啓発に係るインターネット広告の掲載業務	役務費	広告掲載に係る役務の提供		14,029	
	C	株式会社ワイ・イー・シー	デジタルフォレンジックに係るアドバイザー業務	役務費	デジタルフォレンジックに係る役務の提供		--	
	D	株式会社H B A	携帯端末証拠保全ソフトウェア（U F E D）等の購入	物品購入費	ソフトウェア等の購入		1,962	
	E	株式会社キーウォーカー	サイト差分チェックツール「ce rvn」のサービス利用	役務費	サービス提供		3,010	
	F	日本ソフトウェア株式会社	インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務	役務費	景品表示法の被疑広告の監視に係る役務の提供		2,130	
	G	株式会社第一文眞堂	備品等の購入	物品購入費	電子証拠収集用機材等の購入		1,038	
国庫債務負担行為等による契約 先リスト （単位：千円）		契約先名		契約額	法人番号			
		--		--	--			

その他備考

--

表示適正化のための普及・啓発等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁					
	事業所管課室	消費者庁 表示対策課					
	作成責任者	高居良平					
	その他担当組織	--					
基本情報	予算事業ID	000467	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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		(23) 表示適正化のための普及・啓発等			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	景品表示法を始めとする所管法令について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援、インターネット上の表示についての監視を行うなど、違反行為の未然防止等を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。					
	現状・課題	・近年、SNSを含めインターネット広告を掲載できる表示媒体の増加を通じて、インターネット広告市場の規模が拡大している。その結果、措置におけるインターネット広告の割合が年々増加する中、当庁に寄せられる法違反に係る申告件数も、毎年1割程度の増加が続いている。しかしながら、急増する申告件数に対して調査を行うリソースの増加が追いついておらず、対応できない事案が年々増加する傾向にある。インターネット広告市場の拡大が今後も予想される中で、引き続きそのような傾向が続くものと考えられる。そこで、このような状況に対応するため、不当表示への厳正な法執行に加え、不当表示の未然防止にも注力することにより、不当表示を減少させることが重要である。 ・具体的には、不当表示の未然防止策として、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣することなどとして、同法の普及啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応するなど法令遵守の取組を支援することにより、違反行為の未然防止を行う。また、講演を受けた事業者に対して「今後どのように活用するか」を聞き取ることにより、講演内容をどの程度未然防止に活用したかを把握して、活用割合を高めるような講演内容とするよう必要な見直しをするなど、更なる未然防止に向けた取組を行う。さらに、インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、違反を未然に防止するための体制を構築する。					
	事業の概要	・景品表示法、家庭用品品質表示法及び住宅品質確保法についての普及・啓発活動を実施し、事業者及び事業者団体における法令遵守の取組を積極的に支援する。 ・インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。					
	事業概要URL	--					

根拠法令	法令名		法令番号	条	項	号・号の細分
	不当景品類及び不当表示防止法		昭和三十七年法律第百三十四号	--	--	--
	家庭用品品質表示法		昭和三十七年法律第百四号	--	--	--
	住宅の品質確保の促進等に関する法律		平成十一年法律第八十一号	--	--	--
	健康増進法		平成十四年法律第百三号	第六十五条	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL			
	○消費者基本計画工程表（令和４年６月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（２）④ア、Ⅱ（４）②、Ⅱ（４）③		--			
	○「経済財政運営と改革の基本方針2022　新しい資本主義へ～課題解決を成長のエンジンに変え、持続可能な経済を実現～」（骨太方針2022）（令和４年６月７日閣議決定・抜粋）第３章の３		--			
	○新しい資本主義フォローアップ（令和４年６月７日閣議決定・抜粋）Ⅰ．の４．（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		--	112,000	266,026	158,000	133,877		
	当初予算		82,000	69,000	116,950	115,052	--		
	補正予算		39,000	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		17,000	40,000	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		138,000	109,000	116,950	115,052	0		
	執行額		72,000	107,800	55,733	--	--		
	執行率		52.2%	98.9%	47.7%	--	--		
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	--		27,000		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費				--		81,026	99,921
		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				--		23,671	23,600
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費				--		4,277	4,278
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費				--		2,697	2,697
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		1,904	1,904
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費				--		1,477	1,477
	主な増減理由		健康食品の表示の適正化を推進するための経費増			その他特記事項	--		



アクティビティからの発現経路 1-1-2-3-4

アクティビティ	事業者団体、消費者団体及び地方公共団体等が主催する景品表示法等に関する講演会等に講師派遣を行い、同法等の普及啓発活動を行う。				
アウトプット	活動目標	景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣するなどして、同法等の普及啓発を行う。		活動指標	講師派遣件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	101	172	201	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	参加者にとって分かりやすい講演会等が実施される。				
短期アウトカム	成果目標	講演会等の参加者が、景品表示法等について理解する。		成果指標	講演会等参加者の講演内容の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	講演会等の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果によれば、令和5年度に実施した講演会等の内容について、参加者の高い理解度が得られた。		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	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	84	97	95	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。				

中期アウトカム	成果目標	講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	講演会参加者の未然防止への活用度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	講演会等の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果によれば、令和5年度に実施した講演会等の内容について、参加者から、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう活用できる内容であったとの評価（高い活用度）が得られた。	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	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	86	84	--
	達成率(%)	86	84	--
 後続アウトカムへのつながり	講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。			
長期アウトカム	成果目標	講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	講演会等の内容について、理解度及び活用度ともに高い評価が得られ、景品表示法等の普及啓発の点から消費者利益の確保に努めた。	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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止され、消費者利益が確保されたかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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 2-5-6-7-8

アクティビティ	景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する。				
アウトプット	活動目標	景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する。		活動指標	相談対応件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	21,622	21,074	21,692	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。		成果指標	不当表示の適正化、未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和5年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行った。		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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。			
中期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	不当表示の適正化、未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和5年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行い、相談者の景品表示法等の理解の促進に努めた。	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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。			

長期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和５年度においても同等の水準となり、消費者利益の確保に努めた。	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	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然防止され、消費者利益が確保されたかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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 3-9-10-11-12

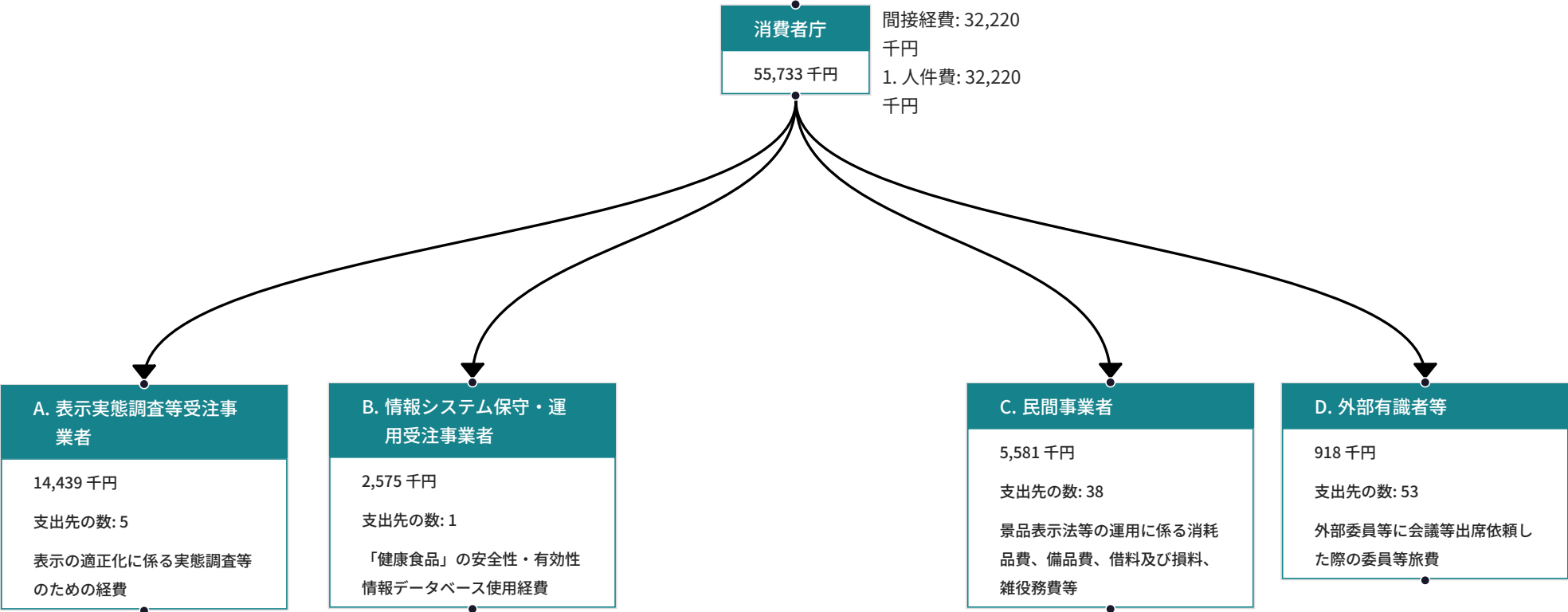
アクティビティ	インターネット上の虚偽・誇大表示などの健康増進法及び景品表示法の不当表示の可能性のある表示について監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。				
アウトプット	活動目標	インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、監視を行う。		活動指標	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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)	2,000		2,000	8,000
	活動実績／成果実績(件)	2,000		2,000	8,000
 後続アウトカムへのつながり	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務のうち、不当表示となるおそれがある等と判断された商品又は役務について、改善要請等が行われることにより、表示の改善が図られる。				
短期アウトカム	成果目標	改善要請が行われた商品又は役務の表示について、改善が図られる。		成果指標	健康増進法違反のおそれのある表示の改善件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	健康増進法に基づく監視の結果、同法違反となるおそれがある等と判断された商品について、改善要請を実施した（令和5年度：792件、令和4年度：810件、令和3年度：760件）。また、景品表示法に基づく監視の結果、景品表示法に留意して表示を行うよう注意喚起を行った（令和5年度：81件）。		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(件)	--	--	--	787
	活動実績／成果実績(件)	760	810	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--
 後続アウトカムへのつながり	改善要請等が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。				

中期アウトカム	成果目標	改善要請が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	不当表示の適正化、未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	改善要請が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止に努めた。	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	結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	改善要請等が行われることにより、改善要請等の対象となった表示又は役務について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。			
長期アウトカム	成果目標	改善要請等が行われることにより、改善要請等の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	改善要請等が行われることにより、改善要請等の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られることを通じて、消費者利益の確保に努めた。	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	結果としてどの程度の不当表示が実際に未然防止され、消費者利益が確保されたか測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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	令和5年度においては、景品表示法等に係る講演会等を199件行い、講演会等への参加者の理解度は95%、未然防止への活用度は84%と高水準であり、また、21,692件の事業者等からの事前相談に対応しており、不当表示の未然防止に寄与したといえる。 また、インターネット上の虚偽・誇大表示などの健康増進法及び景品表示法の不当表示の可能性のある表示について監視を行い、改善要請等を行うことにより違反行為の未然防止が図られた。 これらにより、違反行為の未然防止等を図ることにより、一般消費者の利益を保護するという目的の達成に十分寄与しているものとする。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	令和6年度においても、引き続き、不当表示の未然防止を図るため、景品表示法等について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援等を行うほか、インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適正な予算執行に努めること。 また、一般競争入札において一者応札となっているものは、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	適正な予算執行のため、必要性・効率性・有効性の観点から必要経費の見直しを行う。また、一般競争入札においては、事業開始時期や仕様書を見直すなどしながら、競争性を確保した方法を可能な限り採用する。		
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 表示実態調査等受注事業者		14,439	5	表示の適正化に係る実態調査等のための経費	
	支出先名		支出額	法人番号		
	ポールトゥウィン株式会社		14,267	4180001046442		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	令和5年度インターネット等におけるデジタル広告等の監視業務 一般競争契約（最低価格）		14,267	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	一般財団法人ボーケン品質評価機構		114	9120005014495		
	契約概要（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
	家庭用品（雑貨工業品）の製品性能試験 随意契約（少額）		59	--	--	--
	家庭用品（繊維製品）の成分分析試験 随意契約（少額）		55	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	一般財団法人日本文化用品安全試験所		58	6010605002384		
	契約概要（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
	家庭用品（雑貨工業品）の製品性能試験 随意契約（少額）		58	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 情報システム保守・運用受注事業者		2,575	1	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費	
	支出先名		支出額	法人番号		
	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所		2,575	9120905002657		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

		「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費 随意契約（その他）	2,575	--	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
C	民間事業者		5,581	38	景品表示法等の運用に係る消耗品費、備品費、借料及び損料、雑役 務費等	
支出先名			支出額	法人番号		
株式会社和幸印刷			2,659	8011101022206		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
冊子の印刷製本 随意契約（少額）			1,999	--	--	--
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）			660	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
日本通運株式会社			467	4010401022860		
契約概要（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
人事異動等に伴う執務室内の什器等移設作業 随意契約（少額）			467	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
第一企画株式会社			426	3100001004532		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ガイドブックのデザイン等作成 随意契約（少額）			364	--	--	--
パンフレットのデザイン等作成 随意契約（少額）			62	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社			334	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

	冊子の梱包発送業務 随意契約（少額）	226	--	--	--
	パンフレットの梱包発送業務 随意契約（少額）	108	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社第一文眞堂		330	5010401017488		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	備品等の購入 随意契約（少額）	329	--	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	1	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
富士テレコム株式会社		245	6011401007346		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	人事異動等に伴う執務室内の通信回線移設作業 随意契約（少額）	245	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社レイン		198	--		
	契約概要（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
	景品表示法普及啓発資料の和文英訳 随意契約（少額）	198	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社オカモトヤ		164	1010401006180		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	消耗品の購入 随意契約（少額）	129	--	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	22	--	--	--

	消耗品の購入 随意契約（少額）	13	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
有限会社創電社		157	4010502006218		
	契約概要（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
	人事異動等に伴う執務室内の電源等移設作業 随意契約（少額）	157	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社吉香		150	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
	法令等の翻訳作業 随意契約（少額）	150	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
その他		451	--		
	契約概要（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
	その他 随意契約（少額）	451	--	--	--
先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
外部有識者等		918	53	外部委員等に会議等出席依頼した際の委員等旅費	
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 A（個人）		51	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)	51	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 B（個人）		48	--		

	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)	48	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 C（個人）		44	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)	44	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 D（個人）		33	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)	33	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 E（個人）		33	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)	33	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 F（個人）		32	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)	32	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
外部有識者等 G（個人）		32	--		
	契約概要（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

	旅費 その他(旅費)		32	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等H（個人）		29	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)		29	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等I（個人）		29	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)		29	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等J（個人）		28	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)		28	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	その他		559	--		
	契約概要（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
	旅費 その他(旅費)		559	--	--	--

費目・使途 (単位：千円)		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	ポールトゥウィン株式会社	令和5年度インターネット等におけるデジタル広告等の監視業務	事業費	業務に係る人件費・間接経費等	14,267
	B	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費	データベース運用費	安定的動作環境及び運用支援体制構築、バックアップ、セキュリティ対策	2,575
	C	株式会社和幸印刷	冊子の印刷製本	印刷製本費	印刷製本費	1,999
	D	外部有識者等 A（個人）	旅費	旅費	委員等旅費	51
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名		契約額	法人番号	
		--		--	--	

その他備考

--

食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁						
	事業所管課室	消費者庁 食品表示課						
	作成責任者	清水正雄						
	その他担当組織	--						
基本情報	予算事業ID	005570	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	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			(24) 食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	統合元: 482:食品表示制度の検討・担保 統合元: 484:食品表示制度の普及・啓発				主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度について、時代に即した適正化・充実を図るとともにこれを適切に運用するほか、食品表示制度を効果的に普及できるように消費者に対する戦略的な周知普及を行うことによって、一般消費者の利益の増進を図る。						
	現状・課題	時代に即した食品表示制度とするためには、消費者の食品表示の活用状況及び消費者から求められる政策ニーズを常に把握する必要がある。 また、これらを踏まえ、見直された制度を安定的に運用するためには、監視業務に必要な公定検査法等を確立・整備する必要がある。 さらに、時代に即して見直された本制度が消費者に広く知れ渡ることによって、本事業の目的の最大化が図られるものであり、表示事項一般に関する消費者へのセミナー等を通じた普及啓発を行い、制度の円滑な運用とその定着を図る必要がある。						
	事業の概要	①時代に即した食品表示制度への見直しを検討する際に必要となる、消費者の食品表示に対するニーズを把握するための調査の実施。（「食品表示に関する消費者意向調査」等の実施） ②食品表示制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を担保するために必要な公定検査法の開発。（食品表示制度の義務表示の対象となることが想定されるアレルゲンの検査法の開発や遺伝子組換え食品の流通実態に即した検査法の改良等） ③流通する食品の表示実態及び食品表示に関する各種制度の実施状況の調査、これらを踏まえた制度内容の検証等 ④表示事項全般や各表示制度に関する消費者へのセミナーの実施や普及啓発資材の配布等						
	事業概要URL	--						
根拠法令	法令名				法令番号	条	項	号・号の細分
	食品表示法				平成二十五年法律第七十号	第四条	--	--

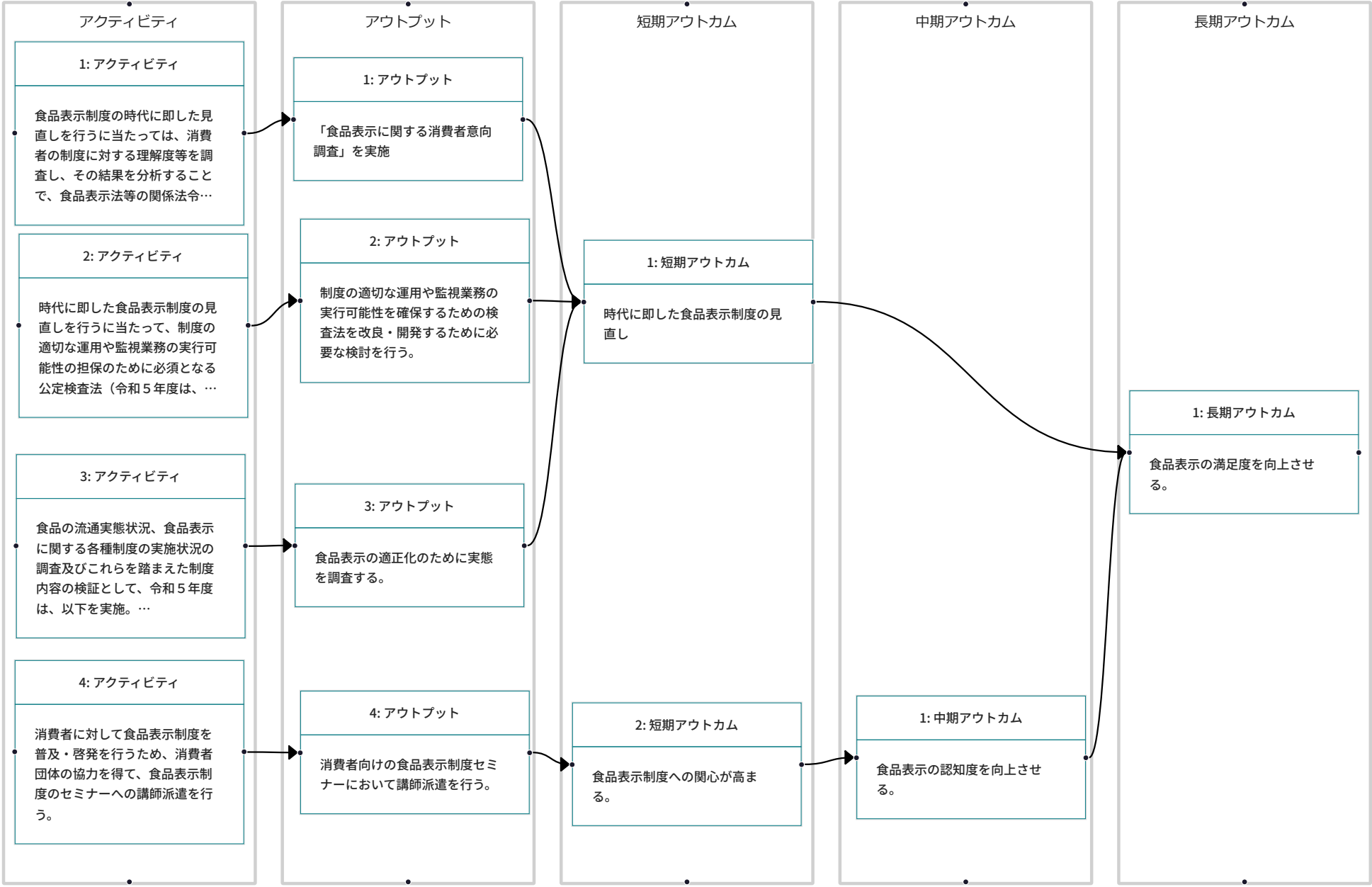
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定（令和３年６月15日改定））		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
	・消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定（令和６年６月14日改定））重点項目５		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf	
	・農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和２年11月30日農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議決定（令和４年12月５日改定））		https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-1.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和５年６月16日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和６年６月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025	
	要求額		--	48,000	79,000	162,251	104,249	
	当初予算		10,000	8,000	33,000	91,073	--	
	補正予算		--	--	65,000	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	65,000	--	
	予備費等		--	15,000	--	--	--	
	計		10,000	23,000	98,000	156,073	0	
	執行額		10,000	20,000	29,526	--	--	
	執行率		100%	87%	30.1%	--	--	
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	--		7,455		--	
		予算種別/歳出予算項目			備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--		91,073	104,249
		前年度から繰越し --			--		65,000	--
主な増減理由	合理的かつシンプルで分かりやすい食品表示制度の在り方について、国際基準（コーデックス規格）との整合性も踏まえながら、時代に即した表示の検討を加速化するとともに、外食・中食における食物アレルギーに関する情報提供の在り方の検討に資する調査を行うために必要な予算を要求。				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	食品表示制度の時代に即した見直しを行うに当たっては、消費者の制度に対する理解度等を調査し、その結果を分析することで、食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握することが必要であるため、これらのデータを得るための「食品表示に関する消費者意向調査」を実施する。 なお、本調査は、消費者基本計画工程表（令和２年７月消費者政策会議決定）において、各種施策の効果を測定するための指標の根拠として位置付けており、継続的に実施する必要がある。				
アウトプット	活動目標	「食品表示に関する消費者意向調査」を実施		活動指標	実施回数
	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)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(回)	1	1	1	--
 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となる食品表示制度の大枠の議論を行うため、食品表示懇談会を開催し（第1回：10月、第2回：11月、第3回：1月、第4回：3月）、中間取りまとめを行った。 コーデックス委員会において採択された「包装前面栄養表示ガイドライン」の趣旨を踏まえ、我が国において推奨すべき包装前面表示の在り方を検討するために、「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会」を開催し（第1回：11月、第2回：1月、第3回：3月）、我が国における包装前面栄養表示の基本的な考え方について中間取りまとめを行った。 ・令和3年度調査においてカシューナッツの症例数等の増加が認められたことから、将来的な義務表示化も視野に、令和5年度から公定検査法の確立に向けた取組を進めているところ。（公定検査法の確立が前提）このような時代を踏まえた見直しを行うことで、現在、食物アレルギー表示対象の28品目の症例数が全品目の症例数に占める割合は、93.8%と高い水準を維持している。 ・遺伝子組換え表示制度の適切な運用（国内における遺伝子組み換え農産物の流通実態に即した、表示の真正性の確認が必要となる、分析精度の高い公定検査法の改良が前提） ・今後、栄養強化自的で使用した添加物の表示義務化に向けて制度を見直す際の根拠データとする。	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	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカ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

本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。

本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。

これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	90	90
	活動実績／成果実績(%)	90	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 2-2-1-1

アクティビティ	時代に即した食品表示制度の見直しを行うに当たって、制度の適切な運用や監視業務の実行可能性の担保のために必須となる公定検査法（令和5年度は、遺伝子組換え対象農産物及びアレルギー表示の特定原材料）の改良・開発等を国の試験研究機関で実施。				
アウトプット	活動目標	制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を確保するための検査法を改良・開発するために必要な検討を行う。		活動指標	国立医薬品食品衛生研究所で検査・検討を行うテーマ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	2	2	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度の企画・立案との両輪として、制度（特に義務表示事項）の安定的な運用に向けて必須となる監視可能性を担保するための公定検査法を確立することも目的とするものであり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となる食品表示制度の大枠の議論を行うため、食品表示懇談会を開催し（第1回：10月、第2回：11月、第3回：1月、第4回：3月）、中間取りまとめを行った。 コーデックス委員会において採択された「包装前面栄養表示ガイドライン」の趣旨を踏まえ、我が国において推奨すべき包装前面表示の在り方を検討するために、「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会」を開催し（第1回：11月、第2回：1月、第3回：3月）、我が国における包装前面栄養表示の基本的な考え方について中間取りまとめを行った。 ・令和3年度調査においてカシューナッツの症例数等の増加が認められたことから、将来的な義務表示化も視野に、令和5年度から公定検査法の確立に向けた取組を進めているところ。 （公定検査法の確立が前提）このような時代を踏まえた見直しを行うことで、現在、食物アレルギー表示対象の28品目の症例数が全品目の症例数に占める割合は、93.8%と高い水準を維持している。 ・遺伝子組換え表示制度の適切な運用（国内における遺伝子組み換え農産物の流通実態に即した、表示の真正性の確認が必要となる、分析精度の高い公定検査法の改良が前提） ・今後、栄養強化自的で使用した添加物の表示義務化に向けて制度を見直す際の根拠データとする。	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	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカ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

本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。

本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。

これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	90	90
	活動実績／成果実績(%)	90	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1

アクティビティ	食品の流通実態状況、食品表示に関する各種制度の実施状況の調査及びこれらを踏まえた制度内容の検証として、令和5年度は、以下を実施。 ①海外における食品表示へのデジタルツール活用事例の調査を実施 ②原料原産地表示制度についての制度導入の効果の検証に必要な本制度に係る事業者のコストなどの負担状況及び消費者の認知度や理解度等に係る調査を実施（2事業） ③全国のアレルギーを専門とする医師の協力のもと、即時型食物アレルギーによる健康被害の実態調査を実施 ④遺伝子組換え食品表示に関する実態調査を実施 ⑤栄養強化目的で使用した食品添加物の表示に関する実態調査を実施 【令和5年度調査の背景・目的】 ① コーデックス委員会の食品表示部会において、「技術革新を利用した食品情報の提供に関するガイドライン」の策定に向け、国際ルールづくりの議論が進んでいることも踏まえたもの。 ② 令和4年度に完全施行された新たな加工食品の原料原産地表示制度については、制度改正時（平成29年）の消費者委員会からの答申書において、その導入の前提条件として、経過措置期間終了後の実態把握のための各種調査の実施、施行2年後を目途に、当該調査結果等を基に制度導入の効果検証を行い、必要に応じた制度の見直しを行うことが求められていることを受けたもの。 ③ 時代の変化とともに変わっていく可能性がある食物アレルギーの原因物質について、概ね3年周期で全国実態調査・科学研究を行い、新たな知見や報告により適宜、特定原材料等の見直しを行うもの。 ④令和5年4月1日に新たな遺伝子組換え表示制度が施行されたところであるが、当該見直しを検討するに際して開催した、「遺伝子組換え表示制度に関する検討会」において、新たな制度の施行後は、事業者による取組状況、消費者の購買行動、関係者の新たな制度に対する評価など表示制度の運用実態に関するモニタリング調査を適宜行い、必要に応じて制度の見直しを行うことが求められていることを受けたもの。 ⑤令和2年3月公表の「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」において、栄養強化目的で使用した食品添加物は、表示義務がある食品とない食品が存在し、消費者にとって分かりにくい状況となっていることや、上記のとおり国際的にみても使用した物質は全て表示させていることから、原則全ての加工食品に栄養強化目的で使用した食品添加物を表示させる方向で検討することが適当とされたことを受けたもの。				
	アウトプット	活動目標	食品表示の適正化のために実態を調査する。	活動指標	調査事業実施件数
		定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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
		当初見込み／目標値(件)	3	2	3
		活動実績／成果実績(件)	3	3	6
↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となる食品表示制度の大枠の議論を行うため、食品表示懇談会を開催し（第1回：10月、第2回：11月、第3回：1月、第4回：3月）、中間取りまとめを行った。 コーデックス委員会において採択された「包装前面栄養表示ガイドライン」の趣旨を踏まえ、我が国において推奨すべき包装前面表示の在り方を検討するために、「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会」を開催し（第1回：11月、第2回：1月、第3回：3月）、我が国における包装前面栄養表示の基本的な考え方について中間取りまとめを行った。 ・令和3年度調査においてカシューナッツの症例数等の増加が認められたことから、将来的な義務表示化も視野に、令和5年度から公定検査法の確立に向けた取組を進めているところ。 （公定検査法の確立が前提）このような時代を踏まえた見直しを行うことで、現在、食物アレルギー表示対象の28品目の症例数が全品目の症例数に占める割合は、93.8%と高い水準を維持している。 ・遺伝子組換え表示制度の適切な運用（国内における遺伝子組み換え農産物の流通実態に即した、表示の真正性の確認が必要となる、分析精度の高い公定検査法の改良が前提） ・今後、栄養強化自的で使用した添加物の表示義務化に向けて制度を見直す際の根拠データとする。	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	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカ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

本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。

本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。

これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	90	90
	活動実績／成果実績(%)	90	--
	達成率(%)	100	--

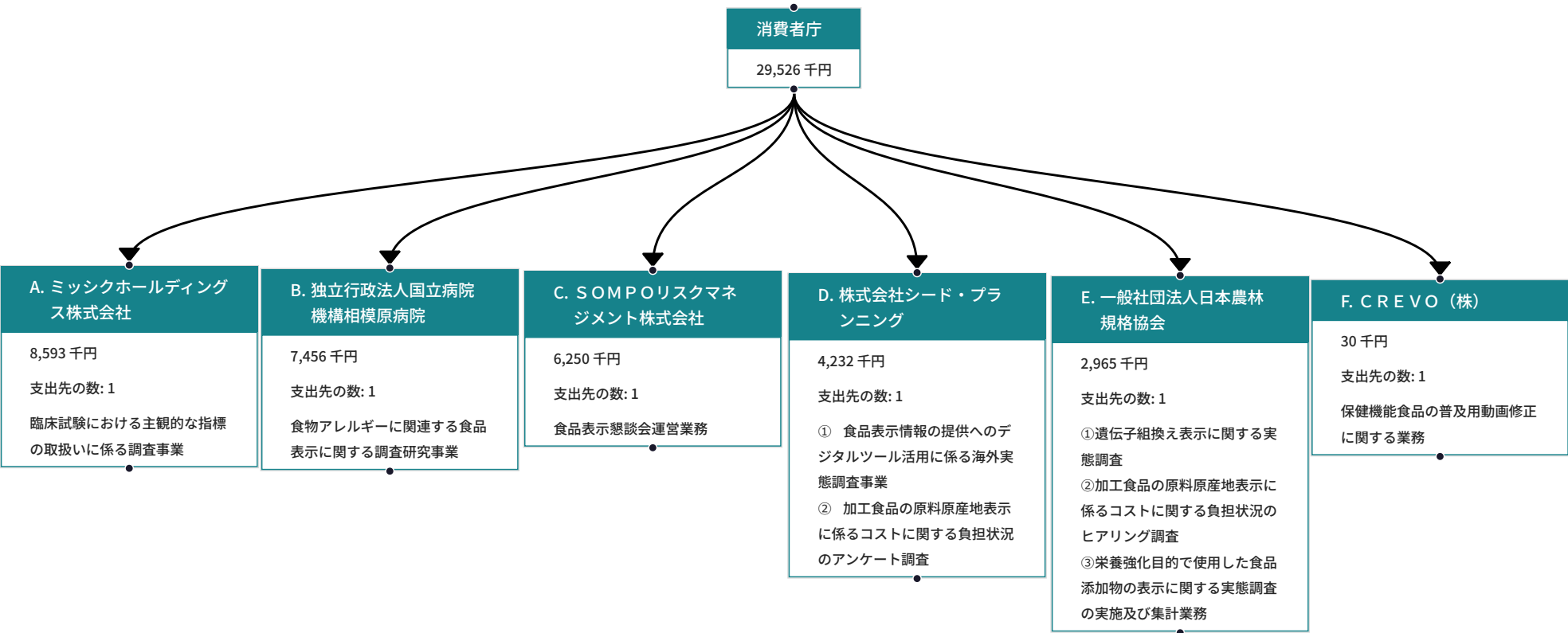
アクティビティからの発現経路 4-4-2-1-1

アクティビティ	消費者に対して食品表示制度を普及・啓発を行うため、消費者団体の協力を得て、食品表示制度のセミナーへの講師派遣を行う。				
アウトプット	活動目標	消費者向けの食品表示制度セミナーにおいて講師派遣を行う。		活動指標	セミナーへの講師派遣回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	12
	活動実績／成果実績(回)	16	8	10	--
後続アウトカムへのつながり	消費者向けの食品表示制度のセミナーの開催を積極的に行うことで、消費者の食品表示制度の関心が高まり、消費者や事業者からの講演依頼が増加する。 消費者庁では、この講演依頼に対して適宜対応しており、これまでの講師派遣回数は以下のとおり推移。 令和2年度：47回 → 令和3年度：77回 → 令和4年度：80回 → 令和5年度：67回 これらの取組の結果も相まって、食品表示制度に関心を持った消費者や事業者から当庁の関連するウェブサイトへ多くのアクセスがあるところである。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心が高まる。		成果指標	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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(回)	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
	活動実績／成果実績(回)	5,935,215	4,576,478	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--
後続アウトカムへのつながり	消費者の制度への関心が高まることで、消費者の更なる食品表示の認知度向上につながると考えられるため、食品表示の認知度を中期アウトカムとした。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度を向上させる。		成果指標	食品表示の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	58.9	56.3	56.5	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」も相まって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。				
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。		成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		最終目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	90		90	
	活動実績／成果実績(%)	90		--	
	達成率(%)	100		--	
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（消費者政策会議決定）			
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf			
	該当箇所	重点項目 5 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討			

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	食品表示制度における課題については、消費者の意向等の調査を行った上で、様々な関係者を交えて制度の検討を行うことが必要であり、設定される表示基準に係る表示の適正性を監視するための検査法の開発等を行うことと併せて、優先度が高く、かつ国において実施する必要がある。 また、成果物は制度の検討・担保をする上で十分に活用されており、有効性についても妥当であると評価できる。さらに、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。 食品表示制度を効果的に普及啓発することは、消費者の安全・安心、健康づくりの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するために必要があることから、国費投入の必要性が認められ、かつ、成果実績は成果目標に見合ったものとなっていることから有効性についても妥当であると評価できる。 また、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に実施する。		
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	2017
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札による調達を行っており競争性は確保できている。調査については総合評価落札方式により体制や調査に係る提案等を事前確認することも可能であることから、調査内容に応じて活用を検討されたい。
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	御指摘を踏まえ、調査内容に応じて総合評価落札方式についても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	--			



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	ミシックホールディングス株式会社	8,593	1	臨床試験における主観的な指標の取扱いに係る調査事業	
	支出先名		支出額	法人番号		
	ミシックホールディングス株式会社		8,593	1010701011418		
	契約概要（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
	臨床試験における主観的な指標の取扱いに係る調査事業 一般競争契約（総合評価）		8,593	2	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	独立行政法人国立病院機構相模原病院	7,456	1	食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業	
	支出先名		支出額	法人番号		
	独立行政法人国立病院機構相模原病院		7,456	1013205001281		
	契約概要（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
	食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業 随意契約（その他）		7,456	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	SOMPOリスクマネジメント株式会社	6,250	1	食品表示懇談会運営業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	SOMPOリスクマネジメント株式会社		6,250	2011101025379		
	契約概要（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
	食品表示懇談会運営業務 一般競争契約（最低価格）		6,250	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	株式会社シード・プランニング	4,232	1	① 食品表示情報の提供へのデジタルツール活用に係る海外実態調査事業 ② 加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のアンケート調査	

支出先名		支出額	法人番号		
株式会社シード・プランニング		4,232	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
食品表示情報の提供へのデジタルツール活用に係る海外実態調査事業 一般競争契約（最低価格）		3,291	5	--	--
加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のアンケート調査 随意契約（少額）		941	3	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	一般社団法人日本農林規格協会	2,965	1	①遺伝子組換え表示に関する実態調査 ②加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のヒアリング調査 ③栄養強化目的で使用した食品添加物の表示に関する実態調査の実施及び集計業務	
支出先名		支出額	法人番号		
一般社団法人日本農林規格協会		2,965	7010005004369		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
遺伝子組換え表示に関する実態調査 随意契約（少額）		990	3	--	--
加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のヒアリング調査 随意契約（少額）		990	3	--	--
栄養強化目的で使用した食品添加物の表示に関する実態調査の実施及び集計業務 随意契約（少額）		985	1	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	CREVO（株）	30	1	保健機能食品の普及用動画修正に関する業務	
支出先名		支出額	法人番号		

		CREVO（株）		30	--		
		契約概要（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
		保健機能食品の普及用動画修正に関する業務 一般競争契約（総合評価）		30	3	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
	--	--	--	--	--		--
国庫債務負担行為等による契約 先リスト （単位：千円）		契約先名		契約額	法人番号		
		--		--	--		

その他備考

--

保健機能食品に関する制度等の適正化・運用

基本情報

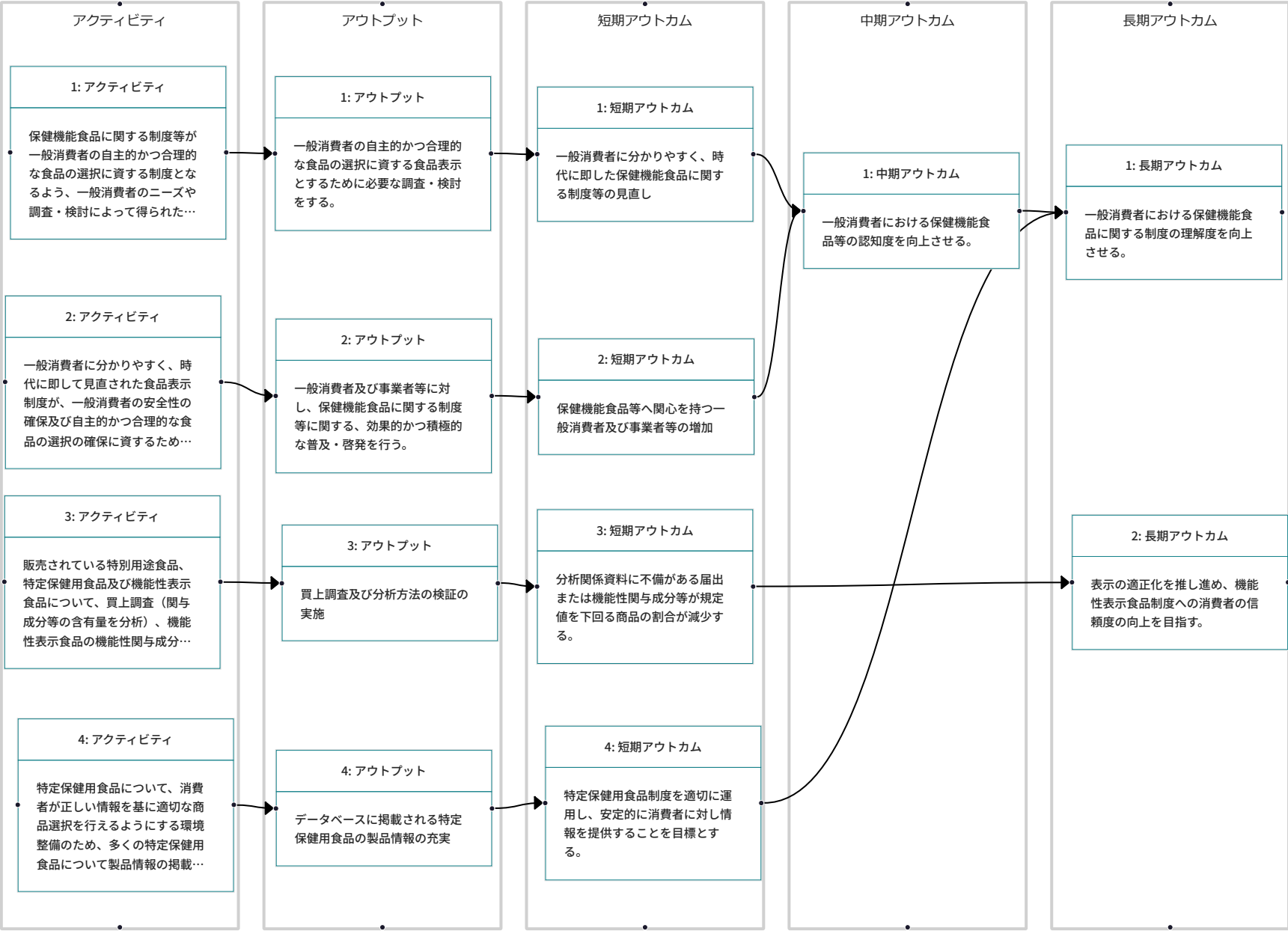
組織情報	府省庁	消費者庁					
	事業所管課室	消費者庁 食品表示課					
	作成責任者	清水正雄					
	その他担当組織	--					
基本情報	予算事業ID	000485	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策		施策			政策体系・評価書URL
	消費者庁	1．消費者政策の推進		（25）保健機能食品制度等の適正化・運用			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	統合元: 486:機能性表示食品等の買上調査等による検証 統合元: 487:特定保健用食品データベースの運用			主要経費	その他の事項経費		

概要・目的	事業の目的	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度のうち、保健機能食品に関する制度（食品表示基準の規定に基づく機能性表示食品制度、及び消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品制度等）について適正化・充実を図るとともに、これを適切に運用する（国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所（以下「栄養研」という。）が保有する特定保健用食品データベース（以下「データベース」という。）の安定的な運用を通じた特定保健用食品に関する情報の消費者に対する提供及び買上調査による事後チェック等）ことによって、一般消費者の利益の増進を図る。			
	現状・課題	保健機能食品に関する制度等の対象は、保健機能食品（特定保健用食品、機能性表示食品、栄養機能食品）、栄養成分表示及び病者用食品等の特別用途食品（特定保健用食品を除く。以下同じ。）である。保健機能食品に関する制度等については、厚生労働省等による健康・栄養政策との連動、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等との国際整合性等も踏まえつつ、一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資するよう、分かりやすく、時代に即した見直しを行う必要があり、本制度をめぐる情勢の変化を多角的に捉えるため、各種調査等を継続して実施する必要がある。 また、機能性表示食品については、届出制度として事業者の責任において情報を開示することで成立しているものであり、特別用途食品、特定保健用食品の各制度と併せて安定的に運用するためには、事業者による本制度への適正な対応（これらの食品群の平時の品質管理の方法として、栄養成分等、関与成分、機能性関与成分の含有量等の確認を行うことで、品質管理の質を高めること）を図り、もって、消費者の本制度への理解度・信頼度を高め、適切に活用してもらうことが必要である。 さらに、消費者が保健機能食品に関する制度等を正しく利活用できるよう、制度に関する普及・啓発を図る必要があるとともに、特定保健用食品の製品情報の公開を充実させたデータベースを安定的に運用することで、消費者にとって正しい情報を基に適切な商品選択に資する制度とすることが必要である。			
	事業の概要	・保健機能食品に関する制度等における課題等への対応に必要な各種調査等（諸外国における制度や国内外の表示の実態等の状況、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等の情報収集、整理等）を実施し、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく関係府令、それらの運用通知の改正等につなげている。 ・現在販売されている特別用途食品、特定保健用食品及び機能性表示食品について、販売されている商品を買上げ、関与成分等の含有量の分析を実施した上で、各成分が規定値どおり含まれているかの確認を行うとともに、機能性表示食品の機能性関与成分の分析方法を検証し、課題及び対応方策について整理を行うことをもって、表示の適正化を図る。 ・一般消費者のみならず、関係団体や地方公共団体、食品関連事業者等が保健機能食品に関する制度等を正しく利活用できるよう、普及啓発に必要な取組を実施するとともに、消費者に対して商品選択に資する情報提供を行うため、データベースの安定的な運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載を行う。			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/foods_with_health_claims/			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号	第四条	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	第四十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定　令和３年６月15日改定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
	・消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定（令和６年６月14日改定））重点項目５		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和６年６月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf	
	・健康医療戦略（令和２年３月27日閣議決定）		https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kenkouiryou/suisin/ketteisiryoku/kakugi/r030406senryaku.pdf	
	紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応（令和６年５月3１日　紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合）		https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/benikouji/dai2/taiou.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025		
	要求額		--	55,000	42,000	43,397	413,317		
	当初予算		11,000	8,000	11,000	34,106	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		11,000	8,000	11,000	34,106	0		
	執行額		11,000	2,000	13,572	--	--		
	執行率		100%	25%	123.4%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		--		--		
		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				--		30,218	268,154
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費				--		3,888	3,888
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費				--		--	50,568
		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				--		--	90,707
	主な増減理由	「紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応」を踏まえ、錠剤、カプセル剤等食品として届出をした機能性表示食品については、GMPに基づく製造管理が届出者の遵守事項とされたことに伴う消費者庁が立入検査等を行うための必要な体制整備、新規の機能性関与成分に係る機能性表示の裏付けとなる安全性・機能性の課題について科学的知見を有する専門家の意見を聴く仕組みの導入、事後チェックのための買上げ調査事業の対象件数の拡充、及び機能性表示食品等の摂取について、医薬品等との相互作用や過剰摂取等のリスクに関するリスクコミュニケーションの実施・消費者教育の強化等に必要な予算を要求。				その他特記事項	--		



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	保健機能食品に関する制度等が一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資する制度となるよう、一般消費者のニーズや調査・検討によって得られた科学的根拠等を踏まえ、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく制度内容の検証を行う。（令和５年度は、「ビタミンB群の高速液体クロマトグラフ法の確立に係る基礎資料の作成」、「栄養機能食品における栄養成分の機能表示の見直しに係る調査」、「栄養成分表示の分析方法の測定誤差等に関する基礎資料の作成業務」、「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業」、「臨床試験における主観的な指標の取扱いに係る調査」を実施。）				
アウトプット	活動目標	一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資する食品表示とするために必要な調査・検討をする。		活動指標	調査事業実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	--	--	3	3
	活動実績／成果実績(件)	2	1	5	--
 後続アウトカムへのつながり	本事業は、保健機能食品に関する制度等の適正化・充実のために、一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等を企画・立案することを目的とする事業であり、その効果はまずは「保健機能食品に関する制度等の改正」（食品表示基準の改正、通知及びQ&A等の発出・改定（保健機能食品に関する制度等に限る。））として発現するものである。				
短期アウトカム	成果目標	一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等の見直し		成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	取り組んだ調査結果を、今後、制度を見直す際の根拠データとする。		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	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。		アウトカ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(回)			--			
	活動実績／成果実績(回)			--			
	達成率(%)			--			
↓ 後続アウトカム へのつながり	一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等の見直しを実施することにより、本制度を認識する一般消費者の増加が見込まれると考えられるため、保健機能食品等の認知度を中期アウトカムとした。						
中期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品等の認知度を向上させる。		成果指標	一般消費者における特定保健用食品の認知度		
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品 令和2年：20.7%、令和3年：18.1%、令和4年：19.0%、令和5年：17.5% 栄養機能食品 令和2年：16.5%、令和3年：14.2%、令和4年：15.1%、令和5年：14.5% 栄養成分表示 令和2年：71.9%、令和3年：66.9%、令和4年：70.8%、令和5年：47.1% 特別用途食品 令和2年：-、令和3年：13.1%、令和4年：-、令和5年度：13.6%		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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		目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--		--		--	--
	活動実績／成果実績(%)	27		26.5		24.5	--
	達成率(%)	--		--		--	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	本制度が「一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等」になっているとすれば、「本制度を認識する一般消費者の増加」も相まって、一般消費者の本制度への理解度の向上につながると考えられるため、保健機能食品に関する制度等の理解度を長期アウトカムに設定した。 なお、本件のように、制度を利用すべき者が限定されている制度については、一般消費者の「満足度」よりも「理解度」をアウトカムとして設定することが相応しいものである。 このアウトカムは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。						

長期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品に関する制度の理解度を向上させる。		成果指標	一般消費者における特定保健用食品表示制度の理解度	
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品制度 令和2年：17.2%、令和3年：17.1%、令和4年：15.2%、令和5年：16.8% 栄養機能食品制度 令和2年：10.9%、令和3年：9.2%、令和4年：10.2%、令和5年：9.5% 栄養成分表示制度 令和2年：37.9%、令和3年：36.9%、令和4年：36.7%、令和5年：35.5% 特別用途食品制度 令和2年：-、令和3年：14.4%、令和4年：-、令和5年：13.5%	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	最終目標年度 2023年度	2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--	
	活動実績／成果実績(%)	27.6	28.5	30.6	--	
	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	一般消費者に分かりやすく、時代に即して見直された食品表示制度が、一般消費者の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の確保に資するためには、①本制度へ関心を持つ一般消費者や事業者の増加及び②事業者による本制度の適正な対応（による本制度の安定的な運用）を図り、一般消費者が本制度への認知度を高め、適切に活用してもらうことが必要であることから、本事業において効果的かつ積極的な普及・啓発の取組を行う。				
アウトプット	活動目標	一般消費者及び事業者等に対し、保健機能食品に関する制度等に関する、効果的かつ積極的な普及・啓発を行う。		活動指標	保健機能食品に関する制度等に関する普及・啓発の取組件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	28	50	58	--
 後続アウトカムへのつながり	一般消費者向けの食品表示制度のセミナーの企画・開催、消費者庁からの講師派遣、関係団体や地方公共団体を介した周知等、あらゆる手段を用いて効果的かつ積極的な普及・啓発の取組を実施することで、保健機能食品等へ関心を持つ一般消費者及び事業者等の増加を図る。 これらの取組の結果も相まって、保健機能食品等に関心を持った一般消費者や事業者が消費者庁のウェブサイトアクセスすることが期待されることから、そのアクセス回数を短期的アウトカムに設定した。				
短期アウトカム	成果目標	保健機能食品等へ関心を持つ一般消費者及び事業者等の増加		成果指標	保健機能食品等に関する消費者庁ウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	目標年度 2022年度	2024年度	
	当初見込み／目標値(回)	--	--	--	
	活動実績／成果実績(回)	2,551,192	1,920,784	--	
	達成率(%)	--	--	--	

 後続アウトカムへのつながり	まず、消費者庁では、毎年、食品表示に関する消費者意向調査を実施し、それぞれの制度の認知度等を評価している。令和4年度の同調査報告書では、保健機能食品をどのようなのか知っている国民の割合は、15.1%（特定保健用食品26.5%、機能性表示食品19.0%、栄養機能食品15.1%）である。また、食品に栄養成分表示がされていることを知っている者の割合は70.8%であるものの、食品の購入時など、ふだんの食生活において「栄養成分の量及び熱量（栄養成分表示）」をいつも参考にしてしている者の割合は15.9%である。保健機能食品等への一般消費者の関心が高まることで、一般消費者の更なる保健機能食品等の認知度の向上につながると考えられるため、保健機能食品等の認知度を中期アウトカムに設定した。				
	中期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品等の認知度を向上させる。	成果指標	一般消費者における特定保健用食品の認知度
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品 令和2年：20.7%、令和3年：18.1%、令和4年：19.0%、令和5年：17.5% 栄養機能食品 令和2年：16.5%、令和3年：14.2%、令和4年：15.1%、令和5年：14.5% 栄養成分表示 令和2年：71.9%、令和3年：66.9%、令和4年：70.8%、令和5年：47.1% 特別用途食品 令和2年：-、令和3年：13.1%、令和4年：-、令和5年度：13.6%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	--	アウトカ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	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	27	26.5	24.5	--
	達成率(%)	--	--	--	--
 後続アウトカムへのつながり	本制度が「一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等」になっているとすれば、「本制度を認識する一般消費者の増加」も相まって、一般消費者の本制度への理解度の向上につながると考えられるため、保健機能食品に関する制度等の理解度を長期アウトカムに設定した。 なお、本件のように、制度を利用すべき者が限定されている制度については、一般消費者の「満足度」よりも「理解度」をアウトカムとして設定することが相応しいものである。このアウトカムは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。				

長期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品に関する制度の理解度を向上させる。		成果指標	一般消費者における特定保健用食品表示制度の理解度	
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品制度 令和２年：17.2%、令和３年：17.1%、令和４年：15.2%、令和５年：16.8% 栄養機能食品制度 令和２年：10.9%、令和３年：9.2%、令和４年：10.2%、令和５年：9.5% 栄養成分表示制度 令和２年：37.9%、令和３年：36.9%、令和４年：36.7%、令和５年：35.5% 特別用途食品制度 令和２年：-、令和３年：14.4%、令和４年：-、令和５年：13.5%	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	最終目標年度 2023年度	2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--	
	活動実績／成果実績(%)	27.6	28.5	30.6	--	
	達成率(%)	--	--	--	--	

アクティビティからの発現経路 3-3-3-2

アクティビティ	販売されている特別用途食品、特定保健用食品及び機能性表示食品について、買上調査（関与成分等の含有量を分析）、機能性表示食品の機能性関与成分の分析方法の検証を実施する。				
アウトプット	活動目標	買上調査及び分析方法の検証の実施		活動指標	買上調査及び分析方法の検証を実施した品目数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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(品)	190	--	--	--
	活動実績／成果実績(品)	145	340	194	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	販売されている特別用途食品、特定保健用食品及び機能性表示食品の買上調査（関与成分等の含有量を分析）を毎年度実施していくことによって、事業者の品質管理の質を高めていく。また、機能性表示食品の機能性関与成分の分析方法の検証を毎年度実施することによって、事業者に届出資料の改善を求めるとともに、分析方法の問題等を整理していくことによって、機能性表示食品の届出全体における分析方法に関する届出資料の質の向上を図っていく。その結果として、機能性関与成分等が規定値を下回る、あるいは分析関係資料に不備がある事業者が減少していくと考えられるため、分析検証において情報が不十分とされた届出又は買上調査において各成分の規定値を下回った商品の割合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	分析関係資料に不備がある届出または機能性関与成分等が規定値を下回る商品の割合が減少する。		成果指標	分析検証において情報が不十分とされた届出又は買上調査において各成分の規定値を下回った商品の割合
	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年度特別用途食品（特定保健用食品を除く。）に係る栄養成分等、特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業 令和5年度機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	--	15	
	活動実績／成果実績(%)	29	34	--	
	達成率(%)	--	--	--	

アクティビティからの発現経路 4-4-4-1

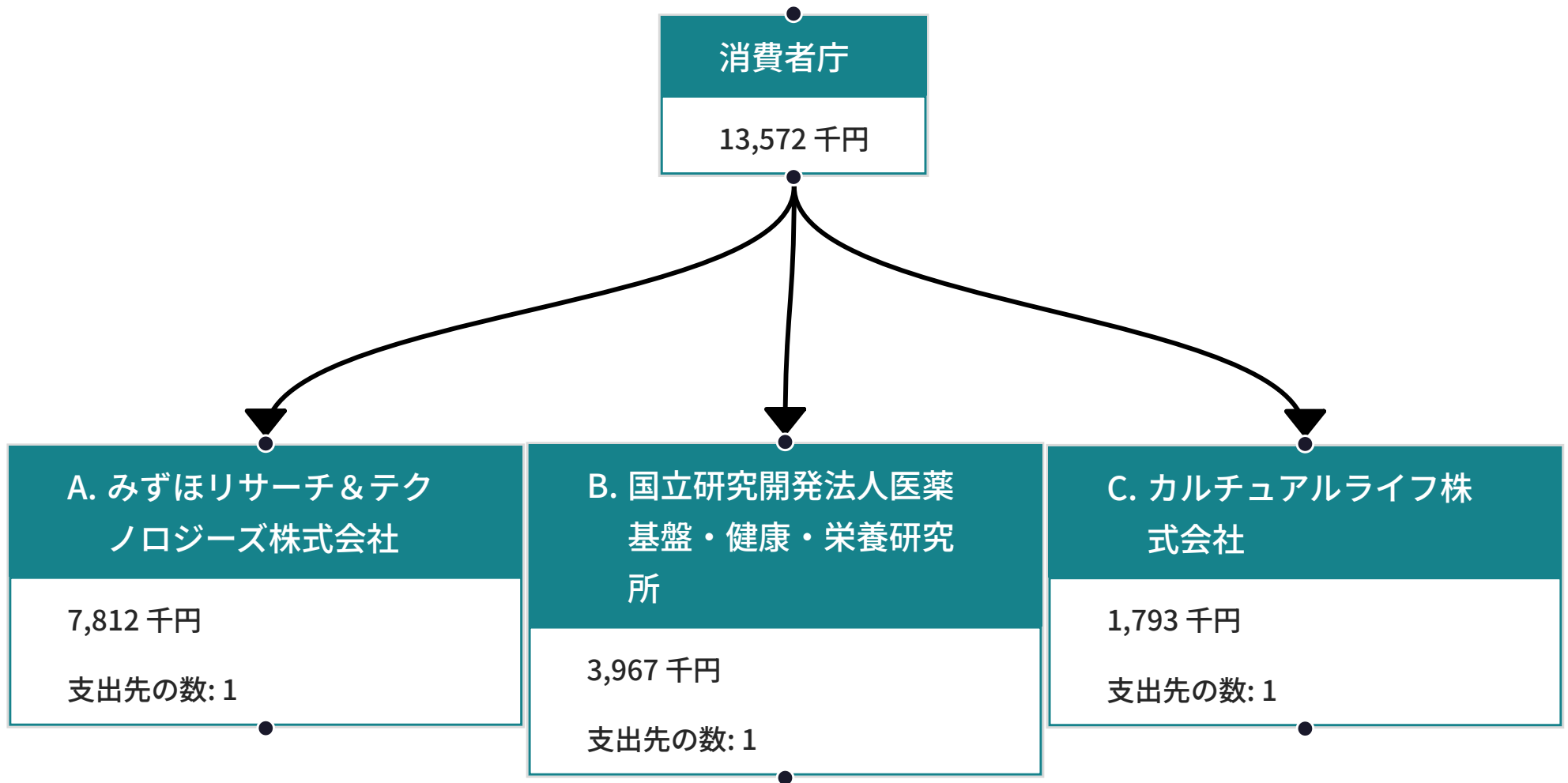
アクティビティ	特定保健用食品について、消費者が正しい情報を基に適切な商品選択を行えるようにする環境整備のため、多くの特定保健用食品について製品情報の掲載をしているデータベースを安定的に運用する。				
アウトプット	活動目標	データベースに掲載される特定保健用食品の製品情報の充実		活動指標	データベースに新たに掲載される特定保健用食品の製品情報の掲載件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	30	30	30	30
	活動実績／成果実績(件)	38	16	6	--
 後続アウトカムへのつながり	本データベースを安定的に運用した結果、特定保健用食品の普及啓発の効果とも相まって、消費者が商品選択の際に、本サイトを確認することが考えられることから、本ウェブサイト（ https://hfnet.nibiohn.go.jp/specific-health-food/detail4722/ ）へのアクセス数を短期アウトカムとした。				
短期アウトカム	成果目標	特定保健用食品制度を適切に運用し、安定的に消費者に対し情報を提供することを目標とする。		成果指標	「「健康食品」の有効性・安全性情報」へのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	目標年度 2022年度	2024年度	
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	
	活動実績／成果実績(件)	6,811,317	5,819,925	--	
	達成率(%)	--	--	--	
 後続アウトカムへのつながり	本データベースに掲載される製品情報が適切なものになることによって、普及啓発活動の効果による認知度の拡大も相まって、一般消費者の本制度への理解度向上につながると考えられるため、特定保健用食品制度の理解度を長期アウトカムとした。 なお、本件のように、制度を利用すべき者が限定されている制度については、一般消費者の「満足度」よりも「理解度」をアウトカムとして設定することが相応しいものである。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。				

長期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品に関する制度の理解度を向上させる。		成果指標	一般消費者における特定保健用食品表示制度の理解度	
	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品制度 令和２年：17.2%、令和３年：17.1%、令和４年：15.2%、令和５年：16.8% 栄養機能食品制度 令和２年：10.9%、令和３年：9.2%、令和４年：10.2%、令和５年：9.5% 栄養成分表示制度 令和２年：37.9%、令和３年：36.9%、令和４年：36.7%、令和５年：35.5% 特別用途食品制度 令和２年：-、令和３年：14.4%、令和４年：-、令和５年：13.5%	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)		--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)		27.6	28.5	30.6	--
	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（消費者政策会議決定）				
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf				
	該当箇所	重点項目５ 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討				

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・本事業で実施した各種調査等（諸外国における制度や国内外の表示の実態等の状況、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等の情報収集、整理等）の結果は、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく関係府令、それらの運用通知の改正等を行うに当たって必要となる科学的根拠等である。本事業を実施することは、保健機能食品に関する制度等の適切な企画・立案・運用を可能としており、それらは消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資するものであることから、国費を投入し優先して実施する必要がある。 ・国において商品を無作為に買い上げて適正な表示がなされていることを確認すること、及び届出された分析法を検証することは、消費者の制度への信頼性を高めるという観点からも、国費投入の必要性が認められ、優先して実施する必要がある（特に、機能性表示食品制度については、事業者の責任において表示される届出制度となった背景から、事業創設から事後チェックが求められている。）。また、事業により課題が見つかった商品については、事業者に対し指導等を行い改善させることで成果を十分活用しており、有効性が認められる。機能性表示食品の届出件数や特定保健用食品・特別用途食品の許可件数、これまでの実績から効果的・効率的な実施の観点からも踏まえつつ、継続的な調査が必要である。 ・データベースは特定保健用食品についての情報発信を行う唯一の公的な情報源であり、消費者の商品選択に資する観点から、国費投入の必要性が認められ、優先して実施する必要がある。また、成果物は消費者の商品選定に資する情報として活用されており、有効性も認められる。さらに、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、保健機能食品に関する制度等の適切な運用を図るとともに、データベースの安定的な運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載や情報提供を行う。		
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	御指摘のとおり、適切な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		7,812	1	--
		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		7,812	9010001027685	
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
		分かりやすい栄養成分表示に向けた取組検討事業 一般競争契約（総合評価）		7,812	3	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	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所		3,967	1	--
		支出先名		支出額	法人番号	
		国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所		3,967	9120905002657	
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
		ビタミンB群の高速液体クロマトグラフ法の確立に係る基礎 資料の作成業務 一般競争契約（最低価格）		3,967	2	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	カルチュアルライフ株式会社		1,793	1	--
		支出先名		支出額	法人番号	
		カルチュアルライフ株式会社		1,793	1010001191596	
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
		保健機能食品等の普及用動画等作成に関する事業 一般競争契約（総合評価）		1,793	3	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
	--	--	--	--	--	--

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

その他備考

--

食品表示対策の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁							
	事業所管課室	消費者庁 食品表示課							
	作成責任者	清水正雄							
	その他担当組織	--							
基本情報	予算事業ID	000483	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし		
	事業年度	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			(26) 食品表示対策の推進			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--				主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	食品表示は、食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしているため、食品表示に関する制度を適正に企画・立案・運用し、もって消費者の利益の増進を図ることを目的とする。							
	現状・課題	・時代に即した食品表示制度を検討するに当たり、①特に、アレルギー表示や特別用途食品等の科学的・専門的見地に立脚した制度を適正に企画・立案するためには、食品表示をめぐる情勢の変化に係る各種調査のみならず、専門家の意見を聴取することが必要であるとともに、②国際基準であるコーデックス規格との整合性を踏まえるに当たり、また、我が国の意見を国際基準に反映させるためにも、コーデックス規格策定に向けた議論を行う国際会議に出席する必要がある。 ・食品表示制度を安定的に運営するためには、①整備されたインフラを確実に運用するとともに、②効果的な媒体を用いた普及啓発活動により、消費者の本制度への関心の向上及び事業者による本制度への適正な対応を図り、もって、本制度への認知度を高め、適切に運用してもらう必要がある。							
	事業の概要	①食品表示制度の見直しを検討する際に必要となる、専門家の意見を聴取するための検討会等を実施。 ②コーデックス規格策定に向けた議論を行うコーデックス委員会へ出席。特に食品表示部会（CCFL）及び同栄養・特殊用途食品部会（CCNFSDU）については、当課が政府代表団の団長として出席。 ③食品表示制度に関する効果的な普及啓発資材の作成。 ④機能性表示の届出書類の確認、特定保健用食品の申請書類の確認、各種制度に関する照会事務への対応、製造所固有記号の申請事務への対応。							
	事業概要URL	--							
根拠法令	法令名				法令番号	条		項	号・号の細分
	食品表示法				平成二十五年法律第七十号	--		--	--
	健康増進法				平成十四年法律第百三号	第四十三条		--	--

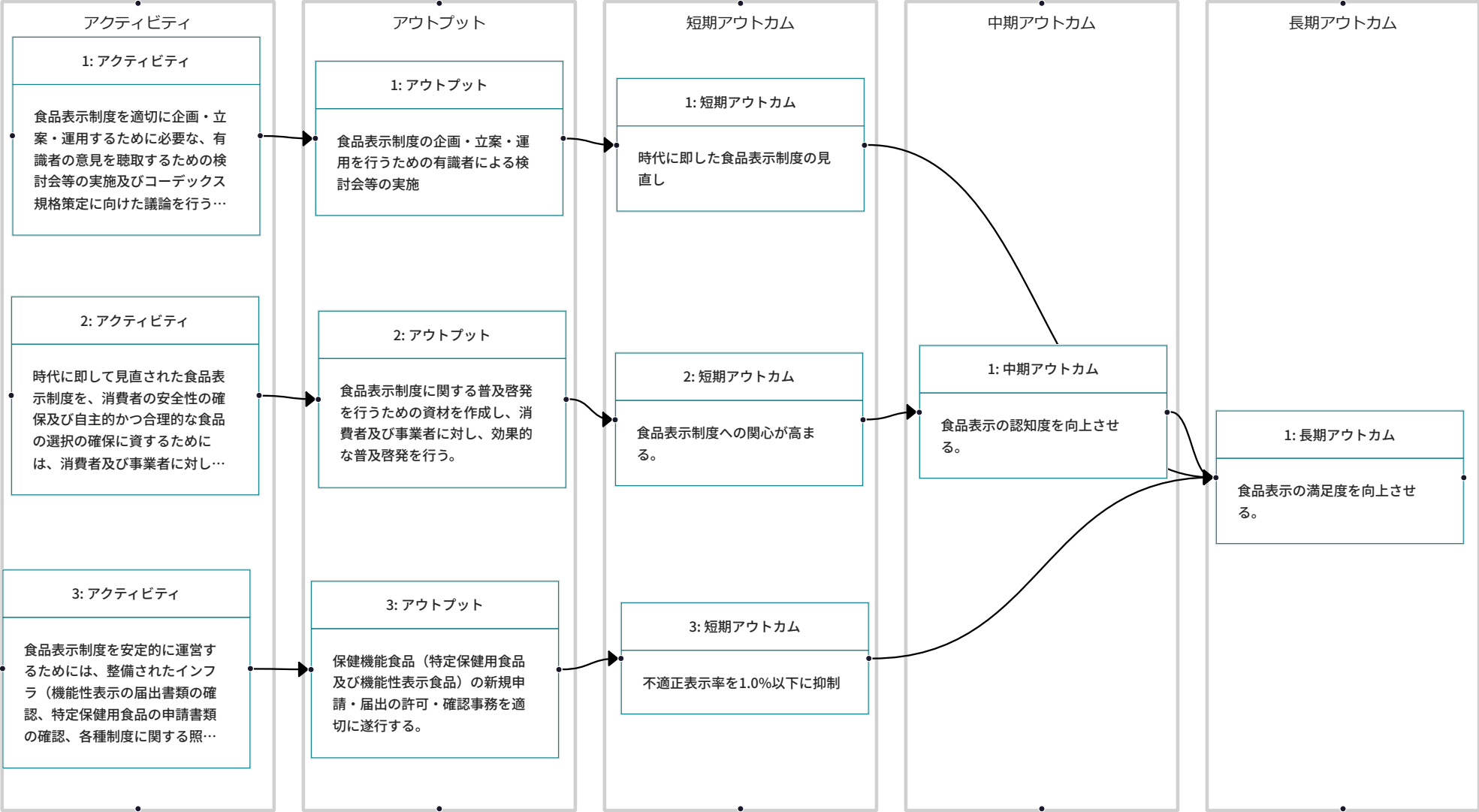
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定（令和３年６月15日改定））		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan	
	・消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定（令和6年６月14日改定））重点項目５		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
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		--	98,000	92,000	89,656	97,248		
	当初予算		101,000	96,000	92,000	96,107	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		101,000	96,000	92,000	96,107	0		
	執行額		88,000	95,000	97,218	--	--		
	執行率		87.1%	99%	105.7%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		--		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当				--		49,387	49,387
		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				--		36,566	37,728
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費				--		5,764	5,743
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		3,156	3,156
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費				--		1,234	1,234
		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	食品表示制度を適切に企画・立案・運用するために必要な、有識者の意見を聴取するための検討会等の実施及びコーデックス規格策定に向けた議論を行うコーデックス委員会への出席。具体的な実施内容としては、①食物アレルギー制度の特定原材料に準ずる品目の見直しの検討、②特別用途食品の許可の検討、の際に有識者の意見を聴取するための検討会を実施した。さらに、コーデックス規格の策定に係る議論を行うコーデックス委員会に出席し、将来的な我が国の食品表示制度の検討に資しているところである。 コーデックス委員会食品表示部会（CCFL）及び栄養・特殊用途食品部会（CCNFSDU）への参加回数 ＜活動実績＞令和3年度：2回、令和4年度：1回、令和5年度：1回				
アウトプット	活動目標	食品表示制度の企画・立案・運用を行うための有識者による検討会等の実施		活動指標	制度の適正化・充実に図るための検討会等の開催件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	9	4	4	--
	活動実績／成果実績(回)	6	10	6	--
 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。				
短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し		成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。		アウトカ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	本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標 と実績			2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値		90	90
	活動実績／成果実績		90	--
	達成率(%)		100	--

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	時代に即して見直された食品表示制度を、消費者の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の確保に資するためには、消費者及び事業者に対し、食品表示制度に関する効果的な資料を用いた普及啓発により、①消費者の本制度への関心の向上及び②事業者による本制度の適正な対応（による本制度の安定的な運用）を図り、もって、消費者が本制度への認知度を高め、実際に活用してもらうことが必要であることから、本事業において必要な普及・啓発資料を作成する。				
アウトプット	活動目標	食品表示制度に関する普及啓発を行うための資料を作成し、消費者及び事業者に対し、効果的な普及啓発を行う。		活動指標	食品表示に関する普及・啓発資料（パンフレット、ポスター等）の配布枚数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(枚)	63,607	293,748	12,763	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	作成した普及啓発資料を、消費者向けの食品表示制度のセミナー、消費者庁からの講師派遣、団体や地方自治体を介した周知普及などあらゆる手段を用いて効果的かつ積極的に配布することで、消費者や事業者の食品表示制度の関心の高まりを図る。これらの取組の結果も相まって、食品表示制度に関心を持った消費者や事業者から当庁の関連するサイトへ多くのアクセスがなると考えられることから、短期アウトカムとして、食品表示基準等に関するウェブサイトのアクセス数を設定した。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心が高まる。		成果指標	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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(回)	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
	活動実績／成果実績(回)	5,935,215	4,576,478	--	--
	達成率(%)	148.4	114.4	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の制度への関心が高まることで、消費者の更なる食品表示の認知度向上につながると考えられるため、食品表示の認知度を中期アウトカムとした。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度を向上させる。		成果指標	食品表示の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	58.9	56.3	56.5	--
	達成率(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」も相まって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。				
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。		成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		最終目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値	90		90	
	活動実績／成果実績	90		--	
	達成率(%)	100		--	

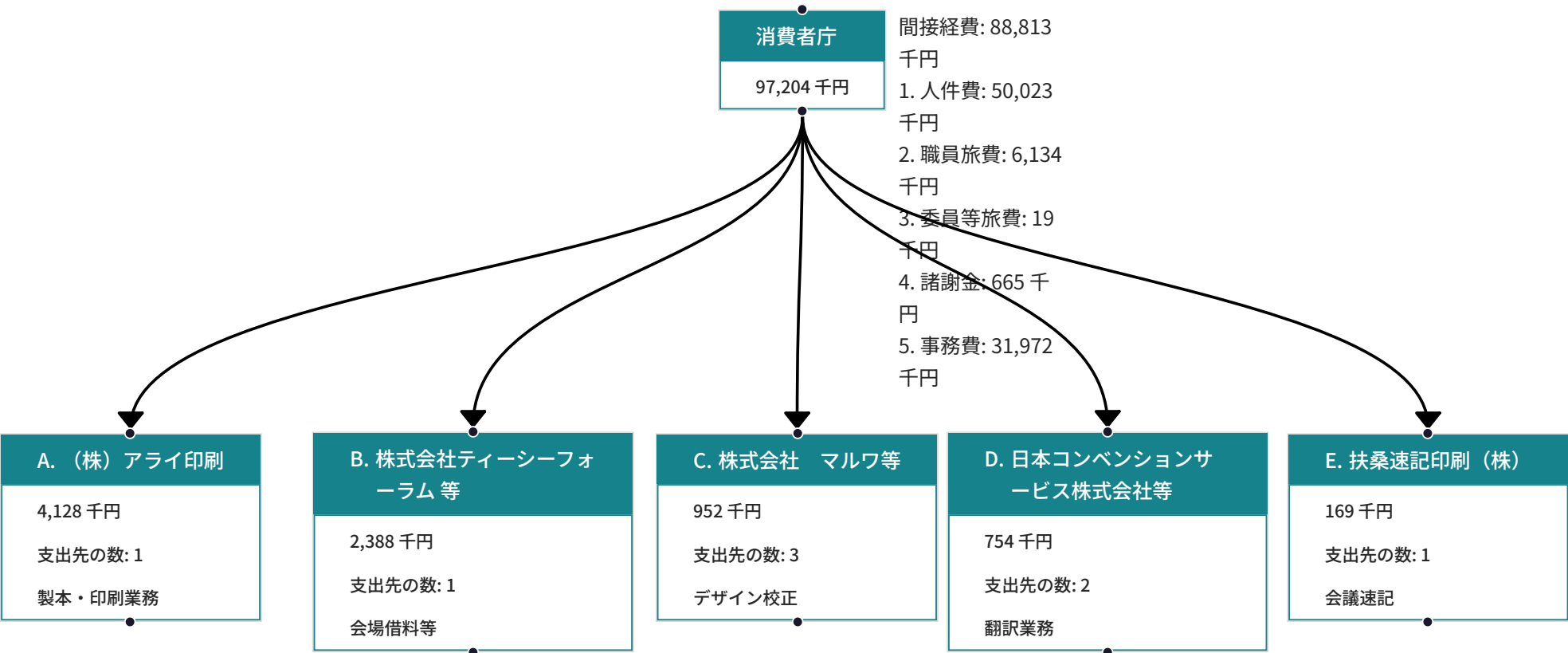
アクティビティからの発現経路 3-3-3-1

アクティビティ	食品表示制度を安定的に運営するためには、整備されたインフラ（機能性表示の届出書類の確認、特定保健用食品の申請書類の確認、各種制度に関する照会事務への対応、製造所固有記号の申請事務への対応）を確実に運用する。				
アウトプット	活動目標	保健機能食品（特定保健用食品及び機能性表示食品）の新規申請・届出の許可・確認事務を適切に遂行する。		活動指標	保健機能食品（特定保健用食品及び機能性表示食品）の新規届出確認数
	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)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(回)	1,330	1,443	1,444	--
 後続アウトカムへのつながり	食品表示基準の見直しに伴う制度の安定的な運用のために、外部（消費者・事業者等）からの照会対応が発生する。 なお、本事業における照会事項には、アウトプットに示した保健機能食品以外にも、各種制度に関する照会事務への対応、製造所固有記号の申請事務への対応も存在し、その問合わせ件数は以下のとおり。 ＜各種制度に関する照会への対応＞ 令和2年度：20,588件、令和3年度：22,049件、令和4年度：20,272件、令和5年度：9,614件 ＜製造所固有記号の申請事務への対応＞ 令和2年度：12,279件、令和3年度：9,465件、令和4年度：8,371件、令和5年度：8,883件 これらの照会事務を通じて、制度が安定的に運用されていることが考えられ、その指標（短期アウトカム）として、不適正表示率を設定した。				
短期アウトカム	成果目標	不適正表示率を1.0%以下に抑制		成果指標	加工食品の義務表示事項の不適正表示率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	消費者基本計画工程表評価書
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(%)	--	--	--	1
	活動実績／成果実績(%)	0.9	1.3	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--
 後続アウトカムへのつながり	不適正表示率を継続的に低いレベルに抑えた結果、消費者からの本制度に対する信頼は高まり、これは時代に即した制度の見直しと相まって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。				

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。		成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2023年度		最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値		90		90
	活動実績／成果実績		90		--
	達成率(%)		100		--
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（消費者政策会議決定）			
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf			
	該当箇所	重点項目 5 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討			

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	食品表示は、食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保に関して、重要な役割を果たしており、これを適切に企画・立案・運用するために、国費投入の必要性が認められる。また、活動実績が見込みに見合ったものであることから有効性についても妥当であると評価できる。予算の執行率に関しても経年的に改善されていることから適切に執行されている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、適切な予算執行に努めるとともに、時代に即した制度の企画・立案・運用を実施する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	調達全般が少額のため随意契約による契約となっているが、複数社からの見積もりをとるなどより競争性を確保しつつ適切な予算執行に努められたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	少額な契約においても複数社から見積もりをとるなど、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。		
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) アライ印刷	4,128	1	製本・印刷業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		(株) アライ印刷 他		4,128	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
		「食物アレルギーのお客様との会話で困った経験ありませんか」～の印刷 随意契約（少額）		2,477	--	--	--
		「外食・中食での食物アレルギー動画普及啓発資材（リーフレット）」の印刷 随意契約（少額）		1,376	--	--	--
		リーフレット「知っていますか？～」のレイアウト調整及び印刷・製本業務 随意契約（少額）		275	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	株式会社ティーシーフォーラム 等	2,388	1	会場借料等		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社ティーシーフォーラム		1,776	2120001077610		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		「第１０７回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等 随意契約（少額）		489	--	--	--
		「第１１０回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等 随意契約（少額）		470	--	--	--
		「特別用途食品の許可等に関する委員会」開催に係る会場借料等 随意契約（少額）		413	--	--	--

	第6回「食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議」開催に係る会場借料等 随意契約（公募）	404	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
(株) ティーケーピー		612	7010001105955		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	第5回食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議 随意契約（少額）	612	0	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 マルワ等	952	3	デザイン校正	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社 マルワ		825	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
	「外食・中食～アレルギー動画研修教材～リーフレット」の デザインデータの校正業務 随意契約（少額）	825	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
公益社団法人 日本食品衛生協会		83	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
	容器包装詰低酸性食品に関する周知啓発パンフレットの版下 作成 随意契約（少額）	83	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会		44	7010005014509		
	契約概要（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

			「訪日外国人旅行者向け～コミュニケーションツール」のU C D A 認証の更新 随意契約（少額）		44	--	--	--	
	支出先ブロック名				合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	D	日本コンベンションサービス株式会社等			754	2	翻訳業務		
		支出先名			支出額	法人番号			
		日本コンベンションサービス株式会社			754	2010001033161			
		契約概要（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	
		食物アレルギー公定検査法翻訳業務 随意契約（少額）			754	--	--	--	
	支出先ブロック名				合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	E	扶桑速記印刷（株）			169	1	会議速記		
		支出先名			支出額	法人番号			
		扶桑速記印刷（株）			169	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	
		会議速記 随意契約（少額）			169	--	--	--	
	費目・使途 （単位：千円）		支出先名		契約概要（契約名）		費目		使途
	--	--		--		--		--	--
国庫債務負担行 為等による契約 先リスト （単位：千円）		契約先名			契約額		法人番号		
		--			--		--		

その他備考

--

消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁							
	事業所管課室	消費者庁 参事官（調査研究・国際担当）							
	作成責任者	柳沢信高							
	その他担当組織	--							
基本情報	予算事業ID	000491	事業開始年度	2014		事業終了（予定）年度	終了予定なし		
	事業年度	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			（27）消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--				主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	消費者白書（「消費者政策の実施の状況」及び「消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」）を作成し、消費者問題の現状等に対する消費者の理解促進を通じて、消費者被害の拡大及び発生防止を図る。							
	現状・課題	消費者の意識や行動等について、様々なツールを用いて調査を実施し、消費者問題の現状や求められる政策ニーズ等を把握する。 また、消費者白書について、消費者にとって有益な情報を記載するとともに、より多くの消費者に対して情報提供・周知啓発を行う。							
	事業の概要	・調査・研究 ①消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策に関する調査・研究を実施する。 ②消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。 ・消費者白書 次の情報を取りまとめ、消費者白書の作成・公表を行う。 ①政府が講じた消費者政策の実施状況（消費者基本法に基づくもの） ②消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果（消費者安全法に基づくもの） ③その他、調査・研究の結果							
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/							
根拠法令	法令名				法令番号	条		項	号・号の細分
	消費者基本法				昭和四十三年法律第七十八号	第十条の二		--	--
	消費者安全法				平成二十一年法律第五十号	第十三条		--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

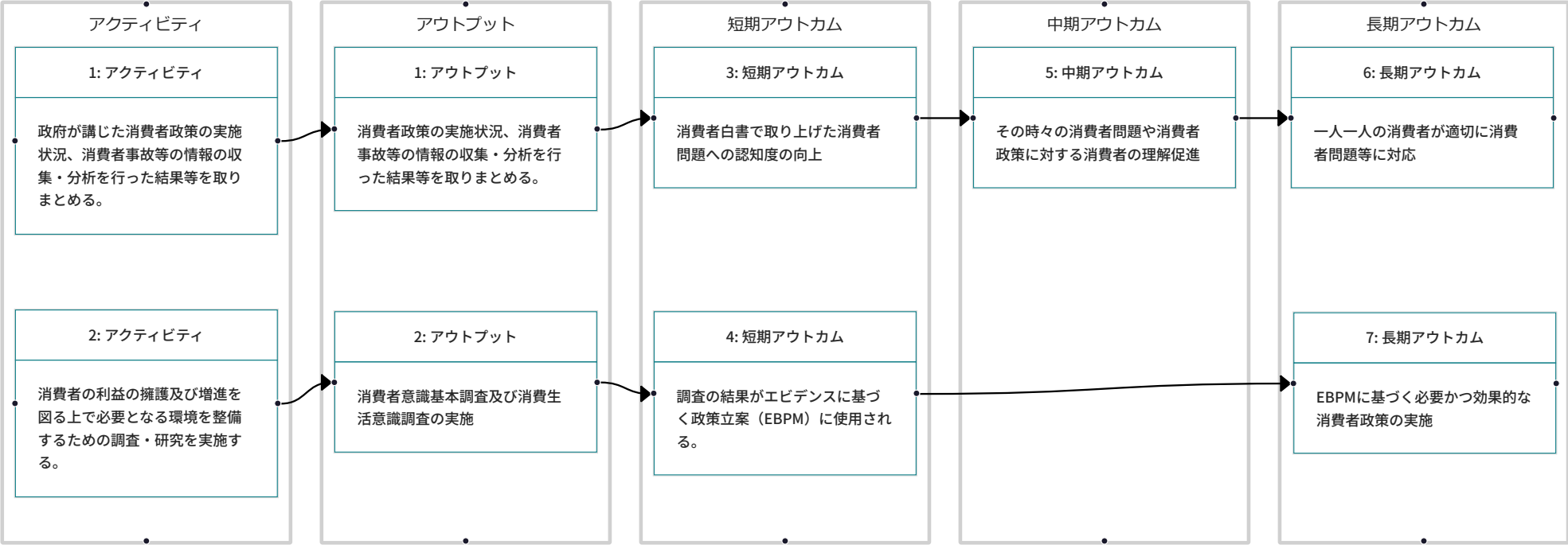
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	123,000	86,000	69,000	72,400
	当初予算		56,000	66,000	75,000	69,629	--
	補正予算		△100	△60	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		3,100	--	--	--	--
	計		59,000	65,940	75,000	69,629	0
	執行額		59,000	60,000	61,282	--	--
	執行率		100%	91%	81.7%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--	--		--	
		予算種別/歳出予算項目		備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算		--		56,665	59,470
		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	12,312
		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		--		324	324
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費					
		当初予算		--		182	182
		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		--		112	112
		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	通信運搬費や人件費等の積算単価の見直しにより増額	その他特記事項	--
--------	--------------------------	---------	----

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	政府が講じた消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。				
アウトプット	活動目標	消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。		活動指標	消費者白書の作成・公表回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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(回数)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(回数)	1	1	1	1
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者に消費者白書で取り上げたその時々々の消費者問題等の内容を知ってもらうことにより、消費者問題や消費者政策の認知度が高まるため。				
短期アウトカム	成果目標	消費者白書で取り上げた消費者問題への認知度の向上		成果指標	消費者白書が全国紙（5大紙）で報道された回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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(回数)	4	4	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	4	7	7	--
	達成率(%)	100	175	100	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者白書の内容を認識する者が増えることで、その時々々の消費者問題や消費者政策に対する理解促進につながるため。				

中期アウトカム	成果目標	その時々消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進	成果指標	その時々消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・白書講演会の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果等によれば、白書で取り上げた消費者問題や消費者政策について、高い理解度が得られた ・また、各府省庁や地方自治体の消費者行政担当者の理解促進につながった	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	その時々消費者問題や消費者政策に関する消費者の理解促進については、その時々社会情勢によって取り上げる問題や力を入れる政策も左右されるため、消費者の理解促進についても1つの定量指標で測定することが難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	その時々消費者問題や消費者政策に対する理解が促進されることで、消費者においては、一人一人の消費者力が上がり消費者問題等の解決に資するようになるとともに、各省庁や地方自治体においては、各組織において必要となる消費者政策が把握できるようになることから適切な消費者政策が行われるようになるため。			
長期アウトカム	成果目標	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応	成果指標	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費生活意識調査（「消費者トラブルに遭った際、相談するなど解決に向けた行動をする」ことを心がけているとした人の割合が7割以上） ・各省庁や地方自治体において消費者にとって必要な消費者政策の実施がとられるよう担保される効果があった	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	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応することについて、消費者それぞれが対応する消費者問題は様々であるため、対応の程度を1つの定量指標で測定することが難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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(%)		--	

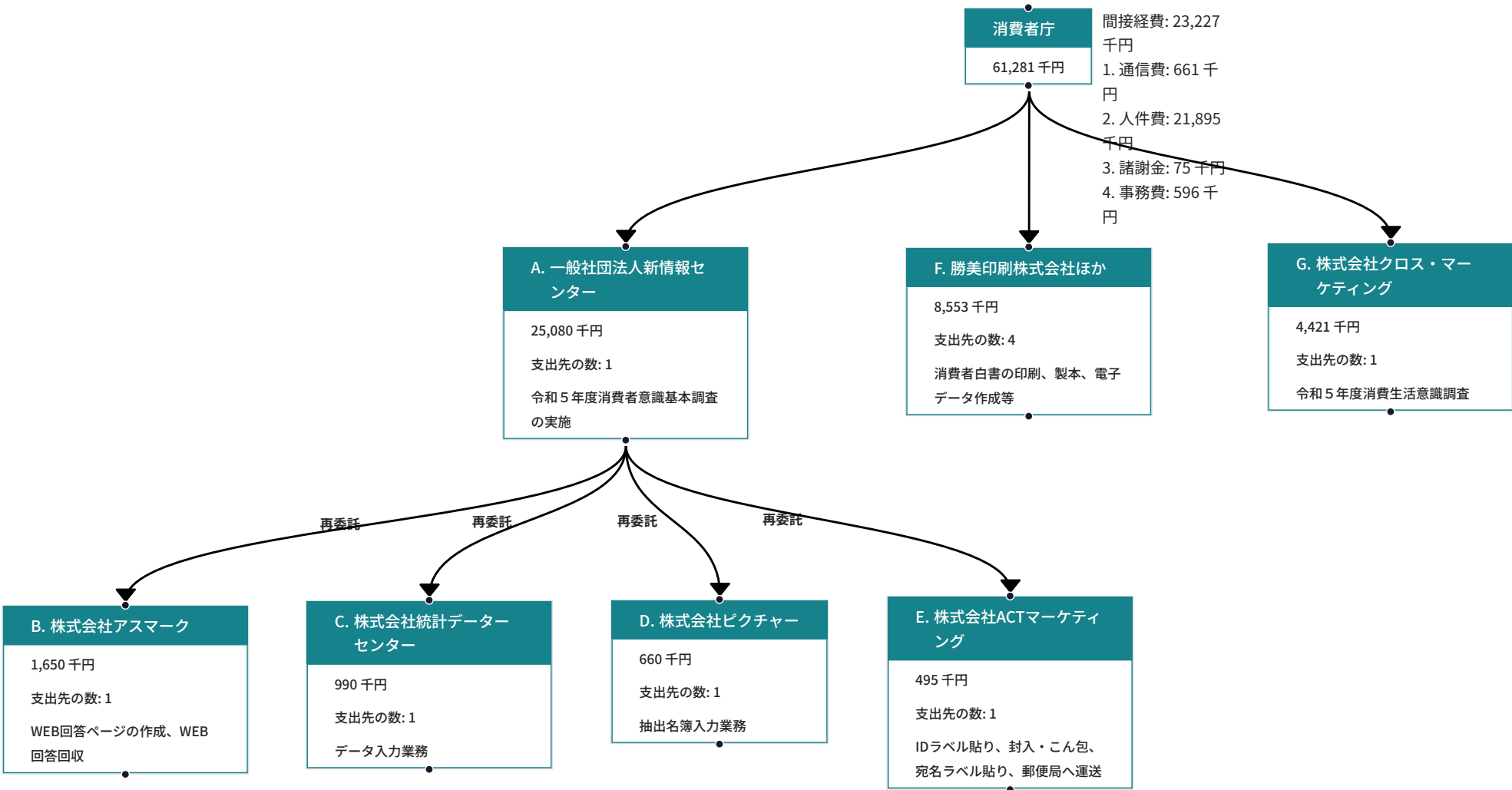
アクティビティからの発現経路 2-2-4-7

アクティビティ	消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。				
アウトプット	活動目標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施		活動指標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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(回数)	1	1	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	1	7	6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	調査などで収集したエビデンスが政策立案に活用されることで、効果的な消費者政策が実施できるため。				
短期アウトカム	成果目標	調査の結果がエビデンスに基づく政策立案（EBPM）に使用される。		成果指標	消費者基本計画工程表においてKPIとして設定されている成果を測定した回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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5年6月13日改定） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf ○消費生活意識調査 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003 ○消費者意識基本調査 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(設問数)		--	26	29
	活動実績／成果実績(設問数)		26	29	--
	達成率(%)		--	111.5	--
 後続アウトカム へのつながり	消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現するため、エビデンスに基づく政策立案（EBPM）を実施する必要がある。				
長期アウトカム	成果目標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の実施		成果指標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の検討
	定性的なアウトカムに 関する成果実績	消費者基本計画工程表における重点施策のKPIに本事業の調査 結果が活用され、かつ、同工程表の改定作業を通じて各施策の PDCAサイクルへ寄与		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	様々な消費者政策についてのEBPMに基づく効果的な改善状況 を単一の定量指標をもって図ることは難しい。		アウトカムを複数段階 で設定できない理由	--
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（令和5年6月13日改定）			
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf			
	該当箇所	重点項目 1			

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・消費者白書は、消費者基本法及び消費者安全法の規定に基づき、国会への報告を行うことが義務付けられており、必要不可欠である。また、当該白書において、消費者意識・行動や様々な政策ニーズについて記載できるように、消費者意識基本調査を実施し、調査結果に基づき消費者問題の現状や課題を分析している。 ・消費者白書の作成（及びそれに付随する意識基本調査の委託）においては、基本的には一般競争入札を行い、また、少額の事業に係る随意契約においても見積合わせを活用することで、より競争性が確保されるよう努めた。今後は、消費者白書のオンライン活用を推進することで、関係行政機関、地方公共団体及び国民生活センターへの冊子提供数について見直しを図り、更なる経費削減に努めている。 ・消費者白書は、印刷請負相手方において市販版も作成し、一般消費者が様々な媒体で消費者白書に触れることができるよう工夫を行っている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、関係各所と連携し必要な調査・研究を行い、収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	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	競争による調達の実施やオンラインの活用など経費削減に努めている点について評価する一方、一者応札については応札者を増やすため、引き続き、仕様書の内容や参加条件の見直しなどの検討を行っていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘を踏まえ、引き続き、調達において応札者を増やせるよう仕様書の内容や参加条件の見直しなどの検討を行っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A 一般社団法人新情報センター		25,080	1	令和5年度消費者意識基本調査の実施		
	支出先名		支出額	法人番号			
	一般社団法人新情報センター		25,080	1011005000041			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	令和5年度消費者意識基本調査 一般競争契約（最低価格）		25,080	1	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B 株式会社アスマーク		1,650	1	WEB回答ページの作成、WEB回答回収		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社アスマーク		1,650	2010901015886			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	「令和5年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収 その他(Aの再委託)		1,650	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C 株式会社統計データーセンター		990	1	データ入力業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社統計データーセンター		990	6030001088118			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	「令和5年度消費者意識基本調査」業務に係るデータ入力業務 その他(Aの再委託)		990	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		

D	株式会社ピクチャー	660	1	抽出名簿入力業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ピクチャー	660	6010001055086			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	「令和５年度消費者意識基本調査」業務に係る抽出名簿入力業務 その他(Aの再委託)	660	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E	株式会社ACTマーケティング	495	1	IDラベル貼り、封入・こん包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社A C Tマーケティング	495	7040001025465			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	「令和５年度消費者意識基本調査」業務に係るIDラベル貼り、封入・こん包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送 その他(Aの再委託)	495	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	勝美印刷株式会社ほか	8,553	4	消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	勝美印刷株式会社	7,828	9010001001855			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	令和５年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成、和文英訳等の作業請負 一般競争契約（総合評価）	7,549	1	--	--	
令和６年版消費者白書に掲載する図表画像の作成作業請負 随意契約（少額）		158	--	--	--	

		令和5年版消費者白書市販版の購入 随意契約（少額）	121	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社明和サービス		284	8011201011876			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	令和5年版消費者白書のこん包・発送 随意契約（少額）		284	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人A		284	--			
	契約概要（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	
	消費者白書の普及啓発に係るチラシ等の作成業務 随意契約（少額）		198	--	--	--	
	消費者白書の普及啓発に係るイラストの作成業務 随意契約（少額）		86	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社太陽美術		157	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	
	令和5年版消費者白書概要版の印刷 随意契約（少額）		157	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	G	株式会社クロス・マーケティング		4,421	1	令和5年度消費生活意識調査	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社クロス・マーケティング		4,421	9010001086351			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	令和5年度消費生活意識調査 一般競争契約（最低価格）		4,421	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	一般社団法人新情報センター	令和5年度消費者意識基本調査	雑役務費	令和5年度消費者意識基本調査の実施	21,285
	--	--	--	再委託費	WEB回答ページの作成、回答回収業務を株式会社アスマークに業務委託	1,650
	--	--	--	再委託費	データ入力業務を株式会社統計データーセンターに業務委託	990
	--	--	--	再委託費	抽出名簿入力業務を株式会社ピクチャーに業務委託	660
	--	--	--	再委託費	IDラベル貼り、封入・こん包等業務を株式会社ACTマーケティングに業務委託	495
	B	株式会社アスマーク	「令和5年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収	雑役務費	WEB回答ページの作成、WEB回答回収	1,650
	F	勝美印刷株式会社	令和5年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成、和文英訳等の作業請負	印刷製本費	令和5年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等	7,549
	G	株式会社クロス・マーケティング	令和5年度消費生活意識調査	雑役務費	令和5年度消費生活意識調査	4,421
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名		契約額	法人番号	
		--		--	--	

その他備考

--

消費者行政に係る国際的な連携の強化

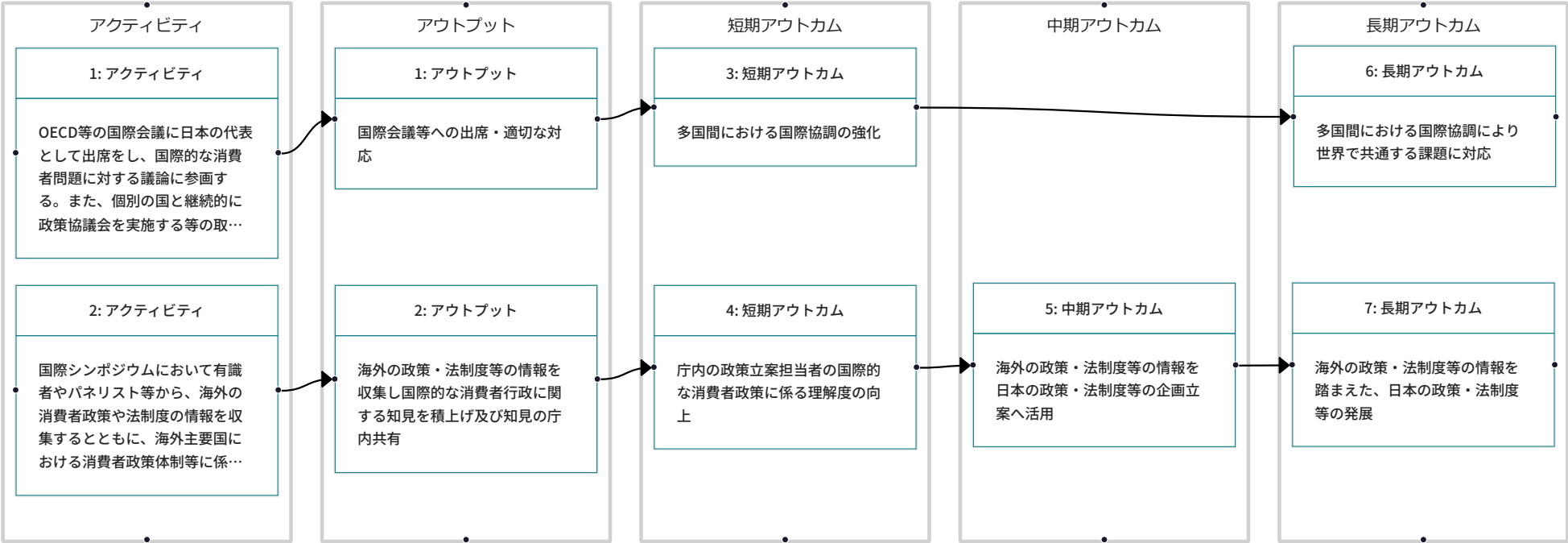
基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁					
	事業所管課室	消費者庁 参事官（調査研究・国際担当）					
	作成責任者	柳沢信高 大友伸幸					
	その他担当組織	--					
基本情報	予算事業ID	000457	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	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		(28) 消費者行政に係る国際的な連携の強化		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	グローバル化やデジタル化の進展等による越境的な取引の増加などに伴い、様々な消費者問題が国境を越えて発生している。解決に当たっては、海外当局との連携強化が必要であり、また、新たな消費者問題は、世界共通であるため感度高く国際的な動向を注視する必要がある。それらのことを通じて、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。					
	現状・課題	様々な消費者問題が国境を越えて発生しており、その解決に当たっては、海外当局との連携を強化していくことが求められる。また、海外で発生している消費者問題等を迅速に把握し、適切に対応する必要がある。					
	事業の概要	OECD消費者政策委員会を始めとする国際会合への参画等を通じ、国際的な知見の収集や連携の強化を行う。また、海外当局との協力・連携の促進のため、国際会合等を通じて各国消費者行政機関との間で協力関係構築のための協議・意見交換等を行う。 消費者庁新未来創造戦略本部において、国際共同研究等の新たな取組を推進し、有用な施策の積極的な導入に取り組むとともに、国際シンポジウム等を開催し、各国の法制度や現状を把握するとともに、日本の消費者行政を発信する。					
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/					
根拠法令	法令名			法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者基本法			昭和四十三年法律第七十八号	第二十一条	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名				計画・通知等URL		
	消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定）				https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf		
	--				--		
	--						

補助率	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
実施方法	直接実施			
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		--	168,000	150,000	157,000	143,778		
	当初予算		106,000	95,000	107,000	130,178	--		
	補正予算		△33	△23	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		△3,100	--	△3,233	--	--		
	計		102,867	94,977	103,767	130,178	0		
	執行額		83,000	76,000	71,784	--	--		
	執行率		80.7%	80%	69.2%	--	--		
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	--		30,000		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費				--	65,308	77,398
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 経済協力開発機構拠出金				--	36,827	36,827
		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				--	20,831	22,365
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				--	4,558			



アクティビティからの発現経路 1-1-3-6

アクティビティ	OECD等の国際会議に日本の代表として出席をし、国際的な消費者問題に対する議論に参画する。また、個別の国と継続的に政策協議会を実施する等の取組で、充実した政策対話を行う。				
活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	国際会議等への出席・適切な対応		活動指標	国際会議等への出席回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	--	--	36	36
	活動実績／成果実績(件)	31	36	47	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	OECD等の国際会議における多国間での取組及び個別の国・地域等と密接に連携できる関係を構築する必要があるため。				
短期アウトカム	成果目標	多国間における国際協調の強化		成果指標	多国間における国際協調への貢献状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	OECD消費者政策委員会及び製品安全作業部会において、副議長を長年務めており、議論を主導する重要な役割を担っている。		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	多国間における国際協調については、個別の国・地域等との関係構築度合いを定量指標で測定することが難しい。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	個別の国・地域等との会議に参加し、重要な役割を担う等を通じて、多国間における関係の構築を維持・強化することで、世界で共通する課題に対応できる関係にしておくため。				

長期アウトカム	成果目標	多国間における国際協調により世界で共通する課題に対応		成果指標	国際的キャンペーンへの参加回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回)	3	3	2	3
	活動実績／成果実績(回)	3	3	2	--
	達成率(%)	100	100	100	--

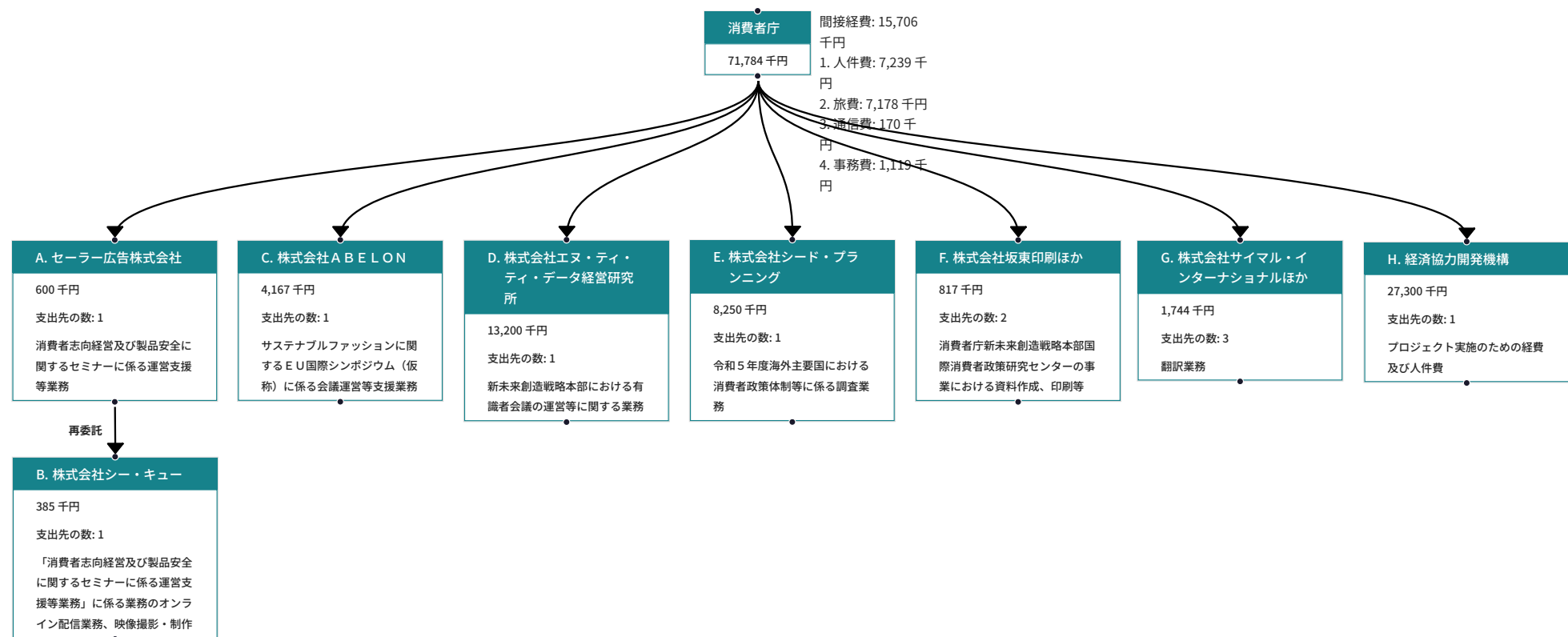
アクティビティからの発現経路 2-2-4-5-7

アクティビティ	国際シンポジウムにおいて有識者やパネリスト等から、海外の消費者政策や法制度の情報を収集するとともに、海外主要国における消費者政策体制等に係る調査を実施している。これらの他にも海外当局などから、先進的な消費者政策・法制度の情報を収集し、それらによって得られた、海外の政策・法制度に関する情報は、庁内に共有している。				
活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	海外の政策・法制度等の情報を収集し国際的な消費者行政に関する知見を積上げ及び知見の庁内共有		活動指標	国際シンポジウム等の開催件数
	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)	--	--	3	3
	活動実績／成果実績(件)	4	3	6	--
 後続アウトカムへのつながり	収集した海外の政策・法制度等の国際的な消費者行政に関する知見を庁内共有する際、分かりやすい情報発信がなされることで、庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上が期待されるため。				
短期アウトカム	成果目標	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上		成果指標	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解促進の状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	「サステナブルファッションに関する日EU国際シンポジウム」を開催するなどし、庁内の政策立案担当者等が参加したり、関係者がその結果の報告を行うことを通じて、国際的な消費者政策に係る理解促進に寄与した。		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	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上を定量指標で測定することが難しい。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	海外の政策・法制度等の情報が企画立案にいかされることで、より視野の広く、高いレベルの検討が可能となるため。				

中期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を日本の政策・法制度等の企画立案へ活用	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を日本の政策・法制度等の企画立案へ活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	海外の政策・法制度等の情報（例：EUにおける消費者法制に係る立法動向等）を、今後の検討にも資する参考資料として庁内の政策立案担当者に共有された。	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	政策・法制度の企画立案への活用状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	海外の政策・法制度等の情報をいかして日本の政策等を行っていくことが重要であるため。			
長期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の発展	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	共有された海外の政策・法制度等の情報（例：EUにおける消費者法制に係る立法動向等）も参考としつつ、日本の政策等が進められた。	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	海外の情報を踏まえた政策・法制度の実施状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	・国際的な情報交換や議論を通し、協力の推進・強化を積極的に行うことは重要であり各国の政策当局との協力関係の構築を図るためには、我が国を代表する政府機関の国際会議等への参加が必要不可欠である。また、グローバル化やデジタル化が進展し、消費者問題が多様化・複雑化する中、既存の枠組みにとられない実効的な施策の検討・展開が求められており、学術的な知見や諸外国の先進的事例・先行研究等の政策対話等を通じた収集、また、それらを踏まえた調査研究等が不可欠である。 ・OECDへの拠出金について、日本の問題意識を的確に反映するために合理的かつ真に必要なものに限定して支出している。また調達手続においては、競争入札又は見積合わせを行うことで、競争性の確保に努めている。 ・国際シンポジウムの開催のほか、新型コロナウイルス感染症の感染拡大及びデジタル化の加速に対応した国際プロジェクトへの貢献等は、消費者行政における国際的な協力関係の構築等に寄与していると考えられる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、多国間での取組及び個別の国・地域等と密接に連携できる関係を構築し、また海外の消費者政策・法制度の情報を収集し日本の政策等に活用できるよう、適切かつ効果的な事業の執行を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	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	御指摘を踏まえ、引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (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	セーラー広告株式会社	600	1	消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		セーラー広告株式会社		600	9470001002353		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務 随意契約（少額）		600	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	株式会社シー・キュー	385	1	「消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務」に係る業務のオンライン配信業務、映像撮影・制作		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社シー・キュー		385	3470001007556		
		契約概要（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
		「消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務」に係る業務のオンライン配信業務、映像撮影・制作 --		385	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C	株式会社ABELON	4,167	1	サステナブルファッションに関するEU国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社ABELON		4,167	6040001097893		
		契約概要（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に関するEU国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務 一般競争契約（最低価格）		4,167	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	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	13,200	1	新未来創造戦略本部における有識者会議の運営等に関する業務		
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		13,200	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	
新未来創造戦略本部における有識者会議の運営等に関する業務 一般競争契約（最低価格）		13,200	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		
E	株式会社シード・プランニング	8,250	1	令和5年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社シード・プランニング		8,250	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	
令和5年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務 --		8,250	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	株式会社坂東印刷ほか	817	2	消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センターの事業における資料作成、印刷等		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社坂東印刷		718	8480001004531			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」の印刷・製本・発送 --		718	--	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
個人A		99	--			

		契約概要（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
		消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センターにおける「製品事故救済にかかる民事法制に関する国際研究」の資料作成についてのデザイン企画作業 随意契約（少額）	99	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	G	株式会社サイマル・インターナショナルほか	1,744	3	翻訳業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社サイマル・インターナショナル		837	6010001109206		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		新未来創造戦略本部における取組に関する海外への情報発信に係る資料の翻訳業務 随意契約（少額）	640	--	--	--
		令和５年度ＪＩＣＡ青年研修事業に関する資料の翻訳に係る業務 随意契約（少額）	197	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社十印		584	3010401048213		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		OECD 文書「Consumer vulnerability in the digital age」の翻訳業務 随意契約（少額）	457	--	--	--
		『「令和４年度消費者意識基本調査」の結果について』の翻訳業務 随意契約（少額）	96	--	--	--
		「世界消費者権利デーに係る大臣メッセージ」の翻訳業務 随意契約（少額）	31	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社インターブックス		323	6010001117893		

		契約概要（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
		消費者庁における消費者行政の歴史・使命や取組等の国際発信に向けた資料の英語翻訳業務 随意契約（少額）		323	--	--	--
	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	H	経済協力開発機構		27,300	1	プロジェクト実施のための経費及び人件費	
		支出先名		支出額	法人番号		
		経済協力開発機構		27,300	--		
		契約概要（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
		任意拠出金 --		27,300	--	--	--
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	セーラー広告株式会社	消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務	雑役務費	消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務		600
	C	株式会社ABELON	サステナブルファッションに関するEU国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務	雑役務費	サステナブルファッションに関するEU国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務		4,167
	E	株式会社シード・プランニング	令和5年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	雑役務費	令和5年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務		8,250
	H	経済協力開発機構	任意拠出金	任意拠出金	プロジェクト実施のための経費及び人件費		27,300
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

--

公益通報者保護制度の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 参事官（公益通報・協働担当）				
	作成責任者	浪越祐介				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000463	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	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		（29）公益通報者保護制度の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	

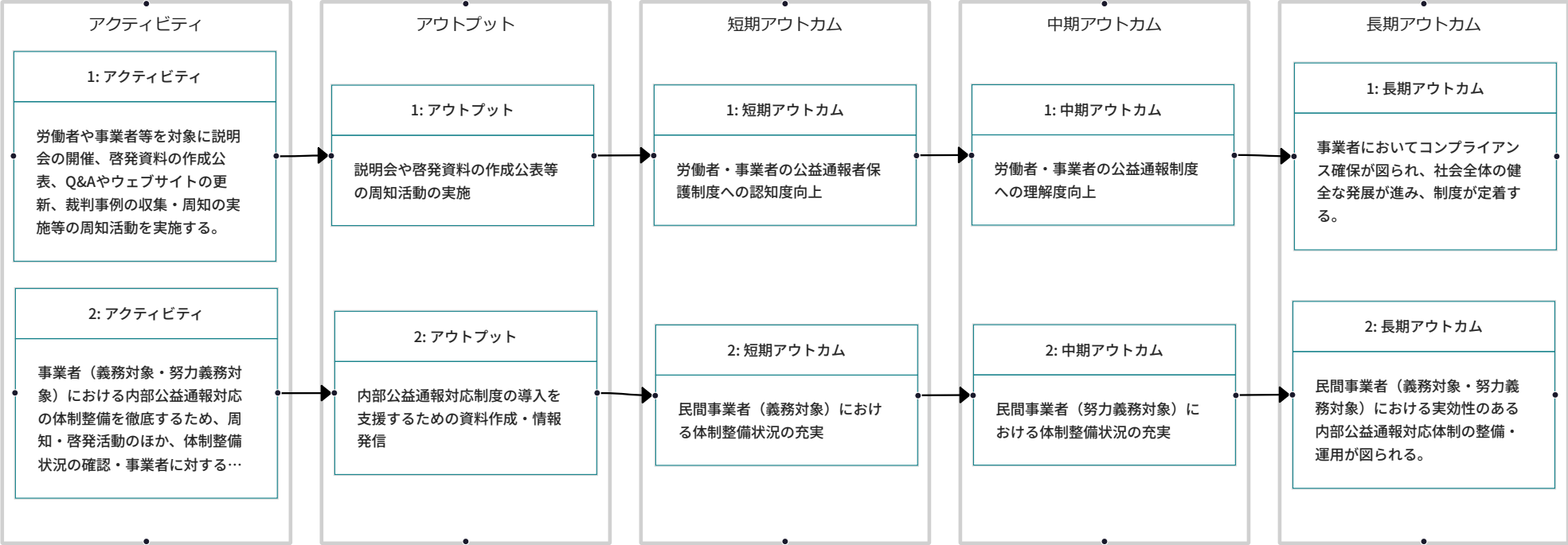
概要・目的	事業の目的	公益通報は、消費者の安全・安心を損なう事業者の法令違反を早期に是正し、被害の防止を図る点で消費者の安全・安心に資するものである。また、事業者にとっても、通報に適切に対応し、リスクの早期把握及び自浄作用の向上を図ることにより、企業価値及び社会的信用を向上させることができ、社会全体の利益を図る上で有用である。これらの意義を踏まえ、公益通報者保護制度の周知・啓発、通報窓口の整備促進、運用に関する情報収集・調査研究等を実施することで、公益通報者保護制度を推進し、公益通報者が守られるとともに、事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会経済の健全な発展が進むことを目的とする。			
	現状・課題	事業者の内部公益通報対応体制の整備を義務付ける等の内容を含む改正公益通報者保護法が令和4年6月1日に施行された。 施行から2年超が経過したところ、大手企業であっても内部公益通報対応体制が整備されていない事例が見られ、また、消費者庁が令和6年に公表した就労者、民間事業者及び行政機関に対する実態調査では、以下で示すような課題が明らかとなった。 ・従業員数300人超の事業者に勤める人の半分超が、内部通報制度を理解していない、内部通報窓口の設置を認知していないと回答するなど、事業者による就労者への周知・研修は必ずしも徹底されていないこと ・3分の2の民間事業者が、年間の通報受付件数について、「0件」、「1―5件」又は「把握していない」と回答しており、窓口を設置していても、その活用は十分ではないこと ・一定割合の事業者が、通報の受付や調査・是正を行う従事者を指定していない、内部規程を整備していない、通報を理由とする不利益取扱いの禁止について周知していないこと このため、公益通報者保護制度の認知度や理解度等の向上及び事業者における内部公益通報対応体制の徹底・促進を更に図る必要がある。			
	事業の概要	・労働者及び事業者に向けた公益通報者保護制度の周知・啓発に必要な動画・研修素材等を作成し、これらを活用した周知・啓発活動を行う。 ・改正公益通報者保護法の施行により義務付けられた事業者の内部公益通報対応体制の整備義務（中小事業者は努力義務）に関し、民間事業者及び行政機関における体制整備状況に関する実態調査結果も踏まえ、事業者向けの研修会の実施等を通じ整備促進を図るとともに、体制整備状況の把握に努め、事業者の自主的な取組を促進する施策等を実施する。 ・国内・海外における公益通報者保護制度に関する実態調査を行い、周知・啓発や体制整備の促進、法制度の見直しにいかす。			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	公益通報者保護法	平成十六年法律第百二十二号	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL			
	第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）第5章2（4）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf			
	消費者基本計画工程表（令和5年6月13日改定）重点項目11	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf			
実施方法	直接実施				
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL	
	--	--	--	--	
備考	--				

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	60,000	116,200	91,000	235,326
	当初予算		67,000	92,200	102,000	90,604	--
	補正予算		--	--	88,000	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	47,850	--
	予備費等		△4,000	--	--	--	--
	計		63,000	92,200	190,000	138,454	0
	執行額		49,000	46,000	144,473	--	--
	執行率		77.8%	49.9%	76%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--	150,000		--	
		予算種別/歳出予算項目		備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--		56,057	200,917
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--		24,481	24,670
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--		4,657	4,657
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--		3,671	3,344
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--		1,738	1,738
		前年度から繰越し --		--		47,850	--

主な増減理由	公益通報者保護制度の周知・啓発等に係る経費について増額要求を行ったため。	その他特記事項	--
--------	--------------------------------------	---------	----



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	労働者や事業者等を対象に説明会の開催、啓発資料の作成公表、Q&Aやウェブサイトの更新、裁判事例の収集・周知の実施等の周知活動を実施する。				
アウトプット	活動目標	説明会や啓発資料の作成公表等の周知活動の実施		活動指標	説明会参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	--	--	2,000	2,000
	活動実績／成果実績(人)	6,263	2,078	2,503	--
 後続アウトカムへのつながり	説明会の開催や啓発資料の作成・公表により公益通報者保護制度について周知を図り、労働者や事業者は、公益通報者保護制度の存在を知ること、公益通報に対する意識の醸成へのきっかけとなると考えられるため、制度に対する認知度をアウトカムとして設定。				
短期アウトカム	成果目標	労働者・事業者の公益通報者保護制度への認知度向上		成果指標	就労者の公益通報者保護制度に対する認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	内部通報制度に関する就労者 1 万人アンケート調査（令和 5 年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度		目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	30	--		40
	活動実績／成果実績(%)	38.6	--		--
	達成率(%)	128.7	--		--
 後続アウトカムへのつながり	公益通報者保護制度に対する認知度向上（制度の存在の認知）により、その次の段階として公益通報者保護制度の内容への理解へと進むことができると考えられるため、制度に対する理解度をアウトカムとして設定。				

中期アウトカム	成果目標	労働者・事業者の公益通報制度への理解度向上		成果指標	就労者の公益通報制度に対する理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	内部通報に関する就労者1万人アンケート調査（令和5年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		25	--	35
	活動実績／成果実績(%)		30.2	--	--
	達成率(%)		120.8	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	公益通報者保護制度への認知・理解が進むことで、制度の定着、すなわち労働者等による通報や、事業者におけるコンプライアンス確保等の社会的気運が醸成されと考えられるため、制度の定着をアウトカムとして設定。				
長期アウトカム	成果目標	事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会全体の健全な発展が進み、制度が定着する。		成果指標	公益通報者保護制度の社会全体における定着状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	内部通報制度の理解度が高いほど、勤務先で重大な法令違反を目撃した場合の通報意欲が高い傾向にある、また、同制度を導入している事業者の不正発見の端緒として「内部通報」の回答割合が最も高い（76.8%）等の結果が得られている。 （内部通報制度に関する就労者1万人アンケート調査（令和5年度）、民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和5年度））		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	社会全体で定着と言えるには、各人における認知・理解度の向上のほか、事業者における体制整備・運用が図られる等、複合的に評価されるもので、単一のアウトカム指標の設定が困難なため		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	事業者（義務対象・努力義務対象）における内部公益通報対応の体制整備を徹底するため、周知・啓発活動のほか、体制整備状況の確認・事業者に対する行政措置（任意の問合せを含む。）等を実施する。			
アウトプット	活動目標	内部公益通報対応制度の導入を支援するための資料作成・情報発信	活動指標	消費者庁ウェブサイト「はじめての公益通報者保護法」へのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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)		20,000	20,000
	活動実績／成果実績(件)		21,458	--
 後続アウトカムへのつながり	説明会の開催や啓発資料の作成・公表により、公益通報者保護制度に対する理解を深めるとともに、事業者の通報担当者の知見・ノウハウの引継ぎ・更新を図ることができ、内部公益通報対応体制の継続した充実化を図ることが可能となると考えられるため、短期アウトカムとしては、民間事業者（義務対象）における体制整備状況を設定。			
短期アウトカム	成果目標	民間事業者（義務対象）における体制整備状況の充実	成果指標	民間事業者（義務対象）における窓口設置等の体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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）	民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和5年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカ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(%)		85	--
	活動実績／成果実績(%)		91.5	--
	達成率(%)		107.6	--
 後続アウトカムへのつながり	努力義務対象にとどまる民間事業者においても、内部公益通報対応体制整備の促進・充実が図られることにより、同制度が定着し、これまで通報をためらっていた労働者等の通報が期待できるようになるとともに、事業者においてもコンプライアンス確保が図られるようになると考えられるため、民間事業者（努力義務対象）の体制整備状況をアウトカムとして設定。			

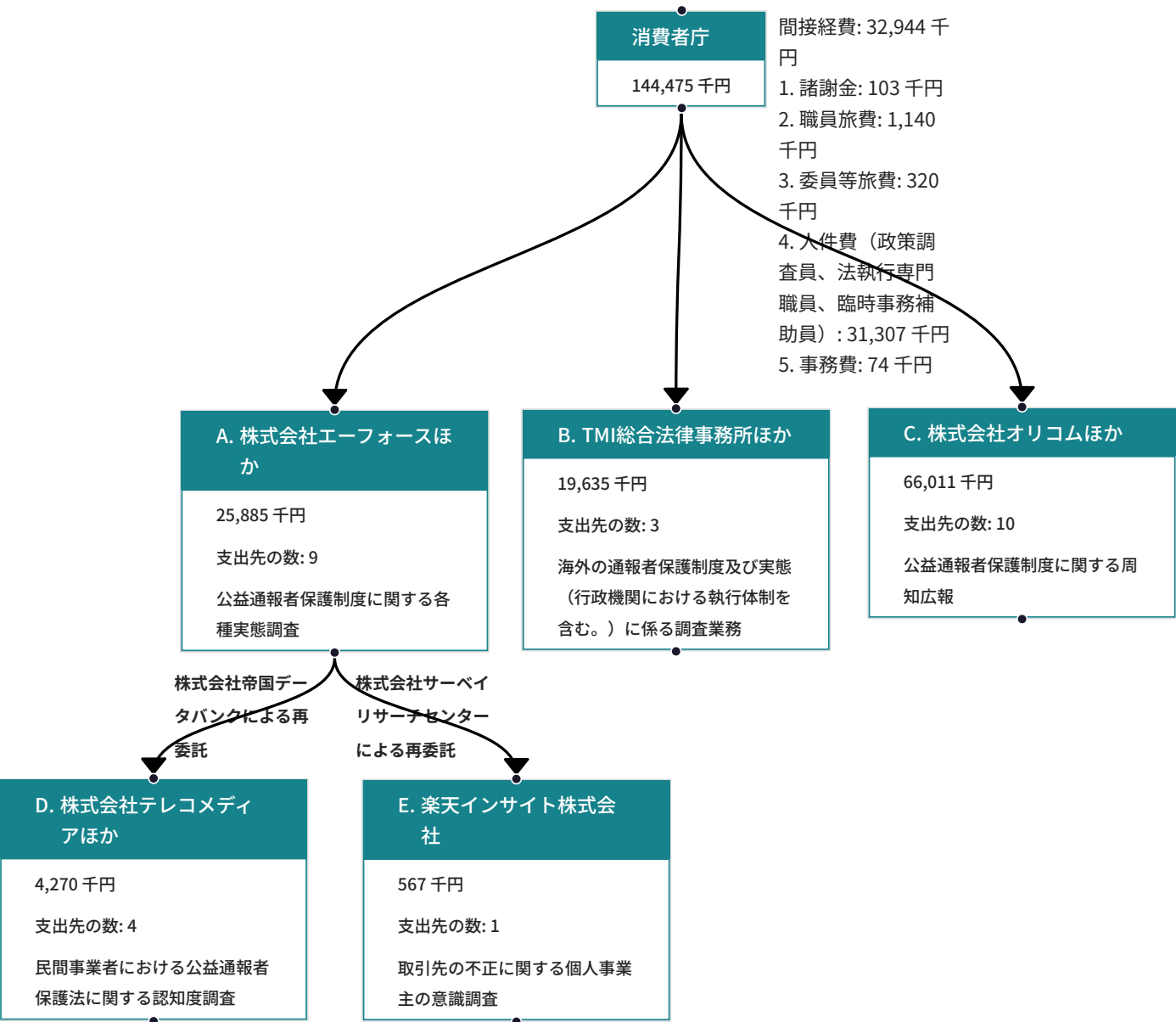
中期アウトカム	成果目標	民間事業者（努力義務対象）における体制整備状況の充実		成果指標	民間事業者（努力義務対象）における窓口設置等の体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和５年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		35	--	50
	活動実績／成果実績(%)		46.9	--	--
	達成率(%)		134	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者の規模にかかわらず、民間事業者における内部公益通報対応体制整備の促進・充実が図られることにより、同制度が定着し、これまで通報をためらっていた労働者等の通報が期待できるようになるとともに、事業者においてもコンプライアンス確保が図られるようになると考えられるため、成果目標として実効性のある内部公益通報体制の整備・運用をアウトカムとして設定。				
長期アウトカム	成果目標	民間事業者（義務対象・努力義務対象）における実効性のある内部公益通報対応体制の整備・運用が図られる。		成果指標	民間事業者（義務対象・努力義務対象）における実効性のある体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	内部通報窓口の年間受付件数が、「０件」、「１～５件」又は「把握していない」と回答した事業者は65%で、平成28年度調査の77%より12%ポイント改善する等、窓口の活性化が図られているとの結果が得られた。 （民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和５年度））		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	体制整備・運用が実効性をもつかどうかは、内部規程の策定有無のほか、通報窓口の活用・周知状況等、複合的に評価されるものであり、単一のアウトカム指標の設定は困難なため		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績				2024年度	
	当初見込み／目標値(%)			--	

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	＜必要性＞ 公益通報者保護制度の推進による、企業不祥事等の早期是正が図られる環境の整備は、企業等の法令遵守を促進し、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現につながることから、必要性が高い事業である。 ＜効率性＞ 令和５年度の執行率が76%となっており、令和４年度（49.9%）から大幅に向上している。 ＜有効性＞ 大企業であっても、内部公益通報対応体制を整備していないことが明らかになったことを背景に、事業者における体制整備を強く推進するために、「内部通報制度導入支援キット」を策定・公表した。また、より効果的な周知広報を行うため、令和５年度補正予算に基づき、ターゲット（経営層・就労者）を絞った上でそれぞれに対応した広報物を作成し、また電車広告等これまでにない媒体を活用して周知啓発を行った。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	公益通報者保護制度の更なる定着、体制整備状況の改善に向けて、引き続き普及啓発を進めていく。特に、公益通報者保護制度の認知・理解が十分でない現状を踏まえ、より効果的な周知啓発を継続的に実施していくことを検討する。また、令和５年度に実施した就労者・民間事業者・行政機関への実態調査結果や、諸外国の公益通報者保護制度及び実態の調査結果等も踏まえ、令和６年度に「公益通報者保護制度検討会」を立ち上げて、同制度の導入・運用面での課題について議論を行っていく。		
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	2017
	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	執行率の向上を評価するとともに、引き続き効率的な予算執行に努めながら、公益通報者保護制度の更なる定着、体制整備状況の改善に向けて普及啓発に邁進されたい。
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	御指摘を踏まえ、引き続き、効率的な予算執行を図りながら、効果的な取組を実施する。		
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	--
----------	----

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 株式会社エーフォースほか		25,885	9	公益通報者保護制度に関する各種実態調査					
	支出先名		支出額	法人番号						
	株式会社エーフォース		6,996	2010001155749						
	契約概要（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「行政機関における公益通報者保護法の施行状況調査」 一般競争契約（最低価格）		6,996	3	--	--				
	支出先名		支出額	法人番号						
	株式会社帝国データバンク		6,512	7010401018377						
	契約概要（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				
	民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 一般競争契約（最低価格）		5,962	2	--	--				
	民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査に係る契約変更に伴う負担行為増 --		550	--	--	--				
	支出先名		支出額	法人番号						
	株式会社アズコムデータセキュリティ		5,478	6030001066131						
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由				
	民間事業者等における内部通報制度の実態調査業務 一般競争契約（最低価格）		5,478	1	--	--				
	支出先名		支出額	法人番号						
	MMD L a b o 株式会社		2,695	5011001095619						
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由				
	内部通報制度に関する意識調査 一般競争契約（最低価格）		2,475	3	--	--				

	内部通報制度に関する意識調査に係る契約変更に伴う負担行為増 --	220	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
D T 弁護士法人		1,969	7010005023583		
	契約概要（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
	企業不祥事における内部通報制度の実効性に関する調査・分析業務 一般競争契約（最低価格）	1,969	3	--	--
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		833	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
	取引先の不正に関する個人事業主の意識調査 随意契約（少額）	833	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社アズコムデータセキュリティ		660	6030001066131		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	民間事業者等における内部通報制度の実態調査結果集計データの報告書作成業務 随意契約（少額）	660	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社翻訳センター		583	1120001089458		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	公益通報者保護法に関する資料等の翻訳業務（日英・英日翻訳） 随意契約（少額）	320	--	--	--
	内部通報制度に関する意識調査報告書の翻訳業務（日英翻訳） 随意契約（少額）	263	--	--	--

	支出先名		支出額	法人番号				
	株式会社クロス・マーケティング		159	9010001086351				
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由		
	従事者に対する公益通報対応業務に関する意識調査 随意契約（少額）		159	--	--	--		
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			
	B TMI総合法律事務所ほか		19,635	3	海外の通報者保護制度及び実態（行政機関における執行体制を含む。）に係る調査業務			
	支出先名		支出額	法人番号				
	T M I 総合法律事務所		14,905	--				
	契約概要（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		
	海外の通報者保護制度及び実態（行政機関における執行体制を含む。）に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）		14,905	3	--	--		
	支出先名		支出額	法人番号				
	B A K E R A N D M C K E N Z I E L P C		4,180	--				
	契約概要（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		
	公益通報者の保護に関する海外・国内制度比較調査業務 一般競争契約（最低価格）		4,180	3	--	--		
	支出先名		支出額	法人番号				
	渥美坂井法律事務所弁護士法人		550	4010005021094				
	契約概要（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		
	公益通報者の保護に関する韓国の制度調査業務 随意契約（少額）		550	--	--	--		
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			
	C 株式会社オリコムほか		66,011	10	公益通報者保護制度に関する周知広報			

支出先名	支出額	法人番号					
株式会社オリコム	47,850	1010401006924					
契約概要（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			
公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等） 一般競争契約（最低価格）	47,850	6	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					
株式会社日本経済廣告社	8,986	7010001033082					
契約概要（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			
公益通報者保護制度の広告掲載業務（日経電子版及びデジタルサイネージ） 一般競争契約（最低価格）	8,986	2	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					
株式会社アライ印刷	3,017	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			
公益通報者保護制度に係るパンフレット等の印刷業務 随意契約（少額）	2,262	--	--	--			
ハローワークに向けた内部通報制度のパンフレット印刷業務 随意契約（少額）	755	--	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					
株式会社オリエンタル物流	2,585	9011801019764					
契約概要（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			
公益通報者保護制度に係るパンフレット等の梱包・発送業務 一般競争契約（最低価格）	2,186	9	--	--			
公益通報者保護制度に係るパンフレット等の梱包・発送業務 に係る変更契約に伴う負担行為増 --	399	--	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					

特定非営利活動法人リテル	1,549	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			
公益通報者保護制度に関する動画、パンフレット、リーフレット、ポスターの制作業務 随意契約（少額）	779	--	--	--			
公益通報者保護法に関する広報物の作成 随意契約（少額）	682	--	--	--			
公益通報者保護法に関する広報物を掲載するウェブページの トップ画像の作成 随意契約（少額）	88	--	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					
株式会社 a s a g i	580	4011501025282					
契約概要（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			
公益通報者保護制度に関する説明会の収録及び動画配信業務 随意契約（少額）	580	--	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					
株式会社サムシングファン	495	7120901022181					
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由			
公益通報者保護制度に関する民間事業者向け説明会の収録業務 随意契約（少額）	495	--	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					
勝美印刷株式会社	495	9010001001855					
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由			
公益通報者保護制度に係るポスターの印刷・梱包・発送 随意契約（少額）	495	--	--	--			
支出先名	支出額	法人番号					

	株式会社ナツメスタジオワークス		300	7010001114270				
	契約概要（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		
	公益通報者保護制度に関する説明会動画の編集・配信業務 随意契約（少額）		300	--	--	--		
	支出先名		支出額	法人番号				
	株式会社メトロアドエージェンシー		154	1010401067272				
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由		
	東京メトロ駅構内への公益通報者保護制度に関するポスター の掲出 随意契約（少額）		154	--	--	--		
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			
	D 株式会社テレコメディアほか		4,270	4	民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査			
	支出先名		支出額	法人番号				
	株式会社テレコメディア		2,475	8013301012291				
	契約概要（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		
	民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)		2,475	--	--	--		
	支出先名		支出額	法人番号				
	株式会社サン・プロンプト		1,267	3011201002112				
	契約概要（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		
	民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)		1,267	--	--	--		
	支出先名		支出額	法人番号				
	ノーツ株式会社		330	5012401032087				
	契約概要（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		

		民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)	330	--	--	--		
	支出先名		支出額	法人番号				
	株式会社アール		198	9010401000886				
		契約概要（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		
		民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)	198	--	--	--		
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			
	E	楽天インサイト株式会社	567	1	取引先の不正に関する個人事業主の意識調査			
		支出先名	支出額	法人番号				
		楽天インサイト株式会社	567	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		
		取引先の不正に関する個人事業主の意識調査 その他(再委託)	567	--	--	--		
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	株式会社エーフォース	令和5年度「行政機関における 公益通報者保護法の施行状況調 査」	雑役務費	令和5年度「行政機関における公益通報者 保護法の施行状況調査」	6,996		
	B	T M I 総合法律事務所	海外の通報者保護制度及び実態 （行政機関における執行体制を 含む。）に係る調査業務	雑役務費	海外の通報者保護制度及び実態（行政機関 における執行体制を含む。）に係る調査業 務	14,905		
	C	株式会社オリコム	公益通報者保護制度の広告掲載 業務（新聞、雑誌、インターネ ット等）	雑役務費	公益通報者保護制度の広告掲載業務（新 聞、雑誌、インターネット等）	47,850		
国庫債務負担行 為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名	契約額	法人番号				
		--	--	--				

その他備考

--

消費者志向経営の推進

基本情報

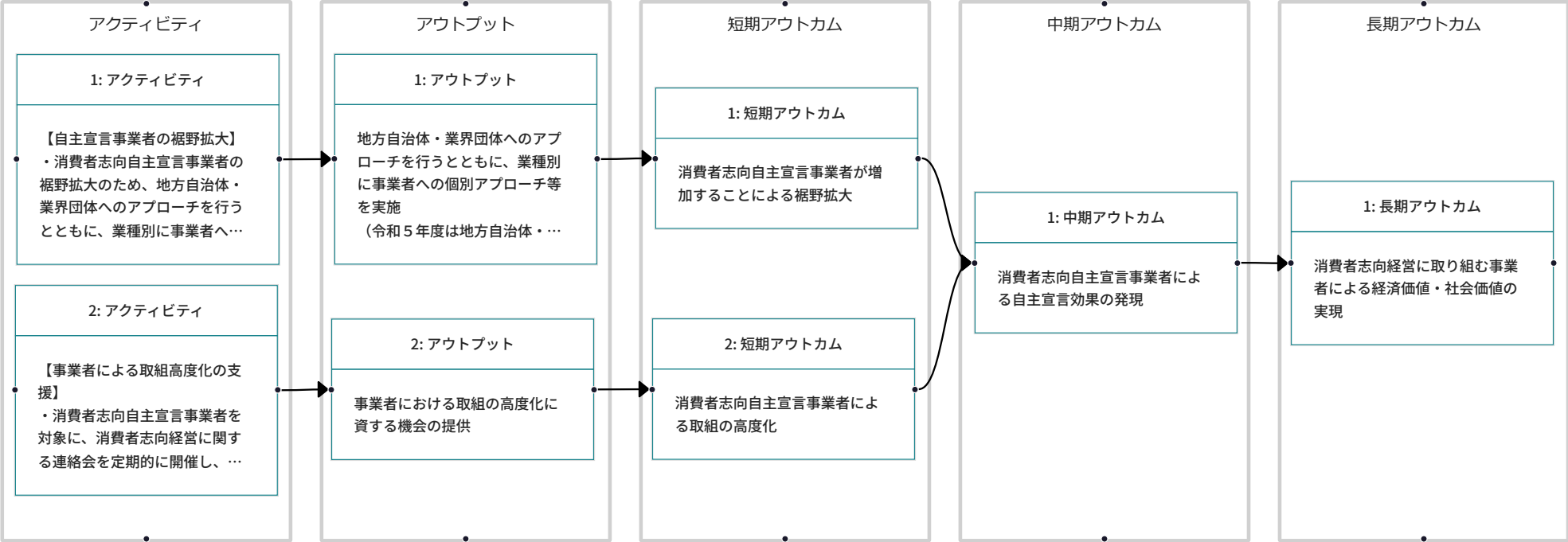
組織情報	府省庁	消費者庁						
	事業所管課室	消費者庁 参事官（公益通報・協働担当）						
	作成責任者	浪越祐介						
	その他担当組織	--						
基本情報	予算事業ID	000492	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし		
	事業年度	2024	事業区分		前年度事業			
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL		
	消費者庁	1. 消費者政策の推進		(30) 消費者志向経営の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/		
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	世界中で持続可能な社会づくりが加速する中、消費者が、人、環境や社会に配慮したビジネスを行っている事業者の商品を購入する「エシカル消費」が注目されるとともに、投資先を選ぶ際には、環境、社会、ガバナンスの観点を重視したESG投資も広まっている。 我が国において、家計が支出する消費額はGDPの過半を占めているため、消費者の行動が社会に与える影響は大きく、このような社会の変化に対応していくためには、事業者は消費者に共感してもらうことを通じて、事業者の価値を高めていくことが重要であり、消費者に商品やサービスを提供する事業者の取組を促すと同時に、商品やサービスを選択する消費者の適切な行動を促すなど、消費者と事業者とが共通の目標の実現に向けて協力して取り組むこと（協働による取組）を促す必要がある。 そこで、事業者が消費者との共創・協働による商品・サービスの改善等を通じて、消費者の行動変容を促すといった経営の実践により社会価値を向上させ、持続可能な社会の実現に寄与するとともに、より豊かな消費生活を実現することを目的に、消費者志向経営の推進を図る。						
	現状・課題	現状、消費者志向経営の自主宣言事業者数は着実に増加し、令和2年度当時の目標（令和元年度比で令和6年度までに倍増）を達成するなど、裾野拡大は進んでいるが、自主宣言事業者の業種や地域に偏りがあり、消費者志向経営が基本認識となる社会の実現に向け、消費者志向経営の更なる普及啓発が必要である。 また、社会価値向上に向け、それぞれの事業者における消費者志向経営の取組の更なる高度化が必要である。						
	事業の概要	消費者志向経営に取り組む事業者の裾野拡大や事業者の取組の高度化を図るため、次の取組を実施する。 （1）自主宣言事業者数の拡大及び業種の拡大に向けた地方自治体・業界団体・事業者等へのアプローチやセミナー等の開催 （2）自主宣言事業者を対象に月次で開催する消費者志向経営に関する連絡会や、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会の開催を通じた事業者の取組の高度化支援 （3）消費者志向経営優良事例表彰の実施及び表彰事例の周知・案内						
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/consumers/consumer_oriented_management/						

根拠法令	法令名		法令番号	条	項	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3年6月閣議決定）第3章2（3）、第5章2（3）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf			
実施方法	直接実施					
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等		補助率URL	
	--	--	--		--	
備考	--					

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025
	要求額		--	50,500	55,000	36,000	42,836
	当初予算		5,500	22,000	20,000	19,818	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		48,000	--	--	--	--
	計		53,500	22,000	20,000	19,818	0
	執行額		53,000	20,000	14,896	--	--
	執行率		99.1%	90.9%	74.5%	--	--

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	--	25,000	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	18,798	41,823
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	508	508
		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		--	325	266
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	187	239
	主な増減理由			消費者志向経営実践効果の「見える化」のための調査及び消費者に対する周知広報に係る経費について新規要求を行ったため。	その他特記事項	--



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	【自主宣言事業者の裾野拡大】 ・消費者志向自主宣言事業者の裾野拡大のため、地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチ等を実施する。 ・また、優良事例表彰受賞企業をはじめとした各事業者の取組を経済団体・消費者団体等の講演等を通じて案内する。 ・消費者志向経営を始める事業者に向けて、自主宣言の始め方やポイントを解説するガイドブックを作成し、消費者庁HPに掲載するとともに、説明会等で活用する。			
アウトプット	活動目標	地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチ等を実施 (令和5年度は地方自治体・業界団体に対して、令和6年度は個別事業者に対して重点的にアプローチを実施)	活動指標	地方自治体、業界団体、事業者へのアプローチ実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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)		30	30
	活動実績／成果実績(回)		36	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	個別アプローチを行った事業者やセミナー等に参加した事業者が消費者志向経営の理念を理解し、取組に関心を示すことで、消費者志向自主宣言につながる。			
短期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者が増加することによる裾野拡大	成果指標	消費者志向自主宣言をした事業者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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)	<目標値の出典> 消費者基本計画工程表(令和2年7月7日 消費者政策会議決定) (目標値=令和6年度までに消費者志向経営自主宣言事業者数を倍増する(令和2年3月末現在:153事業者)) <消費者志向自主宣言事業者数実績値の出典> 消費者庁ホームページに掲載 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/consumer_oriented_management/businesses/archive.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標 と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(社)	230	306	306	306
	活動実績／成果実績(社)	303	449	629	--
	達成率(%)	131.7	146.7	205.6	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	事業者が自主宣言及びフォローアップ活動を通じて消費者志向経営を実践するとともに、他社の取組事例等を参考に自社の取組を高度化していくことで、自主宣言効果の発現につながる（アクティビティ「2．取組の高度化」の効果と相まって自主宣言効果が発現する。）。				
中期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現		成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。		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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	自主宣言効果として、企業イメージの向上や新規顧客獲得のほか、従業員のエンゲージメント向上による生産性の向上や社会課題の解決に向けた新商品の開発などにつながり、最終的に、経済価値・社会価値の実現や、SDGs・ESGの取組にもつながることが期待できる。				
長期アウトカム	成果目標	消費者志向経営に取り組む事業者による経済価値・社会価値の実現		成果指標	消費者志向経営自主宣言事業者の経済価値・社会価値
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、自主宣言により、顧客からの反応や市場からの評価において、全般的に「良くなった」と回答した事業者は50.8%であり、一定程度の効果が得られている（※統計調査でない。）。		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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

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 2-2-2-1-1

アクティビティ	【事業者による取組高度化の支援】 ・消費者志向自主宣言事業者を対象に、消費者志向経営に関する連絡会を定期的に開催し、有識者による講演や自主宣言事業者による取組事例等を紹介することで、消費者志向経営の理解を深め輪を広げる場を設ける。 ・消費者志向経営優良事例表彰を実施し、全国規模のイベントの中での表彰式等を通じて優れた取組を広く発信することで、その他の事業者における取組高度化のきっかけとする。 ・事業者の取るべき取組を取組の難易度・段階別にチェックシートとして整理し、事業者による自社の取組の再チェック・取組高度化のきっかけとするツールとして提供する。 ・モデル事業として、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会を徳島県で開催する。							
アウトプット	活動目標	事業者における取組の高度化に資する機会の提供		活動指標	連絡会の開催回数 (うち、半数を有識者による講演、半数を事業者による取組事例紹介とする。)			
	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)	8		11	11	11		
	活動実績／成果実績(回)	8		11	11	--		
 後続アウトカムへのつながり	事業者が連絡会、優良事例表彰、徳島県における協議会等を通じて他社の取組事例を参考にすることや、チェックシートの活用等により自社の取組を高度化する知見を得ることができる。							
短期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による取組の高度化		成果指標	消費者志向自主宣言事業者による取組状況			
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和6年4月の連絡会終了後に行った参加者へのアンケート結果(N=98)では、連絡会の内容について「満足(76.5%)」「やや満足(17.3%)」のトップ2ボックスが93.8%と、高い評価をいただいております。高度化に資する知見を提供できている。		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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--			
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	事業者が自主宣言及びフォローアップ活動を通じて消費者志向経営を実践するとともに、他社の取組事例等を参考に自社の取組を高度化していくことで、自主宣言効果の発現につながる（アクティビティ「1. 裾野拡大」による効果と相まって自主宣言効果が発現する。）。			
中期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現	成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。	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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	自主宣言効果として、企業イメージの向上や新規顧客獲得のほか、従業員のエンゲージメント向上による生産性の向上や社会課題の解決に向けた新商品の開発などにつながり、最終的に、経済価値・社会価値の実現や、SDGs・ESGの取組にもつながることが期待できる。			
長期アウトカム	成果目標	消費者志向経営に取り組む事業者による経済価値・社会価値の実現	成果指標	消費者志向経営自主宣言事業者の経済価値・社会価値
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、自主宣言により、顧客からの反応や市場からの評価において、全般的に「良くなった」と回答した事業者は50.8%であり、一定程度の効果が得られている（※統計調査でない。）。	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	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0002.pdf
	該当箇所	Ⅱ（３）②

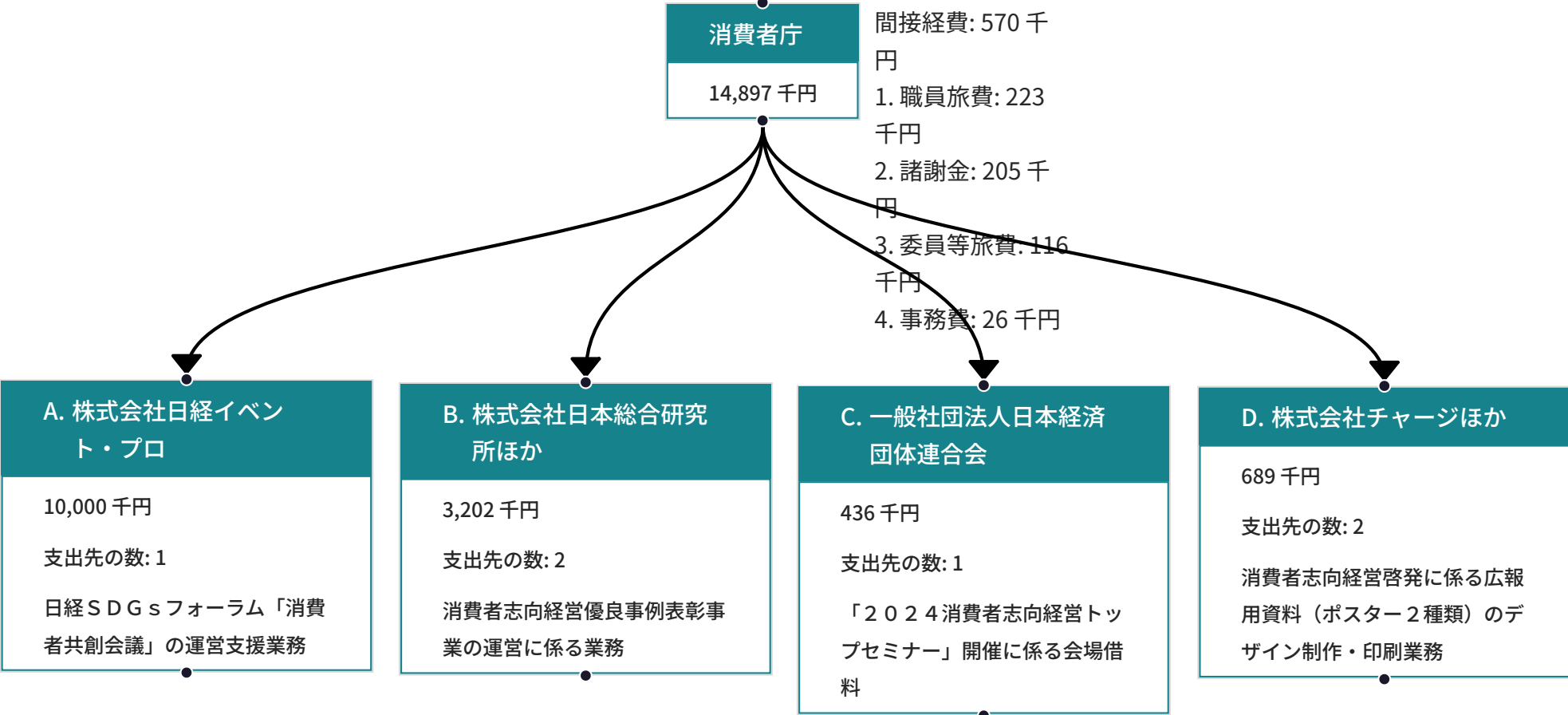
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業は、以下のとおり適切に執行されている。 ＜必要性＞ 消費者志向経営の取組の推進は、健全な市場の形成等を通じて消費者の利益確保に寄与するとともに、様々な社会課題の解決や持続可能な社会の実現にもつながる。事業者が自主的に取り組んできた消費者志向経営の取組を更に強化するとともに、全国の幅広い事業者に参加してもらうためには、消費者庁を始めとした行政機関の積極的な取組が必要である。 ＜効率性＞ 原則として一般競争入札を実施し、少額の事業に係る随意契約においては見積合わせを活用するなど、競争性の確保・コストの効率化に努めている。 ＜有効性＞ 自主宣言事業者に業種や地域の偏りを踏まえ、地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチの実施等により、消費者志向自主宣言事業者数は着実に増加している。 また、令和５年度行政事業レビュー公開プロセスの結果等を踏まえ、新たな取組として、事業者による消費者志向経営の具体的な取組イメージを深めるため、優良事例表彰を受賞した企業を類型化し、案内したほか、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会を開催するなど、自主宣言事業者による取組の高度化に向けた取組も着実に進展している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	裾野拡大に向け、引き続き地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、令和６年度は特に業種別に事業者への個別アプローチを重点的に実施する。また、自主宣言事業者による取組の高度化に向け、令和５年度末に徳島県で開催した協議会について、取組のフォローアップを実施する。 優良事例表彰に関して、より多くの事業者に応募いただき、取組の高度化を促すため、推進組織（日本経済団体連合会、経済同友会、消費者関連専門家会議（ACAP）、日本ヒープ協会等）を通じた周知広報活動を徹底する。 加えて、自主宣言企業への個別アンケート調査結果等も踏まえ、自主宣言効果の見える化の手法を検討するとともに、さらなる自主宣言事業者の拡大及び消費者志向経営の認知度向上に向けた周知広報活動を検討する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	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	御指摘を踏まえ、引き続き、適切な予算執行を図る。		

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

	対応状況 【裾野拡大の取組強化】 ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和５年度から、選考に当たり推進組織を構成する各団体による推薦事例を選考委員会での議論の参考として示すことに加え、表彰の募集に当たり、同団体の機関誌・ＨＰ等での周知強化を通じて消費者志向経営推進組織の再活性化を図った。 ・事業者に対して消費者志向経営の具体的な取組イメージを説明するツールとして、優良事例表彰の代表事例を評価ポイント（共創・協働、社会的価値の向上、消費者の行動変容）や商品・サービスの別で類型化した説明資料を作成し、裾野拡大の取組の中で活用している。 【事業者による取組高度化の支援】 ・モデル事業として、令和５年度末に共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会を徳島県で開催した。令和６年度は当該取組のフォローアップを実施する。 ・徳島県において、中小企業向けの円滑な事業資金調達に向けた融資制度である「地域連携企業支援資金」に消費者志向自主宣言事業者が対象とされていることに関して、徳島県と連携して周知し、当該制度の活用促進を図った。 【消費者の行動変容のための取組強化】 ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和５年度から「消費者を巻き込み行動変容を促していること」を加点要素として評価することとした。 ・事業者による取組高度化を目的として作成している「消費者志向経営の取組に関するチェックシート（高度化編）」に、令和５年度から消費者の行動変容を促す取組を追加した。 【中長期アウトカムの成果指標の検討】 ・令和５年度末に消費者志向自主宣言企業を対象に自主宣言効果の聴取等を内容とする個別アンケートを実施した。当該結果等を踏まえ、自主宣言事業者による消費行動の改善や従業員エンゲージメントの向上効果等の成果指標の在り方について引き続き検討する。
その他の指摘事項	--

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割							
	A	株式会社日経イベント・プロ	10,000	1	日経SDGsフォーラム「消費者共創会議」の運営支援業務							
	支出先名		支出額	法人番号								
	株式会社日経イベント・プロ		10,000	7010001195294								
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由						
	日経SDGsフォーラム「消費者共創会議（仮称）」の運営支援業務 随意契約（その他）		10,000	--	--	--						
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割							
	B	株式会社日本総合研究所ほか	3,202	2	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務							
	支出先名		支出額	法人番号								
	株式会社日本総合研究所		3,170	4010701026082								
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由						
	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務 一般競争契約（最低価格）		3,170	1	--	--						
	支出先名		支出額	法人番号								
	株式会社弘周舎		32	1010001016381								
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由						
	「令和5年度消費者志向経営優良事例表彰」の表彰状作成 随意契約（少額）		32	--	--	--						
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割							
	C	一般社団法人日本経済団体連合会	436	1	「2024消費者志向経営トップセミナー」開催に係る会場借料							
	支出先名		支出額	法人番号								

		契約概要（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		
		「２０２４消費者志向経営トップセミナー」開催に係る会場 借料 随意契約（少額）	436	--	--	--		
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			
	D	株式会社チャージほか	689	2	消費者志向経営啓発に係る広報用資料（ポスター２種類）のデザイン制作・印刷業務			
		支出先名	支出額	法人番号				
		株式会社チャージ	506	1470001007120				
		契約概要（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		
		消費者志向経営啓発に係る広報用資料（ポスター２種類）の デザイン制作業務 随意契約（少額）	506	--	--	--		
		支出先名	支出額	法人番号				
		グランド印刷株式会社	183	3480001000584				
	費用・使途 （単位：千円）		契約概要（契約名）	費用	使途	金額		
	A	株式会社日経イベント・プロ	日経ＳＤＧｓフォーラム「消費者共創会議（仮称）」の運営支援業務	雑役務費	日経ＳＤＧｓフォーラム「消費者共創会議（仮称）」の運営支援業務	10,000		
	B	株式会社日本総合研究所	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務	雑役務費	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務	3,170		
国庫債務負担行為等による契約 先リスト （単位：千円）	契約先名		契約額	法人番号				
	--		--	--				

その他備考

--

生活関連物資の価格動向の把握等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁						
	事業所管課室	消費者庁 参事官（公益通報・協働担当）						
	作成責任者	浪越祐介						
	その他担当組織	--						
基本情報	予算事業ID	000490	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし		
	事業年度	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		(31) 生活関連物資等の価格等の把握	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/			
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費			
概要・目的	事業の目的	公共料金等の適正性の確保、緊急時の生活関連物資の価格安定等を図り、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営に寄与することを目的とする。						
	現状・課題	昨今の社会状況により、生活関連物資の価格等が上昇している。そのため、生活関連物資の価格動向を適切に把握する必要性があるほか、消費者利益の擁護・増進のために、公共料金等の適正性の確保等を図る必要性がある。 (参考 1： 消費者物価指数（対前年度比（総合））：2020年度 -0.2%、2021年度 0.1%、2022年度 3.2%、2023年度 3.0%) (参考 2： 公共料金改定等の協議件数： 2020年度 10件、2021年度 9 件、2022年度 25件、2023年度 38件)						
	事業の概要	・生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に監視する。 ・災害等の緊急時において、関係省庁等と連携し、生活関連物資の需給・価格動向等の情報収集を行うとともに、国民への情報提供や冷静な行動の呼び掛け等を行う。必要に応じ、生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討・実施する。（※災害等の緊急時に必要に応じ対応するもの） ・物価・賃金に関する海外調査を行うとともに、消費者に物価に関する理解と協力を求める啓発を行う。 ・公共料金等の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や所管省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮するため所要の調整を行う。あわせて、海外における公共料金等の種類・価格動向・価格改定の仕組み等について調査を実施する。						
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/price_measures/						
根拠法令	法令名	</						

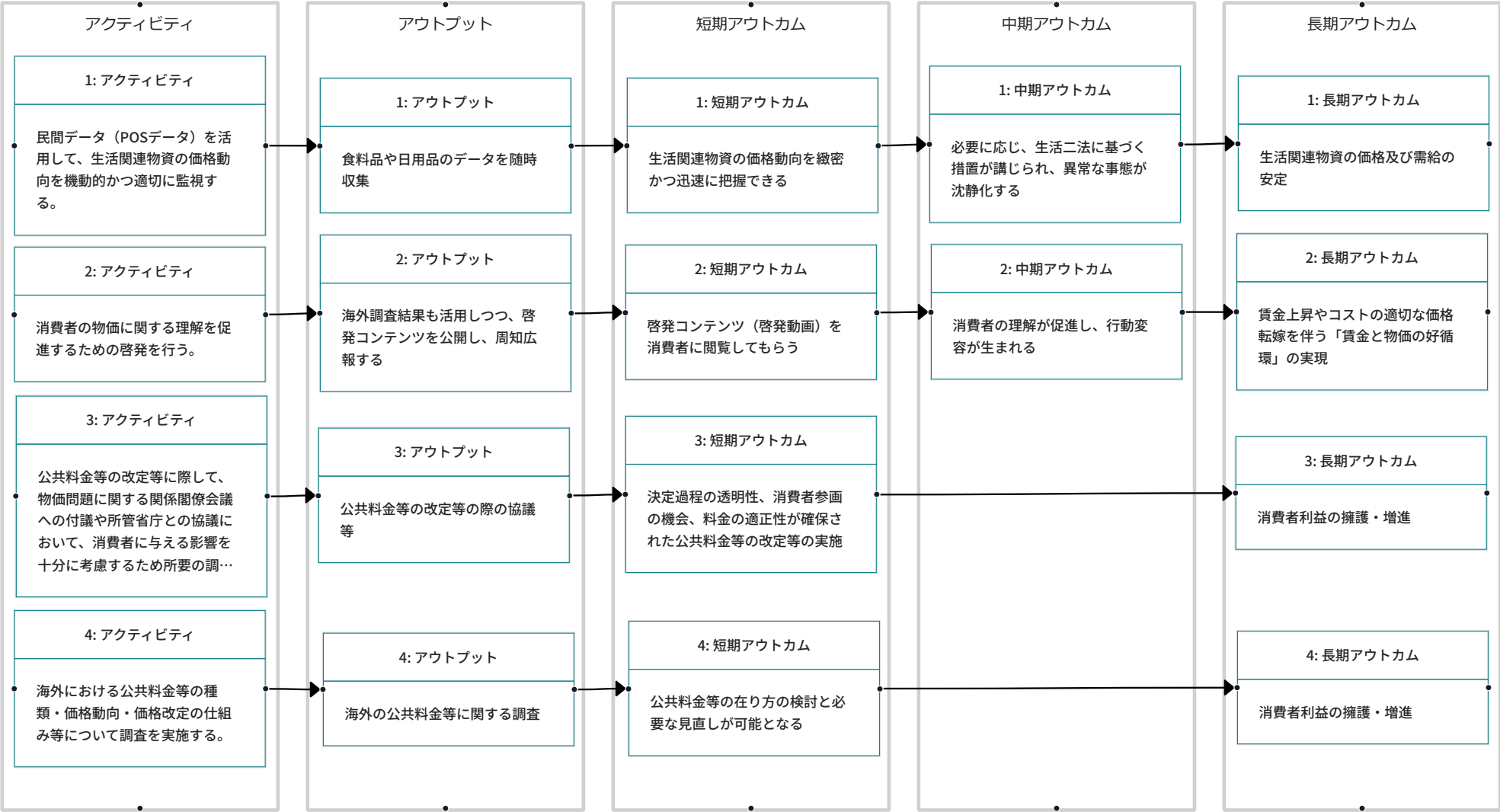
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和3年6月閣議決定）第5章1．（2）⑧		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
	--		--	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025	
	要求額		--	25,200	35,000	52,000	32,406	
	当初予算		60,160	26,000	34,000	34,417	--	
	補正予算		--	63,000	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	1,000	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		60,160	89,000	35,000	34,417	0	
	執行額		42,100	82,900	21,214	--	--	
	執行率		70%	93.1%	60.6%	--	--	
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--		--		--	
		予算種別/歳出予算項目			備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算						
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--		20,943	18,932
		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	12,346
		当初予算						
		一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金						

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

中期アウトカム	成果目標	必要に応じ、生活二法に基づく措置が講じられ、異常な事態が沈静化する	成果指標	生活二法に基づく対応状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況になったとき、必要に応じ、生活二法に基づく対応を検討・実施する	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	本アクティビティにより把握した生活関連物資の価格動向に基づき、生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況となったときに、関係省庁等と連携して、必要に応じて生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討することになっているため、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	必要に応じ、生活二法に基づく措置が講じられ、異常な事態が沈静化することで、生活関連物資の価格及び需給の安定を図る			
長期アウトカム	成果目標	生活関連物資の価格及び需給の安定	成果指標	生活関連物資の価格及び需給の安定状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況になったとき、必要に応じ、生活二法に基づく対応を検討・実施することで、生活関連物資の価格及び需給の安定を図っている。	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	生活関連物資の価格及び需給の安定状況を定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	消費者の物価に関する理解を促進するための啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	海外調査結果も活用しつつ、啓発コンテンツを公開し、周知広報する	活動指標	啓発コンテンツ（啓発動画）の周知広報件数
	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)		--	12
	活動実績／成果実績(件)		7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発コンテンツを周知・広報することで、消費者の認知につながる			
短期アウトカム	成果目標	啓発コンテンツ（啓発動画）を消費者に閲覧してもらう	成果指標	啓発動画の閲覧数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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(回)		--	10,000
	活動実績／成果実績(回)		4,523	--
	達成率(%)		--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発コンテンツを消費者に閲覧してもらって、物価に関する理解を進めてもらう。その結果、認識の変化と行動変容が生まれる。			

中期アウトカム	成果目標	消費者の理解が促進し、行動変容が生まれる	成果指標	消費者の理解促進と行動変容
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成長と分配の好循環の実現に向けた持続可能な賃金上昇のためには、付加価値やコストを適切に価格に転嫁できる環境が必要との認識の下、賃金上昇と物価上昇との関係について消費者の理解が促進され、これに基づいた購買行動が期待される。	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	消費者の理解の促進による行動変容が一様ではないため、望ましい行動変容の状態を定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	消費者の物価に関する理解が促進され、賃金上昇が巡り巡ると物価上昇をもたらし得るという共通理解が消費者を含めた社会全体で共有されると、企業が賃上げ分の価格転嫁を行いやすくなり、労働者も賃上げ要望を出しやすくなると、賃金上昇やコストの適切な価格転嫁を伴う「賃金と物価の好循環」の実現に寄与する。			
長期アウトカム	成果目標	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁を伴う「賃金と物価の好循環」の実現	成果指標	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁
	定性的なアウトカムに関する成果実績	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁の実現が期待される。	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	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁の実現度合いを定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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 3-3-3-3

アクティビティ	公共料金等の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や所管省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮するため所要の調整を行う。				
アウトプット	活動目標	公共料金等の改定等の際の協議等		活動指標	協議等件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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)	9	25	38	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	公共料金等の改定に際しては、従来より決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性の3点が確保されているかを確認しているが、2022年8月に発出した「公共料金等の新規設定や変更の協議に当たっての消費者庁における主なチェックポイント」により関係府省庁宛てに明示し、対応している。				
短期アウトカム	成果目標	決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保された公共料金等の改定等の実施		成果指標	公共料金等の協議等回答件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	（注）協議等に対し回答を行った件数を成果指標としているが、協議等件数は事前に目標値を設定できないため、協議等回答件数も目標値は設定できない。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	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)	9	25	38	--
	達成率(%)	--	--	--	

長期アウトカム	成果目標	消費者利益の擁護・増進	成果指標	消費者利益の擁護・増進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公共料金等の改定等に当たって、消費者の視点から、決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保されているかを確認することができており、消費者利益の擁護・増進に寄与している。	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	決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保された公共料金等の改定等となっているか、所管省庁からの協議という形で消費者の視点から確認し、消費者利益の擁護・増進を図るものであり、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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 4-4-4-4

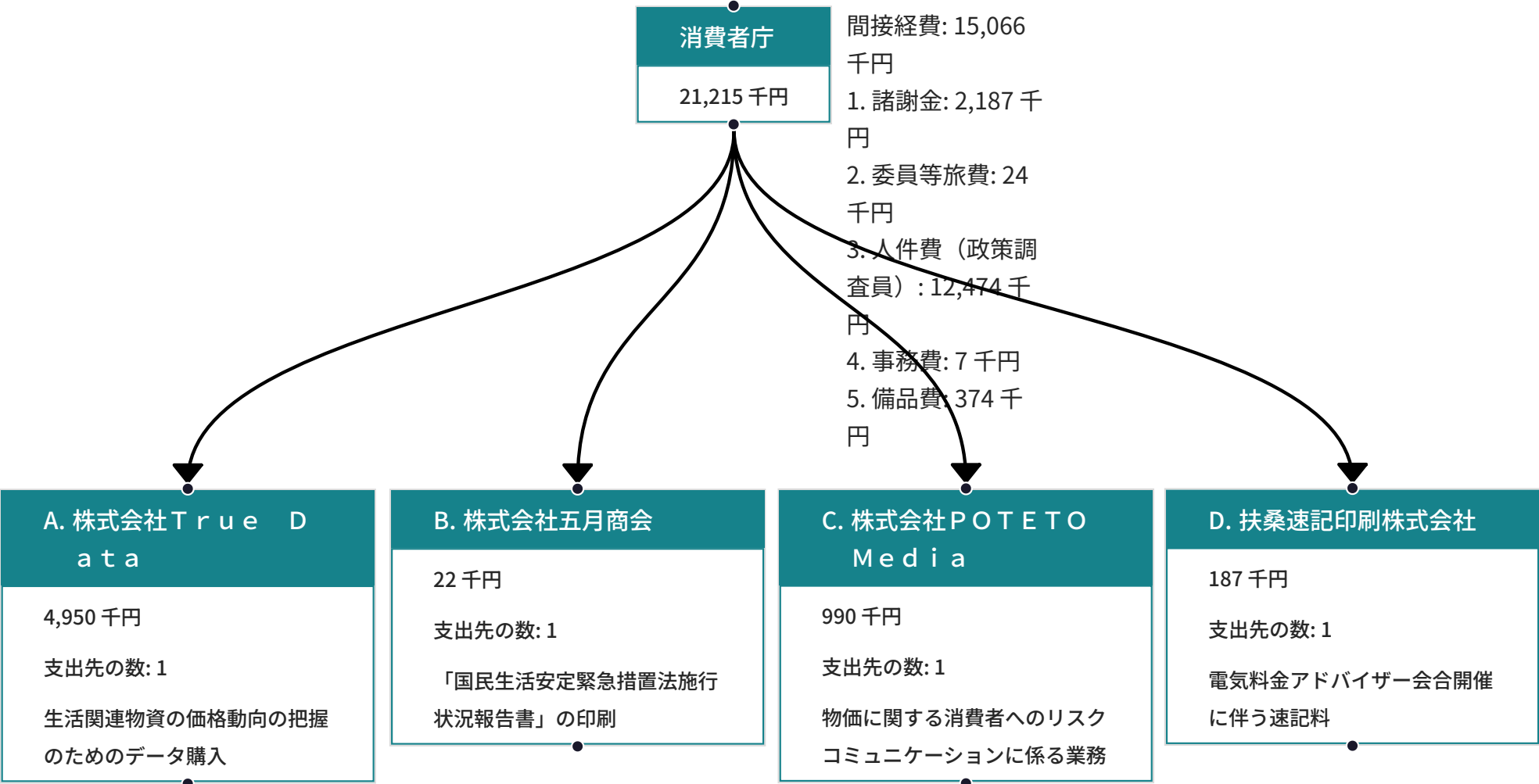
アクティビティ	海外における公共料金等の種類・価格動向・価格改定の仕組み等について調査を実施する。			
アウトプット	活動目標	海外の公共料金等に関する調査	活動指標	調査を行った公共料金の種類の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)		6	--
	活動実績／成果実績(件)		6	--
 後続アウトカムへのつながり	海外における公共料金等の種類・価格動向・価格改定の仕組み等について調査を実施し、その結果を我が国における公共料金等の在り方の検討と必要な見直しに役立てることができる。			
短期アウトカム	成果目標	公共料金等の在り方の検討と必要な見直しが可能となる	成果指標	公共料金等の在り方の検討と必要な見直し
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者利益の擁護・増進を図るため、我が国における公共料金等の在り方を検討し必要な見直しを行うため、海外の公共料金等に関する調査を実施している。	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	我が国における公共料金等の在り方を検討し必要な見直しを行うことで、消費者利益の擁護・増進を図ることを目的としており、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	公共料金等の在り方の検討と必要な			

長期アウトカム	成果目標	消費者利益の擁護・増進	成果指標	消費者利益の擁護・増進		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者利益の擁護・増進を図るため、我が国における公共料金等のあり方を検討し必要な見直しを行うため、海外の公共料金等に関する調査を実施している。	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	我が国における公共料金等の在り方を検討し必要な見直しを行うことで、消費者利益の擁護・増進を図ることを目的としており、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
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	本事業は、以下のとおり適切に執行されている。 ＜必要性＞ 生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に把握することで、緊急時の生活関連物資の価格安定等を図る必要性がある。また、消費者利益の擁護・増進のために、公共料金等の適正性の確保等を図る必要性がある。 ＜効率性＞ 生活関連物資の価格動向の把握は、2021年度までは全国のモニターからの見取調査に基づいて毎月データを作成するものであったが、2022年度からは民間データ（POSデータ）を活用する、より効率的な手法を用いている。事業実施の委託に当たっては、原則として一般競争入札により事業者の選定を行った上で実施している。コストは適正に決定されており、また、見取調査実施時に比べ大幅に減少している。少額の事業実施に係る随意契約においては見積合わせを活用するなど、競争性の確保・コストの効率化に努めている。 ＜有効性＞ 民間データ（POSデータ）を活用により、生活関連物資（食料品や日用品）の価格動向を緻密かつ迅速に把握することができるようになっている。2022年度は月次ベース・全国ベースのみであったが、2023年度は日次ベース・地域別ベースを追加し、2024年度にはさらに都道府県別ベースを追加するなど、年々機能を拡充することで速報性を高めるとともに精緻化を図っており、特に緊急時の対応を念頭に、適時適切な情報把握と迅速かつ適切な対応・措置を行えるようになっている。 公共料金等の改定等に当たって、消費者の視点から、決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保されているかをチェックすることができしており、消費者利益の擁護・増進に寄与している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	4-4-4-4の短期アウトカムの成果指標である公共料金等の協議等回答件数は、協議等に対し回答を行った件数を設定しており、協議等件数は事前に目標値を設定できるものではないため、協議等回答件数も目標値は設定できないが、消費者の視点から適切に対応し、消費者利益の擁護・増進に寄与している。		
	改善の方向性	引き続き、公共料金等の適正性の確保、緊急時の生活関連物資等の価格安定等を図るとともに、物価に関する消費者の正しい理解浸透に努める。公共料金等の改定等に関しては、人口減少やウィズ・ポストコロナにおける行動様式の変容等の社会状況に適時的確に対応していくため、各省庁が所管する公共料金等に共通する課題や現状を整理し、海外事例も参考にしながら、更に消費者利益の擁護・増進に寄与する。		
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

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True Data		4,950	1	生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ購入							
	支出先名		支出額	法人番号								
	株式会社True Data		4,950	6010401042601								
	契約概要（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年度生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ提供業務 一般競争契約（最低価格）		4,950	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							
	B 株式会社五月商会		22	1	「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷							
	支出先名		支出額	法人番号								
	株式会社五月商会		22	4013301005010								
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額									

	D 扶桑速記印刷株式会社		187	1	電気料金アドバイザー会合開催に伴う速記料			
	支出先名		支出額	法人番号				
	扶桑速記印刷株式会社		187	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		
	速記料 随意契約（その他）		187	--	--	--		
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 True Data	令和5年度生活関連物資の価格 動向の把握のためのデータ提供 業務	雑役務費	令和5年度生活関連物資の価格動向の把握 のためのデータ提供業務	4,950		
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

--

令和５年度実施施策に係る政策評価書

１．評価対象施策

地方消費者行政推進交付金

２．担当課室

地方協力課

３．評価の実施時期

令和７年２月

４．政策評価の観点

行政事業レビューシートを活用し、必要性、効率性及び有効性の観点から事後評価を行った。

５．政策効果の把握の手法及びその結果

（１）施策の目的

福島県の消費者行政推進のために必要な経費を交付し、東日本大震災（2011年３月１１日に発生した東北地方太平洋沖地震及びこれに伴う原子力発電所の事故による災害をいう。）を受けて行う消費者の安全・安心の確保に向けた地方公共団体の緊急対応を支援することにより、当該地域の消費者の安全で安心な消費生活の実現に資することを目的とする。

（２）点検結果

東日本大震災を受け、消費者の安全・安心の確保のため食品の放射性物質検査や震災関連の消費生活相談に係る地方公共団体の対応を支援することにより、当該地域の消費者の安全で安心な消費生活を実現することは極めて重要である。本事業により放射性物質を理由に購入をためらう産地として、「被災地を中心とした東北」と回答した人の割合は年々減少傾向にあり着実に成果を上げている。

（３）改善の方向性

第２期復興・創生期間の終期を見据えて、事業の見直しを行い、令和７年度はより必要な事業に予算を集中するとともに、競争性のない随意契約（企画競争）は一般競争入札に移行するなど経済性を高める工夫を行う。また、着実に成果が上が

7. 政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報

<https://rssystem.go.jp/project/1f3a11b6-463d-48d7-bd27-aaaaa0f8e5d1>

8. 政策評価の結果

上記のとおり、本施策は必要性・効率性・有効性の観点から、食品等の放射性物質検査のための機器の貸与、食の安全性に関する消費生活相談対応等の消費生活センターの体制整備、消費者理解増進のための取組の支援等、福島県の安心・安全な消費生活を確保する上で有効な取組であったと評価できる。

地方消費者行政のための事業に必要な経費

基本情報

組織情報	府省庁	復興庁				
	事業所管課室	復興庁 予算会計企画班				
	作成責任者	木村公一 赤井久宣				
	その他担当組織	消費者庁 地方協力課				
基本情報	予算事業ID	001346	事業開始年度	2012	事業終了（予定）年度	2025
	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	
	--	--	--		--	
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	福島県の消費者行政推進のために必要な経費を交付し、東日本大震災（2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震及びこれに伴う原子力発電所の事故による災害をいう。）を受けて行う消費者				

関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	○「東日本大震災からの復興の基本方針」(抄) 食品中の放射性物質に係る安全対策について、…(中略)…各自治体が行う検査の支援、長期的なフォローアップなどのための体制整備を行う。(6(1)②(i)) ○「28年度以降の復旧・復興事業のあり方」(抄)該当部分 平成28年度以降に実施する復興事業 被災者支援、原子力災害特有の課題に対応する事業		https://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat12/sub-cat12-1/	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
実施方法	交付			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	定額	--	--
備考	政策: 消費者政策の推進 施策: (4) 地方消費者行政の推進 URL: https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/assets/evaluation_220330_0003.pdf			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2021	2022	2023	2024	2025	
	要求額		--	279,000	244,000	229,000	164,580	
	当初予算		298,000	279,000	244,000	219,000	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		298,000	279,000	244,000	219,000	0	
	執行額		212,795	218,475	207,962	--	--	
	執行率		71.4%	78.3%	85.2%	--	--	
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考	
	特別会計	東日本大震災復興	--		--			

