

# 令和6年度実施施策に係る政策評価書（要旨）

※政策評価時期：令和7年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
政策名：1. 消費者政策の推進					
	(1) 消費者政策企画・立案		デジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴う、昨今の消費者取引環境の変化を踏まえつつ、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	<p>&lt;必要性&gt; 消費者基本計画の策定に当たって有識者の知見を得る機会の効率的な運営は不可欠であり、その評価方法の変更に伴って知見のある委託業者を活用した評価手法の検討は有用だと考えられる。</p> <p>また、多様な属性の消費者に対し、様々な媒体を活用した普及・啓発は有効であると考えられる。</p> <p>&lt;効率性・効果&gt; 外部の知見等を活用し、効率的に業務を実施した。</p>	消費者基本計画の計画期間中（5年間）において、体系的・計画的な業務スケジュールに基づき、外部の知見も活用して効率的に業務を遂行していく。
	(2) 消費者財産被害対応		財産被害の消費者事故等に係る情報を集約・分析し、そのうち、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、当該消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。	<p>&lt;必要性&gt; 消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、必要があると認めるときは、消費者安全法の規定に基づき消費者への注意喚起等を行うこととされている。</p> <p>&lt;効率性&gt; 効率的な調査に努めるとともに、注意喚起等の公表については、記者発表だけでなく消費者庁ウェブサイトへの掲載やSNSでの配信、都道府県等に情報提供するなど情報発信に係る効率性に配慮して行っている。</p> <p>&lt;効果&gt; 消費者への注意喚起において、消費等事故等を生じさせていた事業者の名称、URLや消費者被害をもたらす悪質商法の内容等を公表することにより、例えば、「大手通信関連会社の名称をかたり、自動音声や国際電話番号等を用いて架空の利用料金請求を行う事業者に関する注意喚起」（令和6年6月11日公表）では、約75万件のウェブサイトページのアクセス数であるなど、効果的な注意喚起となるような事案の選定に努めている。一方で、効果的な事案選定を行うための分析能力や事案処理するための調査能力等は改善余地があり、職員の能力向上を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起を行っていく必要がある。</p>	職員の能力向上（分析能力、調査能力等）を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起に努めていく。
	(3) 新たな消費者トラブル等の動向調査		インターネットを活用した新たな技術やサービスの出現に伴い、消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化していることを踏まえ、消費者トラブルが顕在化しつつある分野における消費者取引の動向を把握し、早期の対応につなげる。	機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置が緊急的に必要となったため、「食品表示対策の推進事業」（食品表示課）へ本事業の予算を流用の上、執行したところ、本事業を所管する消費者政策課では特段の取組を実施しなかった。	適切に予算を執行し、インターネット関連の技術・サービスに係る消費者トラブルの動向を調査することで、消費者保護の必要性等を判断するための基礎的材料を得る。
	(4) 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の運用等	消費者政策課	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和4年法律第105号。以下「不当寄附勧誘防止法」又は「法」という。）の規定による法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。	<p>令和6年度においては、主に、①国民及び法人等向けの周知啓発、②寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査、③不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析、及び④不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査を実施した。</p> <p>具体的には、①については、令和6年度においては、それまでの取組の実施状況も踏まえながら、引き続き法人等向け説明会を実施するとともに、国民向けの幅広い法の周知が必要との観点から、不当な寄附勧誘を受けていないか自己チェックができるパンフレットを作成し、配布するとともに、消費者庁ウェブサイト及びYouTubeに解説動画を公開した。加えて、各世代に応じたより効果的な周知啓発も実施するため、新たに若年層向けの啓発動画を作成しYouTube広告及びTVer広告に掲載した。このほか、令和5年度に作成した広報動画についても電車内の映像広告に掲載した。各種取組の実績に関して、法人等向け説明会については、法人等関係者合計194名の参加があり、アンケート結果において、参加法人の種別割合が、多い順に、学校法人48.1%、独立行政法人10.4%、一般社団法人8.5%であった。また、参加者の84.9%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の97.2%が説明会で法の理解が深まったと回答している。以上から、説明会実施の効果が認められると考える。また、国民向けの周知啓発のうち、パンフレットについては、全国の大学、消費生活センター、中央公民館等に対して、約255,000部を配布した。映像広告については、若年層向け啓発動画を令和7年3月7日～3月13日の期間においてYouTube広告及びTVer広告に掲載し、広報動画を令和7年3月3日～3月9日の期間において電車内の映像広告に掲載した。また、YouTube広告では69万回以上、TVer広告では23.9万回以上の視聴回数を獲得した。これら様々な広報手法を通じて、周知啓発を行うことにより、不当寄附勧誘防止法の認識について、一定の社会的浸透を果たしたものと考える。</p> <p>②について、消費者庁ウェブフォーム、全国の消費生活センター等、霊感商法等対応ダイヤルの三つの窓口を設け、これらを中心に端緒情報を収集し、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、所要の調査を行った。令和6年度における対応状況として公表した「寄附の不当勧誘に係る情報の受理・処理等件数表」（※）のとおり、調査対象情報として令和5年度からの繰越し12件を含めた56件を受理し、そのうち45件について調査結果に基づく処理を行った。残りの11件について令和7年度以降引き続き調査継続する。</p> <p>(※) <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/assets/consumer_policy_cms213_250508_01.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/assets/consumer_policy_cms213_250508_01.pdf</a></p> <p>③及び④について、法附則第5条の対応に資する観点から、必要な調査として不当寄附勧誘防止法に関する裁判例等調査及び国民向け意識調査を実施した。その結果、法の規定の検討に資する知見の確保を達成した。</p> <p>上記①～④の令和6年度の取組については、法の目的を踏まえ、いずれもその必要性を精査した上で実施してきた取組であり、今後、寄附勧誘対策室として業務を実施していくに当たり、いずれの取組も必要なものであったと考えられる。また、令和5年度に行った取組の実施状況を踏まえて、引き続き行うべき取組に加えて、各世代に応じたより効果的な周知啓発についても取り組むなど、各種取組のブラッシュアップを行った。令和7年度以降の取組においても、これまでの取組の実施状況を踏まえ、各種取組をブラッシュアップしていくことが必要である。</p>	<p>まず、法の目的である法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を達成するためには、被勧誘者向けの啓発と法人向けの説明の双方について、継続的に実施すること及び寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査活動等を行うことを通じて、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が更に定着することが求められる。</p> <p>よって、引き続き、国民向け及び法人向けに、法の規定や趣旨の周知啓発を継続し、充実することが求められる。その際、それまでの取組状況を踏まえつつ、対象とする者や法人ごとに整理をして、より効果的な周知啓発方法を選択する必要がある。</p> <p>次に、寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査について、その活動指標として調査対象情報件数を設定しており、中期的には、調査活動等を通じ、勧告又は命令による更なる被害の防止及び消費者庁の取締り活動の社会への広報による一般的抑止力の発揮を目指す。なお、消費者庁に寄せられる情報の件数については、周知啓発による被害の未然抑止に伴う件数の減少と情報提供窓口の認知に伴う件数の増加など様々な要因から指標が変動する可能性が考えられ、調査対象情報件数の多寡について、一概に評価することは困難であると考える。</p> <p>加えて、法附則第5条に係る対応については、法施行後2年を目的として、それまでの施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案しつつ、所要の検討を加えることとされており、令和7年度においては、これまで収集してきた検討に資する知見も活用しながら、当該附則に基づき適切に対応を行う必要がある。</p>

※政策評価時期：令和7年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(5) 消費者団体訴訟制度に関する環境整備	消費者制度課	<p>消費者団体訴訟制度（差止請求、被害回復）の適切かつ実効的な運用により、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られることで、安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。</p>	<p>本制度は、事業概要に記載したとおり、事業者に比べて弱い立場にある消費者の被害の未然防止・拡大防止、集団的な被害回復の観点で重要である。また、本制度は消費者利益の擁護のみならず、健全な事業者の発展にも寄与する。団体が事業者の問題のある行為の是正を促すこと（差止請求）は、自覚せずに問題のある行為を行っている事業者にとっては、その行為の改善につながり、信頼性向上に資する。また、自覚的に悪質な行為を行っている事業者に対しては、その行為が未然に差し止められ、市場から排除されることで、業界全体の信用性の向上が見込まれる。こういった効果とあわせて、集団的な被害回復が図られることで、消費者被害を回避した消費者や被害回復を受けた消費者による新たな消費につながり、健全な事業者への需要が喚起され、消費需要の増大につながり、ひいては健全な事業活動に還流することが期待される。</p> <p>なお、2023年の消費生活相談件数は91.4万件で、前年より増加しているという背景や近年、高齢化や取引のデジタル化が急速に進む中、事業者が意図するしないにかかわらず消費者被害が容易に発生し得る状況にある一方で、全ての消費者被害に対して行政が関与することは現実的には困難であることを鑑みると、民間団体が主体となって消費者被害の防止や回復に取り組むという本制度の重要性は増加し、その有効性は高い。</p> <p>また、令和4年において、消費者裁判手続特例法を改正。被害回復制度の更なる活用を促すため、消費者団体訴訟等支援法人制度を創設するとともに、被害回復裁判における和解の早期柔軟化などを図る制度改善を実施したところ。足下において、共通義務確認訴訟において和解に向けた協議が進行している事案も確認されており、改善の効果が発現しつつある。実際に、団体数は着実に増加してきており（2021年度：22団体、2022年度：23団体、2023年度：26団体、2024年度：26団体）、差止請求等の件数も増加している（2021年度：22件、2022年度：33件、2023年度：28件、2024年度：54件）。</p> <p>他方で、前述したとおり、差止請求制度は消費者及び事業者の双方にメリットがあるにもかかわらず、その業務に要した費用（弁護士費用や申入れに要した費用など）を消費者からも事業者からも得ることが難しい。これは、団体による差止請求が、特定の消費者において現に生じている被害を救済するための制度ではなく、将来に向けて不特定多数の消費者に対して生じ得る被害の防止を図る制度であること、また、事業者にとっては団体による差止請求が表面上ではメリットにならないことなどが要因である。</p> <p>このため、多くの団体が地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しているのが現状であり、財政的な課題を抱えていることから、消費者団体訴訟制度を通じた消費者被害の防止・回復の更なる促進のためには、現状のアクティビティだけではなく、財政面の支援が必要と考えられる。</p> <p>加えて、団体への情報面での支援が不十分であることや、制度の認知度が低く、消費者などからの情報提供が不十分であること等が考えられることから、引き続き団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施していく必要があると考えられる。</p>	<p>点検結果でも記載したとおり、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、経済の成長に資することを踏まえ、本制度が事業者や業界にとっても、ひいては我が国経済全体にとってもメリットになることを消費者及び事業者にも広く周知・広報していく。あわせて、行政としても団体の活動しやすい環境構築に向けた総合的な支援体制の整備を積極的に行い、団体に消費者と事業者との間をつなぐ社会インフラとしての活動を促すことで更なる制度の活用を促進する必要がある。</p> <p>具体的には、新たに団体を支援する主体として、「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度を創設したことから、今後は、新たに認定された消費者団体訴訟等支援法人も活用しながら、他団体との連携を促すことによる情報面等での環境整備や制度の活用促進に向けた総合的な支援体制を整備していく必要がある。特に、制度の中核を担う団体における財政面のひっ迫は喫緊の課題であり、差止請求制度の重要性や有効性、費用対効果などを踏まえ、令和7年度から実施している、差止請求関係業務について、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業について、規模を拡大する必要がある。また、周知・啓発については、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和6年4月からCOCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（<a href="https://cocolis.caa.go.jp/">https://cocolis.caa.go.jp/</a>）の運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画の作成も行ったところ。さらに、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。</p>
	(6) 消費者契約に関する制度の企画立案		<p>消費者契約法の適切な運用を行うとともに、時宜にあわせて必要な制度改善を図ることで、消費者にとって安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。</p>	<p>消費者契約法に代表される消費者法は、これまで累次の改正を繰り返してきたが、高齢化やデジタル化の進展等に伴い、消費者を取り巻く環境が日々変化している現代においては、これまでのように消費者法を個別課題ごとに都度対応するために改正を行っても、消費者取引の安心・安全を十全に実現するのは難しくなりつつある。</p> <p>その根拠として、令和5年の消費生活相談件数は前年より増加していること（91.4万件）、高齢化の進展により認知機能が不十分な消費者の割合が拡大していること（2023年時点で全人口の3割が高齢者）、人間関係やコミュニティの希薄化、飛躍的な技術革新がもたらす消費社会の複雑多様化・取引の個別化等により、誰もが単独で十全な意思決定をすることがこれまでより一層困難になっていること、消費者が単独で取引に関わる機会が増え、自ら対処することが困難で周りも気付きにくいトラブルにさらされる可能性が高まっていること等、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくなる状態が急速に拡大している等の社会的背景が挙げられる。</p> <p>このような消費者取引環境の変化を受け、衆・参両院からは「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」という附帯決議（消費者契約法の令和4年改正時）がなされており、我が国において、消費者契約法を中心に、既存の枠組み捉われないことなく、消費者法制度を抜本的に再編・拡充するための検討を進めていくことは立法府の要請に添った取組であるとともに、社会的背景を捉まえた適切な取組であると考えられる。</p> <p>また、前述のとおり、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中においては、現行の消費者契約法も十分に活用されることで足下の消費者被害を防止していく必要がある。実際に、悪質ホスト問題に関して注意喚起を呼びかけるために作成した広報チラシについて、令和6年度は全国の消費生活センターに配布する等の対応を行っており、その結果はこれから測定していく必要があるものの、一定の有効性があると考えられる。こういった現状を踏まえ、現行法について適切に運用するとともに、その内容について事業者や消費者に広く周知することで、更なる活用を促していくことが重要である。</p> <p>以上により、国費を投入する必要性は高い事業であると考えられる。</p> <p>他方、本事業の課題としては、消費者法制度を理念から見直すことは、消費者が単独で検討するには広範なテーマであること、社会的な背景を十分に反映するため、消費者法制に限らず、多種多様な有識者の知見を取り込むとともに、海外の法制度に関する状況なども把握する必要があること、事業者に対する消費者契約法に係る周知・広報が不足していることなどが挙げられる。</p>	<p>消費者法制度の見直しに向けた検討については、消費者庁から消費者委員会に諮問を行い、消費者委員会に令和5年11月に設置された「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」においてより具体的な議論を開始し、令和7年7月には答申がなされた。本年度事業においては、答申の内容を十分に踏まえ、消費者契約法を中心に、規律の対象・射程の拡充、様々な規律手法の活用などを含む法改正を行うため有識者からなる検討会を設置し、引き続き法改正に向けた具体的な検討を進めていく。</p> <p>また、周知・啓発については、関連事業において、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和6年4月からCOCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（<a href="https://cocolis.caa.go.jp/">https://cocolis.caa.go.jp/</a>）を運用しているところ。こういったサイトの活用も視野に入れつつ、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。</p>

※政策評価時期：令和7年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(7) 消費者教育・普及啓発	消費者教育推進課	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないこと及び被害に遭った際に救済できるように教育することに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。	消費者教育基本方針に基づき、関係省庁と連携して周知・啓発に取り組んだほか、消費者力育成強化のための教材の活用促進を行った。消費者庁ウェブサイトやポータルサイト、SNS等を幅広く活用し、有効かつ効率的な普及啓発に努めた。	引き続き効率的な執行に努め、事業の優先順位を見極めつつ実行してまいりたい。
	(8) エシカル消費の普及・啓発		持続可能な社会の実現を目指すためには、事業者の取組だけでなく、消費者側も持続可能な社会の実現に寄与する商品・サービス又は事業者を選択して消費を行うなど、主体的な取組を行うことが求められる。このような、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、消費者に対する啓発、地方公共団体・事業者等の活動を通じた機運の醸成等を行う。消費者支援活動に極めて顕著な功績のあった個人又は団体・グループに対して、その功績を称え顕彰することで、全国の消費者支援活動を活性化し、もって消費者利益の擁護及び増進を図る。また、毎年5月を「消費者月間」とし、消費者月間の間、消費者、事業者、行政等が一体となり、消費者問題に関する様々な啓発・教育事業を集中的に実施することで、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立を支援する。	消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、持続可能な社会の形成に寄与するよう、エシカル消費に関する動画等啓発資料の拡充を図るとともに、当該啓発資料を用いたイベントやワークショップを開催し、行動変容を促した。さらに、消費者庁HPやX、Instagram等SNSのコンテンツを作成し情報発信に努めた。特に、サステナブルファッションについては、特設サイトを設け、また中高生向けサステナブルファッション習慣促進教材の開発・公表を行うなど、サステナブルファッションの認知度の向上を図った。引き続き、イベント等の開催、情報発信に努め、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携した取組を促し、消費者市民社会の形成を図っていく必要がある。また、消費者支援功労者表彰においては、推薦者の募集から選定から表彰まで例年どおり実施し、消費者月間においても各自治体や公共交通機関へのポスター送付や消費者月間シンポジウムの開催を行った。	エシカル消費やサステナブルファッションについて、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携し取り組めるよう、引き続き、的確な情報発信に努めるとともに、若年層向けの新教材の開発等を検討する。引き続きメリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努めることとする。
	(9) 食品ロス削減推進		「食品ロスの削減の推進に関する法律」及びこれに基づく「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に基づく施策に、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として取り組むことにより、食品ロスの削減を推進する。具体的には、消費者等への普及啓発や食品ロス削減に取り組む優良事例等の表彰の実施により、食品ロス削減に取り組む国民の割合を増やす。また、政府の食品ロス削減推進の取りまとめの立場から、食品ロス削減に関する調査を行い、今後の施策の方向性を検討するとともに、法律に基づく食品ロス削減推進会議等の運営により、関係省庁が相互に連携・協力して施策を実施する体制を整備する。	各種コンテストの実施、10月の食品ロス削減月間の啓発ポスターの作成に加えて、全国のコンビニエンスストアと連携した「てまえどり」キャンペーンを実施するなど全国規模での普及啓発を展開。さらに、食品ロス削減に取り組む企業や消費者を増やすために「食品ロス削減自主宣言」及び「食品ロス削減推進サポーター」制度を実施するとともに、諸外国における食品の期限表示制度や我が国における食品寄附に係る実態調査も実施し、食品ロス削減に関する制度的な課題等にも対応した。これらの取組を通じて「2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる」及び「食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とする」目標の達成を図っていく必要がある。	食品寄附や食べ残しの持ち帰りを促進するための枠組みづくりを推進するとともに、メリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努める。また、企業とのタイアップなどの非予算事業の強化にも着手する。
	(10) 消費者ホットラインの運用等	地方協力課	消費者ホットライン188は、共通の電話番号により最寄りの消費生活センター等の消費生活相談窓口を案内するものであり、消費者の利便性の向上及び相談機会の充実を図ることにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものである。	消費者ホットライン188は、消費者トラブルに遭った際に相談しやすい体制を整備することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものであり、国民や社会のニーズを反映した国費投入の必要性の高い事業である。本ホットラインのシステムの運営については、エヌ・ティ・ティコミュニケーションズ株式会社のみが必要な唯一のサービス（ナビダイヤル）を提供できることから随意契約としていた。認知度向上に向けた広報については、3者見積による少額随意契約を実施し、事業の競争性・効率性の確保に努めている。事業の有効性の観点において、消費者ホットライン188は年間約100万件近く利用されており、適切に運用されていると考えられる。広報については各種取り組んでいるものの認知度が十分とはいえない状況にある。	消費者ホットライン188のシステムの運営について、引き続き適正かつ効率的な執行に努める。消費者ホットライン188の広報については、認知度の向上に向けて、今後も様々な機会を捉えて取組を積極的に進めていく。2026年以降は、消費生活相談のためのポータルサイトも活用し、消費生活相談をしたい人が迷わず消費生活相談窓口までたどり着くことができるようにすることを目指していく。
	(11) 地方公共団体との連携等の推進		地方消費者行政の充実・強化のためには、地方消費者行政の「現場」のニーズや実情を踏まえた施策を展開する必要があることから、地方公共団体職員や消費者問題に取り組む関係者・グループとの「顔の見える関係」の構築や、地方消費者行政全体の現況・課題の把握等、国と地方公共団体、消費者団体等との情報交換や意見交換の取組を行う。	消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上は国民生活における重要な課題である。消費生活の現場は地域であり、そうした諸課題に取り組むには地方消費者行政の充実・強化が不可欠であることから、国が地方公共団体との連携を強化しながら、地域の取組を支援することが必要である。少額随意契約のものを除き、一般競争入札を実施することで事業の競争性を確保し、透明性及び公平性を図った上で効率的に実施している。	今後とも、現地で直接顔を合わせて意見交換等を行う手法とオンラインを活用した手法を組み合わせながら、執行率を高めつつ、より効果的に施策を行っていく。
	(12) 地方消費者行政強化交付金		地方消費者行政強化交付金等の活用によって、消費生活センターの設置や消費生活相談員の確保等、地方公共団体における消費者行政の計画的・安定的な取組を促進することにより、地域の現場における対応力の強化を図り、「消費拡大」に資する「消費者の安全・安心」を幅広く確保する。	消費者行政の推進のためには地方消費者行政の充実・強化が不可欠であることから、本事業は極めて優先度の高い事業である。また、消費者庁は平成21年度から基金等を通じて、地方公共団体の取組の支援を行ってきた。その結果、15年間で消費生活センターは357箇所増加し、858箇所（令和6年4月時点）となるなど、着実な成果をあげてきているところであるが、小規模な地方公共団体を中心にまだに消費者行政の下支えが必要な状況であり、本事業によって引き続き消費者の安全・安心の確保を図る必要がある。	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）を踏まえ、推進事業の終了によって身近な相談窓口の充実などこれまでの行政サービスの水準が低下することのないよう適切な対策を講じるとともに、人口減少・高齢化の更なる加速、デジタル化等今後の地方消費者行政を取り巻く大きな課題に対し、地域の実情に応じて適切に対応できるよう、支援の在り方についても見直しを行っていく。
	(13) 地方モデル事業		厳しい人的・財源的制約の下で地方消費者行政の政策効果を最大限に高めることが求められているところ、消費者庁において本事業を実施し、新たな行政手法や実効性のある事業モデルを構築し、全国に展開することを通じて、全国に共通する地方消費者行政の課題の解決を図る。	本事業は、事業分野に応じて広域連携や官民連携等の新たな行政手法も活用しつつ、地方消費者行政における課題解決を目的としている。支出先の選定に当たっては、審査委員会を開催し、厳正な審査を行うなど、妥当な手続を実施している。毎年度、地方消費者行政における重要課題解決に資する内容の事業を実施し、新たなモデルを構築している。構築したモデルは、地方公共団体等への個別の働きかけや、消費者庁ウェブサイトへの掲載等により、全国的な横展開につなげ、地方消費者行政の更なる充実・強化につなげている。	本事業は所期の目的に沿って実施しており、一定の成果を上げてきている。他方で、厳しい人的・財源的制約の下でモデル事業に対する地方からの期待も大きいところであり、より一層、本事業の活用が望まれるテーマの選定及び実効的なモデルの創出に努めていく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。
	(14) 地方消費者行政人材育成事業		消費生活相談員は、地方の消費生活センター等の現場において消費者からの相談等に直接対応するなど、地方消費者行政の最前線で重要な役割を担っている。また、高齢化、孤独・孤立化等の社会経済状況の変化や悪質商法の手の巧妙化などを踏まえ、消費者被害の早期発見・最小化につなげていく見守り活動も重要な課題となっている。地域における相談体制及び見守り活動の機能維持・充実のため、地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する。	現状、消費生活相談員や高齢者等の見守りを担う消費生活協力員・協力団体が担い手不足の状況にあることから、引き続き地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する事業を実施した。企画競争により事業者の選定を行った上で実施しており、e-ラーニングと対面講座を組み合わせて講座を実施することで、全国の受講者に対して効果的かつ効率的に事業を実施した。これらの点は、地方消費者行政モデル事業のシートに記載の消費生活協力員・協力団体養成に関する地方消費者行政人材確保事業部分についても同様であることを点検している。	高齢化・人口減少が進む中で地方での人材確保の課題は一層深刻化する可能性が高いところであることから、地方公共団体との連携を強化するなどして就労支援も含めて実効的な人材確保に向けた取組を強化していく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。
	(15) 地方消費者行政推進交付金		福島県の消費者行政推進のために必要な経費を交付し、東日本大震災（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。	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。他方、令和7年3月6日に公表された「風評に関する消費者意識の実態調査（第18回）」においては、上記の割合が前年度から微増したため、引き続き放射性物質による風評等の払拭のために行われる被災県（福島県）の取組を支援する必要がある。	第2期復興・創生期間の終期を見据えて、事業内容の合理化等、所要の見直しを行いつつ、引き続き放射性物質による風評等の払拭に係る取組を支援していく。

※政策評価時期：令和7年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(16) 消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進	消費者安全課	本事業は、消費者を対象に注意喚起等の情報発信を実施することを通じ、消費者事故等による被害を未然に防止し、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現することを目的とする。	アクティビティ1については、活動実績に記載の会議等のほか、自治体や関係行政機関に対する事務連絡を通じて定期的に通知制度の周知を行っている。これにより、消費者事故等の事故情報データベースへの登録件数は前年度から約2千件増加し、近年増加傾向を示しており、短期アウトカムは順調に推移しているといえる。 アクティビティ2については、2023年度からこどもの事故の注意喚起の業務をこども家庭庁に移管しており、こども家庭庁における取組状況を踏まえた上で、来年度からアウトプット指標（消費者への情報発信の件数）の目標値の見直しを行うこととする。短期アウトカムに関しては、2024年度は比較的大きなエンゲージメントを得たポストもあり、消費者庁による発信が消費者に届いていることが確認できた。こうした発信の積み重ねにより、中期アウトカムや長期アウトカムで取り上げた特定の注意喚起に関する消費者の意識変化及び行動変化の数値も目標値を達成しており、引き続き消費者安全に対する意識変化・行動変化を促していく。 アクティビティ3については、関係行政機関及び事業者に対する情報提供や注意喚起情報の周知等により、これらの他機関による消費者安全の確保に向けた取組が推進されている状況であり、引き続き必要な働きかけを行っていく。	事故情報データベースに登録された事故情報件数は近年増加傾向であり消費者庁に集約される事故情報は充実してきていることから、集約した事故情報を分析するとともに、消費者の意識変化や行動変化の実績値から課題を洗い出すことで、より効果的な注意喚起の実施につなげる。また、消費者事故の状況や、関係行政機関及び事業者における消費者安全の確保に向けた取組の状況を注視し、引き続き必要な働きかけを行うことができるよう取り組む。
	(17) 生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言		消費者安全調査委員会において、生命・身体に係る消費者事故等の原因を究明し、当該事故の発生を防止し、また、その拡大を防ぐことを目的とする。	本事業は、消費者安全調査委員会における生命・身体に係る消費者事故等の原因究明、当該事故の発生防止に加え、その拡大を防ぐことを目的としているところ、国民の消費生活における安全確保に寄与するものであり、事業の必要性は高いものである。 また、本事業の成果指標については、アウトプットや短期アウトカムは減少しているが、社会経済状況の変化に伴い高度化複雑化する消費者事故に対応し、実効性の高い意見ができるよう丁寧な調査を行った結果であり、中期アウトカムの成果指標である「各省庁に対して発出した意見の対応終了件数」や長期アウトカムの成果指標である「各省庁に対して発出した意見の取組確認を終了した事案件数」は、着実に進んでいる状況である。	引き続き、報告書公表までの期間短縮に努めるほか、意見先省庁による再発防止措置に係る取組が進むよう努めることとしたい。
	(18) 食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進		本事業は、食品の安全性に関し、時宜に合ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解の増進を図ることにより、消費者自らの判断により適切な行動をとることができるよう、リスクコミュニケーションを推進することを目的とする。	アクティビティについて、意見交換会への参加者数が増加し、意見交換会に参加した人の中で内容が理解できた人の割合も100%を達成しており、順調に目標を達成している。長期アウトカムについて、2025年度より定量的な目標値を設定しており、目標達成に向けて取り組む。2024年度においては、いわゆる「健康食品」の理解増進に向けた動画作成において委託先の事情により期日内の履行が不確実になったことから契約の変更を行う等の要因により予算の執行率が低かった。そのため、今年度は執行率の向上に取り組む。	アクティビティについて、目標年度に向け引き続き取り組む。
	(19) インターネット通信販売等適正化事業	取引対策課	特定商取引を公正にし、及び購入者等が受ける可能性のある損害を防止するため、インターネット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。	令和6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14,523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1,457件の注意喚起（前年度1,552件）を行った。この結果、インターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の拡大を適切に防止することができた。	引き続き、インターネット通信販売等について必要な調査を行い、特定商取引法の厳正な執行によるインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の防止を図る。
	(20) 消費者取引の対策		特定商取引法及び預託法を適切に執行し、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等の規制対象取引に係る法違反行為に厳正かつ適切に対処することにより、取引の公正の確保及び消費者被害の防止を図る。	令和6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6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69件の行政処分を行った。	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。
	(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		本事業は、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保することを目的とするものである。	2024年度は官民協議会を2回開催（6月及び11月）し、取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく取組の状況等について審議を実施した。取引デジタルプラットフォーム提供者による取組の自主的な開示も実施されるなど、2023年度と比較しても法に基づく取組が着実に進められていると評価できる。	2025年度においても、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売取引の適正化等に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保する観点から、引き続き、取引デジタルプラットフォーム消費者保護法の適切な運用に努めていく。
	(22) 不当表示等違反事件調査	表示対策課	本事業は、景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行うとともに、違反行為等について公表することにより、一般消費者の注意を喚起し、消費者利益を確保することを目的とする。	令和6年度においては、景品表示法に基づき、不当表示に対して必要な調査を実施し（437件）、調査結果に基づく行政処分（措置命令、確約計画の認定及び課徴金納付命令 計34件）及び行政指導（339件）を実施した。 また、行政処分については、いずれも処分時にその詳細について公表を行ったほか、各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示についての適正化を図るとともに、消費者に対する注意喚起を実施した。 これらにより、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保・消費者利益を確保するという目的の達成に十分寄与しているものと考えられる。	令和7年度においても、引き続き、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保し、消費者利益を確保するため、厳正な法執行に努めていく。
	(23) 表示適正化のための普及・啓発等		景品表示法を始めとする所管法令について、講演会等への講師派遣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行うことにより、一般消費者の利益を保護する。	令和6年度においては、景品表示法等に係る講演会等を173件行い、講演会等への参加者の理解度は96%、未然防止への活用度は84%と高水準であり、また、20,494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、改善指導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行うことにより、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考えられる。	令和7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。

※政策評価時期：令和7年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(24) 食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用	食品表示課	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度について、時代に即した適正化・充実を図るとともにこれを適切に運用するほか、食品表示制度を効果的に普及できるように消費者に対する戦略的な周知普及を行うことによって、一般消費者の利益の増進を図る。	食品表示制度における課題については、消費者の意向等の調査を行った上で、様々な関係者を交えて制度の検討を行うことが必要であり、設定される表示基準に係る表示の適正性を監視するための検査法の開発等を行うことと併せて、優先度が高く、かつ国において実施する必要がある。また、成果物は制度の検討・担保をする上で十分に活用されており、有効性についても妥当であると評価できる。さらに、上記の点検結果のとおり、経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。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。	引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に実施するとともに、本制度の普及・啓発のために必要な事業を実施する。また、コロナ禍において定着した新しい生活様式に見合った普及・啓発の方策についても検討する。
(25) 保健機能食品制度等の適正化・運用	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度のうち、保健表示事項（食品表示基準に基づく栄養成分表示及び機能性表示食品制度、健康増進法の規定に基づき消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品等）について、時代に即した適正化・充実を図るとともに、これを適切に運用することによって、一般消費者の利益の増進を図る。		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根拠となる。本事業は、国民の健康に資する保健表示に関する制度等の適切な企画・立案・運用を可能としており、国費を投入し優先して実施する必要がある。機能性表示食品等を国において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は、消費者の制度への信頼性を高めるためにも、国費投入の必要性が認められ（特に、機能性表示食品制度については、事業者の責任において表示される届出制度となった背景から、事業創設から事後チェックが求められている。）、継続的な調査が必要である。データベースは特定保健用食品についての情報発信を行う唯一の公的な情報源であり、消費者の商品選択に資する観点から、国費投入の必要性が認められる。また、成果物は消費者の商品選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。	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ほか、ニーズに即した制度の見直しを進める。	
(26) 食品表示対策の推進	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしている食品表示制度について、適正に運用するために恒常的に必要となる取組を実施する。		食品表示制度の運用は、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並びに国民の健康の増進に資するために不可欠であり、優先度が高く、かつ国において実施する必要があるが、上記の点検結果のとおり、活動実績が見込みに見合ったものであり、また、経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。	引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に運用する。	
	(27) 消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告	参事官（調査研究・国際担当）	消費者白書（「消費者政策の実施の状況」及び「消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」）を作成し、消費者問題の現状等に対する消費者の理解促進を通じて、消費者被害の拡大及び発生防止を図る。	消費者白書は、消費者基本法及び消費者安全法の規定に基づき、国会への報告を行うことが義務付けられており、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。	引き続き、関係各所と連携し必要な調査・研究を行い、収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。
(28) 消費者行政に係る国際的な連携の強化	グローバル化やデジタル化の進展等による越境的な取引の増加等に伴い、様々な消費者問題が国境を越えて発生している。解決に当たっては、海外当局との連携強化が必要であり、また、新たな消費者問題は、世界共通であるため感度高く国際的な動向を注視する必要がある。それらのことを通じて、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。		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われない実効的な施策の検討・展開が求められており、学術的な知見や諸外国の先進的事例・先行研究等の政策対話等を通じた収集、また、それらを踏まえた調査研究等が不可欠である。OECDへの拠出金について、日本の問題意識を的確に反映するために合理的かつ真に必要なものに限定して支出している。また調達手続においては、競争入札又は見積合わせを行うことで、競争性の確保に努めている。国際交流や調査研究を通じて得られる海外の情報は、我が国の中長期的な消費者政策の立案や法制度の発展に資するものであり必要不可欠である。また、支出は海外の機関等との交流や調査研究、消費者庁の施策の情報発信のために支出した経費として真に必要なものである。	引き続き、多国間での取組及び個別の国・地域等と密接に連携できる関係を構築し、また海外の消費者政策・法制度の情報を収集し日本の政策等に活用できるように、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。	

※政策評価時期：令和7年8月

政策	施策名	評価担当課室	施策の目的	評価結果	改善の方向性
	(29) 公益通報者保護制度の推進		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。	<p>&lt;必要性&gt; 公益通報者保護制度の推進による、企業不祥事等の早期是正が図られる環境の整備は、企業等の法令遵守を促進し、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現につながるから、必要性が高い事業である。</p> <p>&lt;効率性&gt; 令和6年度の執行率が67.6%となっており、令和5年度（76%）から落ちている。これは、令和6年度では法制度の見直しを主たる業務として行っており、令和5年度と比較して、実態調査や周知・啓発に係る業務が減少したためである。</p> <p>&lt;有効性&gt; 公益通報者保護制度について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。なお、指標ともなっている説明会の参加人数について、令和6年度は過年度よりも減少しているが、これは同年度は過年度と比較して、対面での開催が多かったこと、法制度見直し業務に注力したのに伴い説明会の開催回数自体が減少したこと起因しており、限られたリソースの中で適切に実施出来ていると考える。</p> <p>また、令和2年改正法附則第5条の検討条項を踏まえ、令和6年5月から有識者により構成される「公益通報者保護制度検討会」を開催した。その場では近年の法制度を巡る国内外の動向や改正後の施行状況を踏まえた課題について検討が行われ、同年12月に報告書を取りまとめられた。その後、同報告書の内容を踏まえて法案の検討を行い、令和7年3月4日に「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、同法律案は第217回国会に提出された。</p>	<p>消費者庁では有識者検討会報告書を踏まえて法案の検討を行い、令和7年3月4日に「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、同法律案は第217回国会に提出され、同年6月4日に成立、同月11日に公布された。同改正法は、公布の日から起算して1年6月を超えない範囲内において政令で定める日から施行されることとされており、施行に向けて必要な対応を行っていく。</p> <p>また、制度の浸透が道半ばである中、改正後の制度が正しく理解されるよう、分かりやすい解説動画やリーフレットを作成し、様々な媒体を通じて国民や事業者に対する周知を徹底していく。</p> <p>加えて、今回の法改正等を踏まえて、不利益取扱いの範囲や事業者が周知すべき事項等について明確化を図るため、体制整備義務に関して事業者がとるべき措置を定めた法定指針を改正する方向で検討していく。</p>
	(30) 消費者志向経営の推進	参事官（公益通報・協働担当）	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實現することを目的に、消費者志向経営の推進を図る。	<p>本事業は、以下のとおり適切に執行されている。</p> <p>&lt;必要性&gt; 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。</p> <p>&lt;効率性&gt; 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。</p> <p>&lt;有効性&gt; 自主宣言事業者に業種や所在の偏りを踏まえ、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。</p> <p>また、優良事例表彰に関して、令和6年度は、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）、日本ヒーブ協会等）を通じた周知広報活動を徹底した結果、幅広い事業者から応募があった。</p> <p>加えて、消費者における消費者志向経営の認知度把握を目的として、令和6年度第4回消費生活意識調査において、消費者の消費者志向経営に対する関心や消費者志向経営に取り組む企業への印象等について調査した。本調査から、事業者の消費者志向経営の取組が消費者の消費活動に対して一定の影響を与えているという結果を確認することができた。</p>	<p>裾野拡大に向け、令和7年度は、引き続き業種別・地域別に事業者や地方公共団体への個別アプローチを実施する。</p> <p>優良事例表彰に関して、令和7年度より評価項目として中小企業の取組を追加、また、グリーン志向特別表彰を新たに創設することで、より一層幅広い事業者の参画を促す。</p> <p>加えて、自主宣言事業者への個別アンケートや令和6年度第4回消費生活意識調査の結果等を踏まえ、自主宣言効果の見える化の手法を引き続き検討する。</p>
	(31) 生活関連物資等の価格等の把握		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。	<p>本事業は、以下のとおり適切に執行されている。</p> <p>&lt;必要性&gt; 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がある。</p> <p>&lt;効率性&gt; 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。</p> <p>&lt;有効性&gt; 民間データ（POSデータ）の活用により、生活関連物資（食品や日用品）の価格動向を緻密かつ迅速に把握することができるようになっている。2022年度は月次ベース・全国ベースのみであったが、2023年度は日次ベース・地域別ベース、2024年度は都道府県別ベースを追加するなど、適時適切な情報把握と迅速かつ適切な対応・措置を行えるようにしている。</p> <p>消費者の物価に関する適切な理解を醸成するための周知・啓発に関しては、消費者庁ウェブサイトにおける掲載内容を適宜見直すとともに、SNSを通じた広報や関係省庁との連携等を通じて工夫して実施している。</p> <p>公共料金等の改定等に当たって、消費者の視点から、決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性が確保されているかをチェックすることができており、消費者利益の擁護・増進に寄与している。</p>	<p>引き続き、消費者利益の擁護・増進のために、緊急時の生活関連物資等の価格安定等を図るとともに、公共料金等の適正性の確保を図る。</p> <p>また、消費者の物価に関する適切な理解を醸成するために、調査結果も活用しつつ、社会情勢の変化に合わせた効果的な周知・啓発を行う。</p>

政策名：2. 食品衛生基準政策の推進

	(1) 食品衛生基準に関する政策の推進	食品衛生基準審査課	最新の科学的知見により、食品等及び洗浄剤の衛生に関する規格又は基準を整備し、食品の安全性を確保する。	本施策は必要性・効率性・有効性の観点から、適切な規格基準の設定等、食品衛生基準政策を推進する上で有効な取組であったと評価できる。	適切に予算を執行し、事業の目標を達成できており、このまま継続して事業を実施する。
--	---------------------	-----------	--	--	--