

令和3年度消費者庁政策評価書

政策名： 消費者政策の推進

施策名：

	(担当課)	(ページ数)
(1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整	消費者政策課	1
(2) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課	6
(3) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	消費者教育推進課	10
(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課	14
(5) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	19
(6) 消費者取引対策の推進	取引対策課	23
(7) 消費者表示対策の推進	表示対策課	26
(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	30
(9) 消費者政策の推進に関する調査研究・国際連携	参事官（調査研究・国際担当）	35
(10) 事業者との協働に関する企画・立案・推進	参事官（公益通報・協働担当）	39

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-①)

施策名	消費者政策の企画・立案・推進及び調整						
施策の概要	・「消費者基本計画」及び「消費者基本計画工程表」に基づき、消費者の利益の擁護及び増進に資する基本的な政策の企画・立案・推進を行う。						
達成すべき目標	・消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の増進を図る。具体的には、「消費者基本計画工程表」に基づく個別施策を推進するとともに、工程表を毎年度改定し、関係行政機関の消費者行政に関する取組について新規施策の追加や進捗状況に応じた見直しを行い、消費者政策の推進状況を見える化して国民の検証・評価に供する。						
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	210	201	86	193	
		補正予算(b)	-	862	100		
		繰越し等(c)	-	-232	132		
		合計(a+b+c)	209	831	318		
執行額(百万円)		183	805	277			
施策に関する内閣の重要政策(施政方針演説のうち主なもの)	<p>○消費者基本法(昭和43年法律第78号)</p> <p>○消費者基本計画(令和3年6月15日閣議決定)</p> <p>○消費者基本計画工程表(令和3年6月15日消費者政策会議決定) 施策番号Ⅰ(2)①イ、Ⅰ(2)①エ、Ⅰ(2)①オ、Ⅰ(2)②カ、Ⅰ(2)②ス、Ⅰ(2)②セ、Ⅰ(2)②チ、Ⅰ(2)②ツ、Ⅰ(2)④オ、Ⅰ(2)⑥イ、Ⅰ(2)⑨エ、Ⅰ(2)⑨オ、Ⅰ(3)①、Ⅰ(3)④、Ⅰ(3)⑥、Ⅰ(4)⑧、Ⅲ(1)①、Ⅲ(1)②、Ⅲ(1)③、Ⅲ(1)⑪、Ⅲ(2)①ア、Ⅲ(2)①イ、Ⅲ(2)③ア、Ⅲ(2)③イ、Ⅲ(2)③ウ、Ⅲ(2)③オ、Ⅲ(2)③カ、Ⅳ(2)①、Ⅴ(1)①、Ⅴ(2)①、Ⅴ(2)⑥、Ⅴ(3)⑥</p>						
測定指標	目標	令和3年度		施策の進捗状況(実績)			達成
1 消費者基本計画工程表の策定状況	<p>・消費者政策をめぐる現状と課題を踏まえ、第4期消費者基本計画の計画期間内に実施する施策の推進状況と今後の取組予定、KPIを明示した工程表を策定し、公表する。</p>			<p>・令和3年6月15日、消費者基本計画工程表を決定し、公表した(消費者政策会議決定)。本工程表では、令和2年度における施策の実施、実績及びKPIの最新値を追加し、今後の取組予定を更新した。</p>			○
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	第4期消費者基本計画工程表の策定状況	—	—	—	—	○	○

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
<p>2 消費者を取り巻く環境変化の把握状況及び消費者への情報発信・普及啓発の実施状況</p> <p><参考値></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数 ・ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度 ・啓発用SNS（LINE）公式アカウントの登録者数 	<p>○消費者を取り巻く環境の変化を把握するとともに、消費者被害防止等に資する情報を広く提供することを目的として、以下の取組を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査研究及び「インターネット消費者取引連絡会」を通じ、インターネット技術・サービス及びそれらをめぐる消費者トラブルの動向等を把握する。 ・ギャンブル等依存症対策推進基本計画に基づき、消費生活相談への的確な対応に係る支援を行うとともに、消費者向けの総合的な情報提供を行う。 ・消費者に対して、SNS（LINE）公式アカウントを通じて新型コロナウイルス感染症等に関する情報発信を行う。 	<p>【インターネット消費者取引連絡会】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・四半期に1度の頻度で開催した。オブザーバーも含め、出席者とは新たなサービス・ビジネスモデル及び消費者被害の動向など、インターネット取引をめぐる最近の課題について情報を共有し、対策について議論を深めた。その配布資料及び議事要旨については、消費者トラブルの未然防止に資するよう、消費者庁ウェブサイトにおいて公開し、広く情報共有を行っている。 <p>【ギャンブル依存症対策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ギャンブル等依存症に関わる消費生活相談に対する的確な対応が行われるよう、消費生活相談員研修において相談対応マニュアルについて講義を行った。 ・また、消費者庁公式SNSも活用し、啓発資料及び情報提供のための特設ウェブサイトについて周知を行ったほか、関係省庁及び地方公共団体と連携し、国公立大学及び国立大学附属病院等、都道府県等消費者行政担当部局に対し、啓発資料の活用を依頼した。 <p>【コロナ対応】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LINE公式アカウント「消費者庁新型コロナ関連消費者向け情報」により、新型コロナウイルスに便乗した詐欺や悪質商法等の手口とその対処法、新型コロナウイルスに関連した最近の消費生活相談の事例、新しい生活様式に関して消費者として留意すべきポイント等について関係省庁等と連携の上、情報配信を行った。 <p>・以上の取組を実施することにより、消費者を取り巻く環境変化に柔軟な対応ができるように、消費者政策の基本的な方向を示すことができた。</p>	○	参考指標						
					平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
				「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数	4	4	4	4	4	4
				ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度（本人向け）	—	—	—	—	8.2%	6.2%
				ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度（家族向け）	—	—	—	—	5.3%	6.0%
啓発用SNS（LINE）公式アカウントの登録者数	—	—	—	—	106,847	108,802				

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成		
3 消費者安全法の規定に基づく注意喚起等の実施（措置件数）	・消費者庁に一元的に集約された財産分野の消費者事故等に関する情報の内容を分析・検討し、消費者安全法（平成21年法律第50号）の規定に基づき消費者に対する注意喚起等を実施する。		・偽の通信販売サイトにおいて、商品を注文して代金を支払ったにもかかわらず商品が届かない事案、誰でも確実にお金を稼げるかのように告げて多額の金銭を支払わせるが、実際には稼げる仕組みにはなっていない事案等22件について、消費者被害の発生・拡大の防止を図るため、消費者安全法第38条第1項の規定に基づき消費者に対する注意喚起を実施した。（※22件のうち8件は特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号）に基づく行政処分と併せて当該注意喚起を実施した件数）					○		
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度
			実績値	10件	10件	12件	13件		34件	22件

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成	
4 消費者のデジタル化への対応についての検討状況 <参考値> ・SNS相談に関する実証実験の実施状況 ・デジタル教材の開発状況	○消費者のデジタル化への対応を検討・推進するため、以下の取組を行う。 ・SNSを活用した消費生活相談の実証事業の結果を分析し、SNSを活用した消費生活相談の導入に際する課題と対応策について検討する。 ・消費者保護のための啓発用デジタル教材の開発を行う。		【SNS相談】 ・令和3年11月2日～令和4年1月29日の期間、通信アプリ「LINE」を活用した消費生活相談対応を試験的に実施し、当該実証結果を踏まえSNS相談対応マニュアルの内容を充実させた。 【デジタル教材】 ・有識者会議を開催し、議論を踏まえて啓発用デジタル教材「デジタル社会の消費生活」を開発。 ・以上の取組を実施することにより、消費者が社会・経済のデジタル化に対応し、安心・安全に取引を行うための環境整備の基礎を構築した。					○	
			参考指標	令和3年度					
			SNS相談に関する実証実験の実施状況	・令和2年度に作成したSNSにおける消費生活相談対応マニュアルを活用し、3か月間の実証実験を実施。					
デジタル教材の開発・活用状況	・「消費者保護のための啓発用デジタル教材開発に向けた有識者会議」を開催し、若者や社会人等の消費者が自ら知識を習得でき、さらに、消費者教育の現場でも活用可能なデジタル教材「デジタル社会の消費生活」を開発。令和3年11月から高等学校での授業及び企業でのe-ラーニング研修等において実証を行い、その成果をデジタル教材に反映させ、令和4年3月に公表。								

測定指標		目標	令和3年度		施策の進捗状況（実績）			達成
5 取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会の開催状況		・国民の消費生活にとって重要な基盤となっている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を保護するため、取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会を通じて、取引デジタルプラットフォーム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の意見も取り入れながら、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（令和3年法律第32号）の施行に向けた準備を着実に進める。			<p>・令和3年11月2日に第1回取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会を開催し、その後、同年11月22日に第2回、同年12月14日に第3回、令和4年2月1日に第4回を開催した。これらの取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会における議論等を踏まえて、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施行規則（令和4年内閣府令第9号）や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おける「販売業者等」に係るガイドライン等を策定した。</p>			○
		参考指標	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会の開催回数	—	—	—	—	—	4
評価結果	目標達成度合いの測定結果	（各行政機関共通区分）	目標達成					
		（判断根拠）	全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。					
	施策の分析	<p>（実績値が減少等した測定指標） 測定指標3については、注意喚起の実績件数は、特定商取引法に基づく行政処分と併せて実施した消費者安全法に基づく注意喚起と、単独で実施した注意喚起との合計であり、特定商取引法に基づく行政処分の対象となった事業者数にも左右されるものであり、実績値は前年度と比べて減少しているものの、時機に応じた対応をし、成果を上げているため、目標達成とした。</p> <p>（達成手段の有効性・効率性） 達成手段（1）「消費者政策企画・立案」（測定指標1関係）、（2）「消費者財産被害に係るすき間事案等への対応」（測定指標3関係）、（4）「新未来創造戦略本部における実証事業」（測定指標4関係）及び（6）「ポストコロナ社会に対応した消費者向け啓発教材の開発・情報発信」（測定指標4関係）に関しては、事業で得られた成果を広く国民に提供するなど、消費者トラブルの拡大抑止・未然防止に効果的に取り組んだものと評価できる。 また、達成手段（3）「消費者が被る財産的被害に係る実態把握・対策の検討」に関しては（測定指標2関係）、事業で得られた調査結果を今後の消費者トラブルの拡大抑止・未然防止のための情報分析に活用しており、消費者トラブルの拡大抑止・未然防止に効果的に取り組んだものと評価できる。 達成手段（5）「デジタルプラットフォームを介した取引における消費者利益の確保」（測定指標5関係）に関しては、取引デジタルプラットフォーム官民協議会準備会での意見も取り入れながら、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内閣府令等を整備し、同法の円滑な施行に向けた準備を着実に進めており、消費者トラブルの拡大抑止・未然防止に効果的に取り組んだものと評価できる。 これらに鑑みれば、各達成手段は、施策の目標達成に有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p>						
次期目標等への反映の方向性	<p>・国民の消費生活の安定及び質の向上を確保するため、引き続き、消費者政策の企画・立案・推進及び調整を推進していく。</p> <p>・なお、令和3年度の目標は達成したものの、今後とも消費生活における新たな課題が想定されることから、その時々々の社会状況に応じて機動的に必要な施策に取り組んでいく。</p>							

学識経験を有する者の知見の活用	/
-----------------	---

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	<p>【測定指標 1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 第4期消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf ・ 消費者基本基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0002.pdf
---------------------------	---

担当部局名	消費者政策課	作成責任者名	消費者政策課長 尾原 知明	政策評価 実施時期	令和4年8月
-------	--------	--------	------------------	--------------	--------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-②)

施策名	消費生活に関する制度の企画・立案・推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> 消費者契約に関する制度の企画立案 消費者契約法（平成12年法律第61号）に関し、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討するとともに、説明会の実施や広報資料の配布等によって消費者契約法の周知・啓発活動を実施する。 消費者団体訴訟制度の推進 ①適格消費者団体及び特定適格消費者団体について認定・監督を適切に行うとともに、団体が業務を円滑に実施できるように必要な支援を実施する。 ②説明会の実施や広報資料の配布等によって、被害回復を含めた消費者団体訴訟制度の周知・啓発に取り組む。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> 消費者契約に関する制度の企画立案 平成30年改正に係る審議において衆参両院の委員会で付された附帯決議や消費者委員会の答申の付言に記載された事項等について、消費者契約法の見直しを行う。 また、消費者契約法の認知度を向上させる。 消費者団体訴訟制度の推進 消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律（平成25年法律第96号）に基づく消費者団体訴訟制度の適切かつ実効的な運用等により、消費者団体訴訟制度が消費者の紛争解決のための枠組みとして活用されるように推進する。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算 (a)	141	130	60	83
		補正予算 (b)	-	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	141	130	60	
執行額 (百万円)		130	80	53		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号I（2）①ウ、I（4）①					

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
1 消費者契約法の認知度	<ul style="list-style-type: none"> 説明会等の実施、広報資料の配布、法の見直し等により、消費者契約法の認知度を向上させるほか、消費者契約に関する新たな政策課題についても検討を進める。 (法の認知度：50%) 		<ul style="list-style-type: none"> 各種説明会において消費者契約に関する説明を行うほか、消費者契約法の概要を記載したリーフレットを配布した。 令和3年度の認知度に関しては、同様の調査を行った令和元年度と比較すると、消費者契約法の認知度は微減しているが、これは新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響による、講師派遣回数や実際に消費者に届いたパンフレットの部数の減少のためと考えられる（令和2年度は令和元年度及び令和3年度と別の調査の結果であり、標本数も異なるため、参考値の扱い）。 「消費者契約に関する検討会」での検討等を踏まえ「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」を令和4年3月に国会に提出した。 令和4年度には法改正も踏まえ、より一層の周知活動を行う予定。 				○			
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		令和元年度	令和2年度	令和3年度
			実績値	/	/	/		38%	45%	35%

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）					達成		
2 消費者団体訴訟制度及び適格消費者団体・特定適格消費者団体の認知度	<p>・説明会の実施や広報資料の配布等により、消費者団体訴訟制度の認知度を向上させる。 （消費者団体訴訟制度の認知度：40%、適格消費者団体の認知度：30%、特定適格消費者団体の認知度：25%）</p>		<p>・消費者団体訴訟制度パンフレットを改訂し、地方公共団体や全国の適格消費者団体に配布をするとともに、各種説明会において消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律に関する説明を行った。</p> <p>・令和3年度の認知度に関しては、同様の調査を行った令和元年度と比較すると、消費者団体訴訟制度等の認知度は微減しているが、これは新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、講師派遣回数減少や実際に消費者に届いたパンフレットの部数の減少によるものと考えられる（令和2年度は令和元年度及び令和3年度と別の調査の結果であり、標本数も異なるため、参考値の扱い）。</p> <p>・「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」での検討等を踏まえ「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」を令和4年3月に国会に提出した。</p> <p>・令和4年度には法改正も踏まえ、より一層の周知活動を行う予定。</p>					○		
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度
			実績値	特定適格消費者団体 6.7%	消費者団体訴訟制度 13.9% 適格消費者団体 8.2% 特定適格消費者団体 6.3%	/	消費者団体訴訟制度 22.6% 適格消費者団体 25.2% 特定適格消費者団体 20.7%		消費者団体訴訟制度 37.2% 適格消費者団体 37.8% 特定適格消費者団体 35.2%	消費者団体訴訟制度 20.7% 適格消費者団体 23.1% 特定適格消費者団体 18.2%
測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成		
3 適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論が得られた件数	<p>・消費者団体訴訟制度の適切な運用のために適格消費者団体の適切な認定・監督、当該制度の実効性向上に向けた見直しを含む環境整備等を行う。 （適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論が得られた件数：毎年度50件）</p>		<p>・「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」での検討等を踏まえ「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」を令和4年3月に国会に提出した。</p> <p>・令和3年度の適格消費者団体との差止請求の相手方との間で一定の結論が得られた件数は22件であったが、令和4年5月の「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」の成立とその後の施行により、制度を担う適格消費者団体が活動しやすくなる環境整備が行われることから、件数が増加してくると考えられる。</p>					×		
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度
			実績値	測定指標3	6件	16件	20件		56件	30件

測定指標		目標		令和3年度		施策の進捗状況（実績）					達成	
4 特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数			<p>・消費者団体訴訟制度の適切な運用のために特定適格消費者団体の適切な認定・監督、当該制度の実効性向上に向けた見直しを含む環境整備等を行う。 （特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数：2件）</p>				<p>・「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」での検討等を踏まえ「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」を令和4年3月に国会に提出した。 ・令和3年度の特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数は1件であったが、令和4年5月の「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」の成立とその後の施行により、制度を担う特定適格消費者団体が活動しやすくなる環境整備が行われることから、件数が増加してくると考えられる。</p>					×
			年度		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度		
	実績値	測定指標4	-	-	-	1件	1件	1件				
目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)		相当程度進展あり									
	(判断根拠)		<p>測定指標1については、指標となる認知度は令和元年度の数値から微減しており、目標（令和6年度）に向けて一層の周知が必要であるが、「消費者契約に関する検討会」での検討等を経て、改正法案の提出に至っており、進展があると評価できる。 測定指標2については、指標となる認知度は令和元年度の数値から微減しており、目標（令和6年度）に向けて一層の周知が必要である。 測定指標3、4については目標（令和3年度末）を達成していないが、「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」での検討等を経て、制度の実効性向上に向けた環境整備等を内容とする改正法案の提出に至っており、今後消費者団体訴訟制度（差止請求及び共通義務確認訴訟）のより一層の活用が見込まれる制度改正への対応が行われたため、進展があると評価できる。 したがって、全体として「相当程度進展あり」と判断した。</p>									
評価結果	施策の分析		<p>本施策は、消費者契約に関する包括的な民事ルールを定めるとともに差止請求による消費者被害の拡大防止や団体訴訟による被害回復を図るものであり、それを構成する二つの分野（消費者契約に関する制度の企画立案、消費者団体訴訟制度の推進）は、消費者政策を実施する上で不可欠のものである。 達成手段「消費者契約に関する制度の企画立案」では、消費者契約法の周知広報及び消費者契約法の見直しに向けた検討を行った。 令和3年度の認知度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大といった外部要因の影響により、講師派遣の回数や実際の消費者に届いたパンフレットの部数が減少したことなどにより、令和元年度と比較して微減しているが、法改正を踏まえて一層の周知広報に努めていく。 他方、消費者契約法の見直しに向けた検討については、検討会における検討等を経て、「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」を国会に提出した。 消費者契約を取り巻く環境が刻々と変化していることや、「消費者契約に関する検討会」報告書においても従来の消費者契約法の取消権や契約締結過程の適正化のための対応を超える新たな方向性が提言されていることや国会審議を踏まえ、今後、既存の消費者契約法の枠組みに捉われない抜本的な検討が必要となっている。 達成手段「消費者団体訴訟制度に関する環境整備」では、消費者団体訴訟制度の周知広報及び消費者裁判手続特例法の見直しに向けた検討を行った。 令和3年度の認知度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大といった外部要因の影響から、講師派遣の回数や実際の消費者に届いたパンフレットの部数が減少したことなどにより、令和元年度から微減しているが、法改正を踏まえて一層の周知広報に努めていく。 他方、消費者裁判手続特例法の見直しに向けた検討については、検討会における検討等を経て、「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」を国会に提出した。 同法案については、新たに導入される支援法人の認定を含め円滑な施行に向けて必要な体制・環境の整備を図っていくこととする。</p>									

<p>次期目標等への反映の方向性</p>	<p>【施策】 ・ 施策の概要においては、上記の分析を踏まえ、「消費者契約に関する制度の企画立案」において、既存の枠組みに捉われない抜本的な検討を行う旨を反映させるとともに、その目標として、令和4年改正での附帯決議等を踏まえた抜本的かつ骨太な議論を行う旨を記載することとする。 ・ 「消費者団体訴訟制度の推進」においては、新たに導入される支援法人の認定を含め円滑な施行に向けて必要な体制・環境の整備を図っていくこととする。</p> <p>【測定指標】 ・ 上記の施策の変更は、定性的なものであり、継続的に採用すべき定量的な指標としては、次年度も同様のものとする。</p>
----------------------	--

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・ 測定指標1及び2について、消費者一般の認知度に加えて、消費者被害の経験を有する者の認知がどの程度であったか（制度利用の可能性のある者が制度を認知していた否か）を把握することも重要ではないか。 →御指摘を受け、消費者被害の経験を有する者とそうでない者の認知度について比較したところ、顕著な特徴は見られなかった。消費者トラブルは誰にでも起こり得る可能性があるため、引き続き、消費者一般の認知度を測定指標としたい。</p> <p>・ 測定指標3及び4について、より透明性を高めるという観点から、一定の結論が得られた件数だけでなく、一定の結論に至るプロセスを捕捉できる指標を参考指標等として設定することも考えられるのではないか。 →適格消費者団体又は特定適格消費者団体は、相談を受けて訴訟を起こす場合もあれば、他の情報ソースを基に訴訟を起こす場合もあり、また、相談についても団体により対応プロセスが異なることから、検討の俎上に上がったといえる基準を一律に設定することが難しい面があるため、参考指標として設定することは困難である。</p> <p>・ 「消費者団体訴訟制度の推進」に関し、新たに導入される支援法人の認定について、支援法人の設立による適格・特定適格消費者団体の業務効率化の状況等、何らか状況を捕捉できる指標設定の検討に着手した方が良いのではないか。 →支援法人の設立による業務効率化の状況について、現状、制度自体が未施行であり、ガイドラインの策定等に取り組んでいるところであるため、今後適切な指標設定について検討してまいりたい。</p> <p>・ 測定指標としての「認知度」の意味内容、また「目標」として掲げられているパーセンテージあるいは件数について、その達成が意味するものは何なのかなど、改めて明確化が求められているように思われる。 →民事ルールに関する制度である以上、認知されて初めて制度が活用されることから「認知度」を指標としている。測定指標及びその水準の妥当性については、改正法の周知状況や運用状況等を踏まえ検討してまいりたい。</p>
------------------------	---

<p>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</p>	<p>【測定指標1】 ・ 消費者庁「令和元年度・令和3年度消費者意識基本調査」等 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</p> <p>【測定指標2】 ・ 消費者庁「令和元年度・令和3年度消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/ ・ 消費者庁「令和2年度消費者団体訴訟制度等の調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/assets/consumer_system_cms101_210421_04.pdf</p>
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>消費者制度課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者制度課長 黒木 理恵</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和4年8月</p>
--------------	---------------	---------------	--------------------------	----------------------	---------------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-③)

施策名	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育・普及啓発 平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）及び消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更）に基づき、消費者教育・普及啓発を総合的、体系的、効果的に推進する。 特に、喫緊の課題である成年年齢引下げを見据え、若年者への消費者教育の充実を図る。 ・エシカル消費 地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮して自ら考える消費行動、いわゆるエシカル消費に関する普及啓発を行う。 ・食品ロスの削減の推進 令和元年10月に施行された食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元年法律第19号）及び食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定）に基づき、食品ロス削減月間（10月）を中心として、消費者に食品ロスの問題及び家庭で実践できる食品ロスの削減方法等についての普及啓発を実施することにより、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進する。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育・普及啓発 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の機会が提供され、消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与する。 ・エシカル消費 多様な主体と連携し、エシカル消費の機運を醸成する。 ・食品ロスの削減の推進 多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減に取り組む。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	62	127	159	140
		補正予算 (b)	-	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	62	127	159	
執行額 (百万円)		94	74	114		
施策に関する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<ul style="list-style-type: none"> ○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（3）①、Ⅱ（1）①、Ⅱ（1）②、Ⅱ（3）①、Ⅲ（1）②、Ⅲ（2）③ウ、Ⅳ（1）①、Ⅳ（1）②、Ⅳ（1）③、Ⅳ（1）④、Ⅳ（1）⑥、Ⅳ（1）⑦、Ⅳ（1）⑧、Ⅴ（1）②、Ⅴ（2）⑤ ○消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更） ○食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和2年3月31日閣議決定） 					

測定指標	目標	令和6年度		施策の進捗状況（実績）			達成
1 「社会への扉」で取り扱っている知識に関する理解度調査における正解割合	<ul style="list-style-type: none"> ・「社会への扉」で取り扱っている知識に関する理解度の向上を図り、もって消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう育成支援を推進する。 			<ul style="list-style-type: none"> ・若年者の理解や行動に関する調査を令和3年度に初めて実施し、オンラインショッピングを利用して商品を購入した際、異なる商品が届いた場合に適切な行動をしている割合が70%となった。 			○
	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	実績値						52%
	参考指標（実績値）	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
全高等学校等での「社会への扉」等の活用実績			38%	67%	86%	91%	

測定指標	目標	令和4年度		施策の進捗状況（実績）				達成			
2 消費者教育ポータルサイトへのアクセス件数	<p>・消費者教育ポータルサイトへのアクセス件数の向上を図り、もって消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう育成支援を推進する。</p>			<p>・消費者教育ポータルサイトにおける新規教材等の掲載件数は、87件と前年度（93件）と同程度である一方、令和3年度のアクセス数は前年度から減少した。 ・そのため、令和3年度に消費者教育の担い手等に対する教材等の情報提供を一層強化するため、検索機能の改善、情報の掲載・更新手続の容易化等の改修を行った。 ※平成29年度から消費者教育ポータルサイトへのアクセス件数に関する集計方法が変更されている。</p>				×			
				年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		令和元年度	令和2年度	令和3年度
				実績値	7,001,798	2,246,775	1,981,195		1,490,866	1,232,306	845,095
				参考指標（実績値）	平成28年度	平成29年度	平成30年度		令和元年度	令和2年度	令和3年度
				新規教材等の掲載件数	43件	56件	98件		76件	93件	87件
測定指標	目標	令和4年度		施策の進捗状況（実績）				達成			
3 エシカル消費特設サイトへのアクセス件数	<p>・エシカル消費特設サイトへのアクセス件数の向上を図り、もってエシカル消費の機運醸成を推進する。 （令和3年度目標値：100,000PV）</p>			<p>・エシカル消費特設サイトにおいて、エシカル消費の各主体の取組や実践事例等を掲載し、また、同サイト内にサステナブルファッションに関する特設ページを設ける等、情報発信の強化に向けた取組を行った。</p>				○			
				年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		令和元年度	令和2年度	令和3年度
				実績値						50,118件	176,555件
測定指標	目標	令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成			
4 食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合	<p>・食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上にすることを通じ、国民運動としての食品ロスの削減を推進する。</p>			<p>・食品ロス問題の認知度向上のため、食品ロス削減推進アンバサダーを活用したイベントや食品ロス削減推進大賞、「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト等を実施した。 ・令和4年3月に実施した「消費者の意識に関する調査」における「食品ロスを認知して削減に取り組む消費者の割合」は、78.3%となり、一定程度増加した。</p>				○			
				年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		令和元年度	令和2年度	令和3年度
				実績値	62.4%	71.8%	71.0%		76.5%	76.6%	78.3%

	<p>目標達成度合いの測定結果</p>	<p>(各行政機関共通区分)</p> <p>(判断根拠)</p>	<p>相当程度進展あり</p> <p>消費者教育・普及啓発については、令和4年4月からの成年年齢引下げに対応した、若年者への消費者教育の充実が喫緊の課題であるところ、令和3年度に初めて実施した若年者の理解や行動に関する調査の調査では、オンラインショッピングを利用して商品を購入した際に異なる商品が届いた場合に適切な行動をしている割合が65%となっており(測定指標1)、また、参考指標として掲げている高等学校等での「社会への扉」等の活用実績は前年比で着実に増加している。</p> <p>エシカル消費については、理解及び行動の促進が重要であるところ、特設サイトへのアクセス件数について目標値(令和3年度:100,000PV)を上回る実績となっている(測定指標3)。</p> <p>食品ロスの削減の推進については、国民運動として取組を進めていくことが重要であるところ、食品ロス削減に取り組む人の割合(測定指標4)は前年度比で着実に増加している。</p> <p>以上のとおり、令和3年度に達成すべき目標との関係では相当程度の進展があったことに鑑みて、「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果</p>	<p>施策の分析</p>	<p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標2については、掲載する新規教育教材等の数は前年度比で同程度でありコンテンツの充実化は引き続き図られているものの、サイトの利便性が高くないため減少したと考えられる。消費者教育の担い手等に対する教材等の情報提供を一層強化するため、消費者教育ポータルサイトを令和3年度に改修した。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「消費者教育・普及啓発」については、特に、令和4年4月からの成年年齢引下げという喫緊の課題に向けて、「消費者教育全力」キャンペーンに基づき、①地方公共団体・大学等への働き掛け、②関係団体への働き掛け、③イベント・メディアを通じた周知及び④コンテンツの充実・活用の促進等の重層的な取組を実施した。</p> <p>また、消費者被害防止等に資する情報等を若者等に直接届けるため、「18歳から大人」Twitterアカウントや特設ページを開設し、情報発信を強化した。</p> <p>さらに、地方公共団体や関係団体への周知や学校への出前講座の実施、政府広報キャンペーン、若年者向けイベント等を通じて、成年年齢引下げの意義や消費者被害の防止等について広く広報・啓発を行った。</p> <p>達成手段(2)「エシカル消費の普及・啓発」については、関係団体や事業者等と協働しながら、啓発資材の充実に取り組んだほか、エシカル消費の一つであるサステナブルファッションの推進に向け、消費者庁、経済産業省、環境省の3省庁が一体となって取り組むべく、関係省庁連携会議を立ち上げ、特設ページの開設や「消費者行動18のヒント」の発信、サポーター制度の創設等、消費者のサステナブルファッションへの関心を高め、実践している人の輪を広げる取組を進めた。</p> <p>達成手段(3)「食品ロス削減推進」については、政府を始めとする取組のフレームワークである食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針に沿って「食品ロス削減推進大賞」を実施したほか、「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストや食品ロス削減推進アンバサダーを創設する等、消費者等への普及啓発を強化した。</p> <p>これらに鑑みれば、各達成手段は、施策の目標達成に有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p>	
	<p>次期目標等への反映の方向性</p>	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育に関する施策については、令和4年度以降においても、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針ー消費者教育の実践・定着プランー」(令和4年3月31日若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)に基づき関係省庁と連携して取組を進める。 ・エシカル消費に関する施策については、啓発動画を活用した地域等での取組の促進や、各種イベントへの参画など、広くエシカル消費を知ってもらうための取組を進めるほか、消費者の関心を実際の行動に結び付けるための取組も強化していく。 ・食品ロスの削減に関する施策については、基本方針に沿って令和4年度も引き続き表彰施策や消費者等への普及啓発にも取り組み、多様な主体が連携した、国民運動としての食品ロス削減を推進していく。 <p>【目標及び測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育に係る施策については、施策の進捗状況や社会経済情勢を踏まえ、その重点や手法について、必要な見直しを行いながら推進していく必要があり、目標及び測定指標についても、それに応じて適宜見直しを行うこととする。 	

学識経験を有する者の知見の活用	
-----------------	--

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	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者教育推進会議 https://www.caa.go.jp/policies/council/cepc/ ・ 消費者教育ポータルサイト https://www.kportal.caa.go.jp/index.php ・ エシカル消費特設サイト https://www.ethical.caa.go.jp/
---------------------------	--

担当部局名	消費者教育推進課	作成責任者名	消費者教育推進課長 山地 あつ子	政策評価 実施時期	令和4年8月
-------	----------	--------	---------------------	--------------	--------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-④)

施策名	地方消費者行政の推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）を踏まえ策定された「地方消費者行政強化作戦2020」（令和2年4月）に基づき、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備することを目指し、地方公共団体における消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を地方消費者行政のための交付金を通じて支援する。 ・消費生活センターの法制上の位置付けや適正な配置、相談員の配置や処遇の望ましい姿、地方との役割分担等を踏まえた国による人材面、ノウハウ面、情報面、財政面などの支援、連携、協働の在り方について、地方消費者行政・消費生活相談体制の実態調査等を踏まえ、全般的に検討を行う。 ・全国共通の電話番号から身近な相談窓口を案内する「消費者ホットライン」について、その運用や活用状況を踏まえつつ、消費者の利便に資する形で引き続き運用し、消費生活センターや相談窓口の周知徹底に努める。 					
達成すべき目標	・地方公共団体と連携しながら、地方消費者行政の充実・強化を支援することにより、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上を図る。					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	2,742	2,738	2,526	2,363
		補正予算 (b)	1,150	1,601	1,400	
		繰越し等 (c)	-	-226	-25	
		合計 (a+b+c)	3,892	4,113	3,901	
執行額 (百万円)		3,215	3,264	3,249		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説のうち主なもの）	<p>○消費者基本計画第5章5（3）</p> <p>○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（1）③ウ、Ⅰ（2）②カ、Ⅰ（3）②、Ⅰ（3）③、Ⅰ（3）④、Ⅰ（4）④、Ⅰ（4）⑧、Ⅲ（1）③、Ⅲ（1）⑪、Ⅲ（1）⑫、Ⅲ（3）①、Ⅲ（3）②、Ⅳ（1）①、Ⅳ（1）②、Ⅳ（1）③、Ⅴ（1）②、Ⅴ（2）④、Ⅴ（3）①、Ⅴ（3）②、Ⅴ（3）③、Ⅴ（3）④、Ⅴ（3）⑤、Ⅴ（3）⑦、Ⅴ（3）⑧</p> <p>○地方消費者行政強化作戦2020（令和2年4月）</p>					

測定指標	目標	令和6年度			施策の進捗状況（実績）			達成
1 若年者の消費者ホットライン188の認知度30%以上（全国）	・消費者ホットライン188について、様々な機会を捉え、多様な媒体を利用して周知することにより、認知度の向上及び利用の促進を図る。				<ul style="list-style-type: none"> ・消費者ホットライン188等について、SNSにおけるキャンペーン広告配信を行ったほか、トラブル事例に応じた複数のPR動画やバナー広告を配信する等、様々な手法による広報を実施し相談窓口の認知度の向上と利用の促進を図った。 ・なお、測定指標1については、認知度としてそれまで対象としていた「番号」の認知度ではなく、「内容」の認知度としたため数値が下がったものと考えられる。 			○
2 若年者の消費生活センターの認知度75%以上（全国）	測定指標 1	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	4.7%	4.9%	9.3%	7.2%	17.9%	12.9%
	測定指標 2	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値				69.8%		72.9%

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成
3 都道府県等消費者行政担当課長会議の実施（年1回）	・都道府県等消費者行政担当課長会議及び消費者行政ブロック会議等を引き続き開催し、国と地方の意見交換や情報共有を図る。都道府県だけでなく市区町村も含めた「現場」の相談員等と意見交換を行う。	<ul style="list-style-type: none"> 令和3年4月に「都道府県等消費者行政担当課長会議」を、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響に鑑み、オンライン開催したほか、令和3年10月から11月までにかけて、「地方消費者行政ブロック会議」を、全国を6ブロックに分けてオンラインにて開催し、都道府県・政令指定都市の担当課長との意見交換や情報共有を図った。 加えて、各都道府県・市町村との間で、直接訪問又はオンラインによる意見交換を行った。当該意見交換においては、各都道府県の消費者行政の充実に向けた更なる取組について依頼をするとともに、今後の課題等について取り上げた。 					○	
4 消費者行政ブロック会議の実施（全6ブロック）								

測定指標	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	1回	1回	1回	1回	1回
5 消費生活センター所長会議への出席（全7ブロック）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	実績値	6回	6回	6回	5回	4回	6回
6 地方公共団体の首長等への直接的な働き掛け（年間7地域）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	実績値	7回	7回	7回	6回	7回	7回
測定指標6	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	実績値			47自治体	41自治体	21自治体	36自治体

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）					達成
7 消費生活センター設置都道府県人口カバー率90%以上	・どこに住んでいても質の高い消費生活相談・救済を受けられる地域体制を全国的に整備することなどにより、地域における消費者被害を救済・防止し、消費者の安全・安心を確保すべく、「地方消費者行政強化作戦2020」の達成状況を地方消費者行政強化交付金の交付額の算定に反映させるというインセンティブを地方公共団体に対して付与するとともに、同交付金の活用を働き掛けるなどして、地方公共団体の取組を、財政面を中心に支援する。	<ul style="list-style-type: none"> 測定指標7の消費生活センター設置都道府県人口カバー率が90%以上になった都道府県数は26都道府県であった。 また、測定指標8の消費生活相談員配置カバー率が90%以上になった都道府県数は39都道府県であった（いずれも地方消費者行政の現況調査によって得られた各年度4月1日時点の状況を記載。）。 					○	
8 消費生活相談員配置都道府県人口カバー率90%以上	測定指標7	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値				26都道府県	26都道府県	26都道府県
測定指標8	測定指標8	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値				38都道府県	39都道府県	39都道府県

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）	達成
9 地方モデル事業の実施			<ul style="list-style-type: none"> ・国が公募した民間事業者・団体等をプラットフォームとして、新たな手法により、地方消費者行政の更なる充実・強化に向けた取組を支援し、さらに事業成果を全国的に横展開することで、他の地域における自発的かつ積極的な取組を促進した。 	○
	実績値	令和3年度	<ul style="list-style-type: none"> ・地域の現場における課題の解決に向けて、民間事業者、消費者団体等の関係団体が協働し、地方消費者行政活性化のモデルを構築した。 ・令和3年度は6事業を実施し、例えば、地方の中小企業における新たな原料原産地表示制度への対応を進めることを目的とした事業においては、制度周知のためのマニュアルを作成したほか、地方公共団体と連携しながら制度周知を行う普及啓発モデルの開発を行った。 ・事業終了後には各事業ごとに報告書の作成・公表を行った。 	

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）	達成															
10 消費生活相談員資格保有率75%以上	<ul style="list-style-type: none"> ・どこにいても質の高い相談・救済が受けられる社会基盤作りのため、消費生活相談員の養成、レベルアップに向けた支援を行うとともに、消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者等の被害防止のための「地域の見守りネットワーク」の構築を支援する。 		<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度に「消費生活相談員担い手確保事業」を実施し、相談員育成に取り組んでいる。 ・「地域の見守りネットワーク」の構築に当たっては、消費者安全確保地域協議会を設置した自治体は、令和3年度末までに380自治体となっている。 ・令和3年10月には厚生労働省と連名で消費者安全確保地域協議会に関する通知を发出するなど、消費者部局と福祉部局との連携を促した。 ・また、令和3年度に「消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業」を実施し、消費生活協力員等の養成に取り組んでいる。 	○															
11 消費者安全確保地域協議会の設置都道府県内人口カバー率50%以上		<table border="1"> <thead> <tr> <th>測定指標10</th> <th>年度</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> <th>令和3年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>実績値</td> <td></td> <td></td> <td>26都道府県</td> <td>26都道府県</td> <td>26都道府県</td> <td>27都道府県</td> <td>25都道府県</td> </tr> </tbody> </table>	測定指標10	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	実績値			26都道府県	26都道府県	26都道府県	27都道府県	25都道府県	
測定指標10	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度												
実績値			26都道府県	26都道府県	26都道府県	27都道府県	25都道府県												
12 消費生活協力員・協力団体を活用する都道府県内人口カバー率50%以上	測定指標11	<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> <th>令和3年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>実績値</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>7都道府県</td> <td>14都道府県</td> <td>16都道府県</td> </tr> </tbody> </table>	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	実績値				7都道府県	14都道府県	16都道府県			
	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度												
実績値				7都道府県	14都道府県	16都道府県													
測定指標12	<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> <th>令和3年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>実績値</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>1都道府県</td> <td>1都道府県</td> <td>3都道府県</td> </tr> </tbody> </table>	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	実績値				1都道府県	1都道府県	3都道府県				
年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度													
実績値				1都道府県	1都道府県	3都道府県													

評価結果	目標達成度合いの測定結果	<p>(各行政機関共通区分)</p> <p>(判断根拠)</p>	<p>相当程度進展あり</p> <p>測定指標1・2について、目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指しており、特に測定指標2については目標値の75%に対して現時点で70%を超え、ある程度の進展がみられる。</p> <p>なお、測定指標1については認知度としてそれまで対象としていた「番号」の認知度ではなく「内容」の認知度としたため数値が下がったものと考えられる。</p> <p>測定指標3～6について、いずれも目標値を達成しているか、昨年よりも増加し、政策の目標である地方公共団体との意見交換が実施された。</p> <p>測定指標7・8について、目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指している。両数値は昨年から変化がないが、例えば測定指標7については88%以上の都道府県が3から5に増えるなどの進展がある。</p> <p>なお、政策の目標である地域における消費者被害の救済・防止に向けた地方公共団体への財政面を中心とした支援については消費者行政強化交付金を始めとした支援を実施しており、消費者被害の救済・防止に向けた支援が実施されている。</p> <p>測定指標9について、実績値として6件の事業を実施し、優良事例を全国へ横展開することができた。</p> <p>測定指標10～12について目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指している。</p> <p>なお、例えば消費者安全確保地域協議会の設置数は令和3年度の1年間で327から380に増加するなど相当程度に地域の見守りネットワークの構築が進展した。</p>
	評価結果	施策の分析	<p>(実数値が減少等している測定指標)</p> <p>測定指標1については認知度としてそれまで対象としていた「番号」の認知度ではなく「内容」の認知度としたため数値が下がったものと考えられる。</p> <p>測定指標10については、消費生活相談員担い手確保事業の充実等により達成に向け努めてまいりたい。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「消費者ホットラインの運用等」及び(2)「地方公共団体との連携等の推進」により実施している施策については、各測定指標の進捗状況欄に記載のとおり適切に実施されており、消費生活の「現場」である地方公共団体や地域の消費者団体等との連携・交流に寄与しているといえること、少額随意契約のものを除き、一般競争入札を実施して透明性、公平性を図り、単位当たりコストも妥当であることから、有効性、効率性が認められる。</p> <p>達成手段(3)「地方消費者行政強化交付金」については、本交付金を活用した当面の政策目標である「地方消費者行政強化作戦2020」等に基づき、目標に向けておおむね前進していること、各都道府県に対して毎年度、事業計画の提出を求め、適切に交付していることから、有効性、効率性が認められる。</p> <p>達成手段(4)「先進的モデル事業」については、中小企業において対応が課題となっていた新たな原料原産地表示に対するマニュアルの作成など、企画競争により先進的なモデルとなり得る事業を選出しており、各測定指標の進捗状況欄に記載のとおり適切に実施されていることから有効性、効率性が認められる。</p> <p>達成手段(5)「地方消費者行政人材育成事業」については、消費生活相談員資格試験合格者を100名以上輩出した消費生活相談員担い手確保事業を始め、それぞれの事業者の選定においても適切な入札による透明性、公平性を図り、適切な成果を出していることから、有効性、効率性が認められる。</p> <p>(外部要因等事前に想定できなかったことにより実績に与えた影響)</p> <p>新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、測定指標4を始めとした地方公共団体との直接の意見交換及び消費生活協力員・協力団体育成事業等における事業内容の計画変更を余儀なくされた。しかし、いずれもオンラインによる意見交換等を実施することによりその影響を最小化した。</p>

<p>次期目標等への 反映の方向性</p>	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「消費者ホットライン188」については、引き続きシステムを安定的に運営していくとともに、災害時等における接続先の適切な設定等を行う。 ・また、SNS広告や交通広告など多様な媒体・手段を活用し、認知度の向上と利用の促進に向けて取組の推進を図る。 ・地方消費者行政の強化に向けて、引き続き国と地方の協働が求められることから、地方との連携・交流を推進し、「消費者行政ブロック会議」、「執行専門研修」等の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながら、より効率的に実施する。 ・「地方消費者行政強化作戦2020」の政策目標を達成するため、地方消費者行政の充実・強化のための交付金等による支援、消費者庁直轄事業による課題への対応、研修等による技術支援を通じて、地方公共団体の取組を支援できるよう努める。 ・「地方モデル事業」及び「地方消費者行政人材育成事業」については、今後もより一層の成果が得られるよう、積極的に事業内容の改善及びその運用に努める。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「地方消費者行政強化作戦2020」等を踏まえ、引き続き現在の指標を継続して実施する予定である。
---------------------------	---

<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地方消費者行政強化作戦2020（令和2年4月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_cooperation_cms201_200331_02.pdf ・地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms201_220329_01.pdf ・令和3年度地方消費者行政の現況調査（令和3年10月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/status_investigation/2021/ ・地方消費者行政に関する先進的モデル事業（令和3年度分） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/advancedmodel/index.html ・消費生活相談員担い手確保事業（令和3年度分） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/consumer_affairs_consultants_2020/
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>地方協力課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>地方協力課長 加藤 卓生</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和4年8月</p>
--------------	--------------	---------------	-------------------------	----------------------	---------------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-⑤)

施策名	消費者の安全確保のための施策の推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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、事業者への働き掛け等の対応を行う。 ・ 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、迅速かつ的確に対応する。 ・ 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。 ・ 消費者安全調査委員会は、生命身体事故等の中から、発生・拡大の防止及び被害の軽減を図るために原因を究明する必要がある事故を選定し、調査を実施する。被害の発生・拡大防止のために講ずべき施策・措置については、関係行政機関の長に勧告・意見を行う。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生命・身体被害に係る消費者事故等を確実に集約し、事故に関する情報を迅速かつ効果的に発信することにより、消費者事故等による被害の発生又は拡大を防止する。 ・ 食品の安全性に関するリスクコミュニケーションを一層促進することにより、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を行うことができるような取組を推進する。 ・ 生命身体事故等の原因を究明し、講ずべき施策・措置について、関係行政機関の長に勧告・意見を行い、生命身体事故等の発生・拡大を防止する。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算 (a)	252	239	228	233
		補正予算 (b)	-2	-1	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	250	238	228	
執行額 (百万円)		203	167	172		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説のうち主なもの）	○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（1）①エ、Ⅰ（1）②ア、Ⅰ（1）②イ、Ⅰ（1）②ウ、Ⅰ（1）③ア、Ⅰ（1）③エ、Ⅰ（1）④ア、Ⅰ（1）④エ、Ⅰ（1）④オ、Ⅰ（4）②、Ⅲ（2）③ク					

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）	達成
1 事故情報データベースへの年間登録件数（上段）及び1か月当たりの平均アクセス数（下段）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者安全法に基づく事故情報の通知、消費生活用製品安全法（昭和48年法律第31号）に基づく重大製品事故の報告及びPI0-NETに登録された危害・危険情報を確実に集約し、集約した事故情報を国民に向けて公開し、事故の予防及び被害の拡大防止を図る。 ・ 子供の事故防止に向け、保護者等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。 ・ いわゆる「リコール」に関する情報を収集し広く周知するため、リコール情報サイトへのアクセス数及びメール配信サービスの登録件数の前年度比増を目指すとともに、リコール情報サイトへの登録情報の充実を図るとともに、リコール製品による事故を防止するための取組を行う。 		<ul style="list-style-type: none"> ・ 関係行政機関から収集した事故情報等を「事故情報データベース」に集約し公開するとともに、被害の重篤度や拡大可能性等を踏まえてプレスリリースによる注意喚起を行い、消費者被害の発生・拡大防止に努めた。 ・ 「子どもを事故から守る！Twitter」及び「子ども安全メールfrom消費者庁」を定期的に配信したほか、子供の事故に関するプレスリリースによる注意喚起を行った。 ・ また、令和3年7月19日～25日を「子どもの事故防止週間」とし、関係省庁が連携し集中的な啓発活動を行った。 ・ リコール対象の製品による消費者事故が発生している現状を踏まえ、リコール情報が消費者に行き届くよう「消費者庁リコール情報サイト」を適切に運用するとともにメール配信サービスによる情報発信を行った。 ・ 重大製品事故が発生しているリコール製品については、定期的な公表のほか、「消費者庁リコール情報サイト」にも掲載することで注意喚起を行った。 	○

2 リコール情報サイトへの1か月当たりの平均アクセス数（上段）及び配信サービス登録件数（下段）	測定指標 1	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	28,284件 14,960件	26,115件 16,587件	22,578件 21,662件	28,009件 29,089件	23,623件 23,856件	24,932件 8,760件
測定指標 2	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値	- 7,954件	- 8,064件	105万件 8,295件	105万件 9,327件	110万件 9,689件	162万件 10,047件	
測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
3 食品中の放射性物質に関する理解度（福島県産食品の購入をためらう人の割合） ※理解が深まることで福島県産食品の購入をためらう人の割合は減少すると考えられる。	・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む。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被害の払拭を目指す。			・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を関係府省と連携して実施した。 ・小学生とその保護者等を対象に、食品中の放射性物質について分かりやすく解説するとともに、身近な放射線を観察するなど、体験プログラムを実施した。			○	
4 意見交換会参加者の理解度（アンケート結果）	測定指標 3	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	13.2%	12.7%	12.5%	10.7%	8.1%	6.5%
測定指標 4	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値	83.7%	88.0%	82.2%	82.2%	93.7%	93.2%	
測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
5 勧告・意見項目の年度別件数（上段）及び累計件数（下段）	・消費者安全調査委員会は、被害の発生・拡大を防止するため、積極的に他機関と連携を行いつつ、事故等原因調査等を実施し、早期に関係行政機関の長等に勧告・意見を行う。 ・勧告・意見に対する関係行政機関の取組状況を適時・適切にフォローアップし、生命身体事故等の発生・拡大防止を図る。			・事故等原因調査を行い、その発生・拡大防止のために必要な措置・施策について、関係行政機関の長へ意見を具申した。 ・主なものとしては、令和3年6月に選定した「ネオジム磁石製のマグネットセットによる子どもの誤飲事故」について、早急に調査を行い、令和4年3月に事故等原因調査報告書を公表するとともに、関係行政機関の長へ意見を具申した。			○	
6 勧告・意見先の関係行政機関で取組が終了した累計件数（上段）及び勧告・意見項目の累計件数に対する割合（下段）	測定指標 5	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	37件 83件	24件 107件	28件 135件	7件 142件	33件 175件	23件 198件
測定指標 6	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値	5件 6%	15件 14%	15件 11%	47件 33%	58件 33%	99件 50%	

	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり
		(判断根拠)	測定指標1以外の測定指標で目標が達成されたため、「相当程度進展あり」と判断した。
評価結果	施策の分析	<p>(実績値が減少している測定指標)</p> <p>測定指標1については、令和3年3月にサイトをリニューアルするためのシステム更改を行ったところ。実績値の減少はURLの変更等システム更改が主な理由と考えられるため、必ずしも過去との比較が適切なものではなく、来年度以降実績値の増減について評価することとしたい。</p> <p>測定指標4については、実績値は前年度と比べわずかに減少しているものの、実績値が100%に近いことに加え、消費者基本計画におけるKPI(目標:80%以上)を大幅に超えているため、目標達成とした。</p> <p>測定指標5については、関係行政機関の取組状況に左右されるものであり、実績値は前年度と比べ減少しているものの、測定指標6の実績値が大幅に増加していることから施策全体では目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性・効率性)</p> <p>達成手段(1)「消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進」に関しては、関係行政機関等から生命身体事故等に係る消費者事故等の情報を集約するとともに、これらの事故情報を活用し、消費者への注意喚起等を的確に行うことができた。</p> <p>また、「子どもを事故から守る!事故防止ハンドブック」の配布やTwitter等のSNSを活用した注意喚起・情報提供を行い、効果的な周知・啓発を行ったほか、関係省庁と連携した「子どもの事故防止週間」を実施することができた。</p> <p>さらに、リコール情報サイトにて製品別テーマによる整理を行い、消費者に分かりやすい情報発信を行うとともに、メールマガジンやSNSを活用したリコール情報の周知に努めるとともに、リコール情報サイト自体の周知活動に取り組むことができた。</p> <p>その結果、リコール情報サイトへのアクセス数等が増加し、リコール情報をより多くの消費者へ届けることができた。</p> <p>達成手段(2)「生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言」に関しては、消費者安全調査委員会において、生命身体事故等の原因を究明し、提言や報告書を取りまとめるなど、生命身体事故等の被害の発生、拡大の防止に資する取組を実施することができた。</p> <p>達成手段(3)「食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進」に関しては、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を、関係省庁や地方公共団体等と連携し、実施することができた。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おり、食品中の放射性物質に関する理解が深まっていることが一つの要因になっていると考えられる。</p> <p>これらに鑑みれば、本達成手段は、有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p>	
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・現在の目標を維持し、引き続き、政策を推進していく。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・本施策は消費者事故等の発生を防止し、また、その拡大を防ぐことを目標にするなど、指標の増減で施策の成果を測ることは困難であるが、可能な限り定量的な指標を設定するとともに、定性的な指標を設定する際も国民に分かりやすいものとして活用できるよう適切に設定することとする。 	

学識経験を有する者の知見の活用	/
-----------------	---

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	<p>【測定指標 1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 事故情報データバンクシステム https://www.jikojoho.caa.go.jp/ai-national/ ・ 消費者安全法及び消費生活用製品安全法に基づく事故情報の集約、公表（2021年度）等 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/release/2021/ ・ 消費者への注意喚起（2021年度） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/2021/ ・ 子どもを事故から守る！公式ツイッター https://twitter.com/caa_kodomo ・ 子どもを事故から守る！事故防止ポータル https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/ <p>【測定指標 2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者庁リコール情報サイト https://www.recall.caa.go.jp/ <p>【測定指標 3】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 風評被害に関する消費者意識の実態調査について https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding_food_and_radiation/#harmful_rumor <p>【測定指標 4】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ リスクコミュニケーション会場アンケート結果（非公表） <p>【測定指標 5】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者安全調査委員会 報告書/経過報告/評価書 https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ <p>【測定指標 6】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者安全調査委員会 報告書/経過報告/評価書（各事案の「意見後の動き」） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/
---------------------------	---

担当部局名	消費者安全課	作成責任者名	消費者安全課長 大森 崇利	政策評価 実施時期	令和4年8月
-------	--------	--------	------------------	--------------	--------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-⑥)

施策名	消費者取引対策の推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）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（違反事業者に対する業務停止命令・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。また、通信販売について、法執行を補完する取組として、事業者に対し不適切な広告の改善を指導するとともに、インターネット・サービス・プロバイダなどに対し違法な関連情報を提供することにより適切な対応を促す。 ・また、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案（令和3年法律第72号）を第204回国会に提出し、令和3年6月に公布。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・特定商取引法の消費者及び事業者等への周知・啓発を行うとともに、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、違反行為に対し厳正かつ適切に行政処分等を行うことにより、取引の公正と消費者利益の保護を図る。 ・併せて、預託等取引に関する法律（昭和61年法律第62号。以下「預託法」という。）や特定電子メールの送信の適正化等に関する法律（平成14年法律第26号。以下「特定電子メール法」という。）等の所管法令を厳正かつ適切に執行することにより、消費者利益の保護を図る。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	240	232	229	241
		補正予算 (b)	-	28	-	
		繰越し等 (c)	-	-28	28	
		合計 (a+b+c)	240	232	256	
執行額 (百万円)		170	166	185		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（1）①カ、Ⅰ（2）①ア、Ⅰ（2）②セ、Ⅰ（2）②チ、Ⅰ（2）⑥コ、Ⅰ（2）⑨ア、Ⅰ（2）⑨イ、Ⅲ（1）③、Ⅲ（1）⑤、Ⅲ（1）⑨					

測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
1 国の特定商取引法及び預託法執行状況（行政処分件数）	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等による消費者被害をめぐる環境変化に効果的、効率的に対応するため、地方経済産業局と一丸となって、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する。また、都道府県が自治事務として行う特定商取引法の執行について、各都道府県の意向も踏まえて、共同調査・処分や研修等を通じて執行の経験やノウハウの共有等の支援を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度における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は41件であった。なお、売上高10億円以上の事業者等に対する行政処分は29件であった。 ・このように、重大事案に重点的に取り組み、特定商取引法及び預託法に基づき、厳正かつ適切に行政処分を行うこと等によって、悪質事業者による消費者被害の拡大防止等が図られた。 ・個別事案について都道府県との共同調査を積極的に行った。 ・また、法執行担当者向け研修を実施し、特定商取引法執行に係る知見やノウハウの共有を図るなど、関係機関における執行業務を支援した。 			○			
（参考指標1） 国の特定商取引法及び預託法執行状況（行政処分件数）のうち売上高10億円以上の事業者に対するもの	測定指標1	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	32件	34件	58件	89件	89件	41件
（参考指標2） 都道府県の特定商取引法執行状況（行政処分件数）	参考指標1	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	21件	15件	20件	44件	11件	29件
	参考指標2	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	34件	37件	72件	87件	52件	40件

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成
2 特定商取引法の周知・啓発	・特定商取引法について、消費者や事業者への周知や啓発を行う。		<ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害の防止、消費者利益の保護を図るため、令和3年6月に「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律」が第204回国会において成立し、送り付け対策に係る規定は令和3年7月6日に施行された。 ・また、令和4年6月1日の施行に向けて下位法令等を整備した。 ・また、改正法に関して消費者向けのチラシの作成（30,000部）や事業者向けの説明会（アーカイブ配信も実施中）を行うことにより、周知や啓発を行った。 					○
測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成
3 特定電子メール法の厳正な執行（警告メール（行政指導）の件数及び措置命令（行政処分）の件数）	・総務省と連携しつつ、特定電子メール法を厳正かつ適切に運用する。	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値（行政指導）	3,409件	3,458件	5,747件	6,042件	7,055件	6,363件
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値（行政処分）	0件	2件	0件	0件	0件	0件
測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成
4 不適切な広告の改善に向けた通信販売事業者等に対する特定商取引法の執行状況（通信販売事業者に対する行政指導件数及び行政処分件数）	・通信販売業者に対して特定商取引法に基づき適切な措置を講ずるとともに、インターネット・サービス・プロバイダなどに対して、関連情報を提供し、適切な対応を促す。	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値（行政指導）	1,019件	1,310件	1,459件	1,023件	1,105件	1,340件
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値（行政処分）	0件	2件	4件	5件	8件	6件
5 模倣品の通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況（行政指導件数）	・特定商取引法に違反しているおそれのある模倣品の販売業者に対し、同法に基づき適切な措置を講ずる。	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	160件	79件	93件	99件	113件	150件
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
6 危険ドラッグの通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況（行政指導件数）	・関係機関と連携しつつ、特定商取引法に違反しているおそれのある危険ドラッグの通信販売サイトに対し、同法に基づき適切な措置を講ずるとともに、関係機関に対する情報提供を行う。	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	10件	1件	1件	4件	3件	3件
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
6 危険ドラッグの通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況（行政指導件数）	・危険ドラッグの通信販売サイトの監視を行い、特定商取引法上の広告表示義務等に違反していたサイトの販売事業者に対して、行政指導を行ったことにより、消費者利益の保護等が図られた。	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	10件	1件	1件	4件	3件	3件
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度

評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分) (判断根拠)	目標達成 全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。
	施策の分析	<p>(実績値が減少した測定指標) 測定指標 1、3、4 について、令和 2 年度と比較するとそれぞれ行政処分件数等が減少しているものの、参考指標 1 のとおり売上高 10 億円以上の事業者等に対する行政処分件数は増加するなど大型案件にも積極的に取り組んでいる。 また、過去の実績値と比較しても行政処分件数等は引き続き高い執行水準にあるとともに、消費者被害の多い暮らしのレスキューサービスに関する事件を複数処分するなど、時宜に即した個別の違反状況に応じた法執行が適切に行われているといえる。 なお、外的要因に左右されることが多いところではあるが、取引の公正と消費者利益の保護を図るという目標の達成に十分寄与していると考えられることから、目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 達成手段 (1) 「インターネット通信販売等適正化事業」及び (2) 「消費者取引の対策」を活用し、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、効率的に対応すべく、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 3 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 41 件の行政処分を行った。 また、行政処分のうち売上高 10 億円以上の事業者に対するものは 29 件であった。 さらに、令和 3 年 6 月に「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律」が第 204 回国会において成立するなど、消費者の利便性の確保と消費者保護の観点から積極的に制度改正に取り組むとともに、併せて改正法の周知等を積極的に行っている。 これらの点に鑑みれば、本達成手段は、効果的かつ効率的に取引の公正の確保及び消費者保護に寄与したものと考えられる。</p>	
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> 取引の公正の確保及び消費者の利益の保護を図るため、引き続き特定商取引法及び預託法等の厳正な執行を図る。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> 測定指標 1、3、4、5、6 について、引き続き厳正な執行を行っていく。 	

学識経験を有する者の知見の活用	<p>・国の執行状況については、重大事案に重点的に取り組んだため、行政処分の総件数は減少傾向にあると説明がなされている。都道府県についても同様に、行政処分件数が減少傾向である理由を補足説明しても良いのではないかと。 →都道府県で行政処分件数が減少している理由は、承知していない。</p> <p>・行政処分、行政指導など、問題が起きたことへの対応件数が「指標」となっている。行政の活動実績として捉えやすいものと思うが、これらの件数は、一種の牽制効果として不正防止の効果も持ち得る半面、件数の増加自体が施策の成果を示すことにはならない。 むしろ、説明にあった「違反の恐れのあるもの」2,000 件に関して、(具体的な固有名称等は捨象して) 「事例」として広報していくことが、消費者にとって有意な情報提供となり、不正行為防止の効果を持つのではないかと。 →御指摘を踏まえ、今後、違反行為防止に向けて検討を重ねる。</p>
-----------------	---

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	<p>【測定指標 1】</p> <ul style="list-style-type: none"> 特定商取引法違反に基づく処分件数の推移 (令和 4 年 4 月 1 日現在) https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20220401ac01.pdf
---------------------------	--

担当部局名	取引対策課	作成責任者名	取引対策課長 奥山 剛	政策評価実施時期	令和 4 年 8 月
-------	-------	--------	----------------	----------	------------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-⑦)

施策名	消費者表示対策の推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号）（以下「景品表示法」という。）を運用し、違反行為に対して厳正に対処する。 ・ 景品表示法等について事業者等に対して普及啓発を行うこと等により、違反行為の未然防止を図る。 ・ 消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法（平成25年法律第41号）（以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。）のうち転嫁阻害表示に係る違反行為の監視及び厳正な対処を行う。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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、違反行為について公表・注意喚起することにより、一般消費者の利益を確保する。 ・ 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い、違反行為の未然防止を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。 ・ 消費税転嫁対策特別措置法に違反する転嫁阻害表示について監視を行い、適切に法執行することにより、一般消費者の利益を確保する。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	188	180	176	154
		補正予算 (b)	-1	17	39	
		繰越し等 (c)	-	-17	-23	
		合計 (a+b+c)	187	180	192	
執行額 (百万円)		144	133	140		
施策に係る内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（1）④ク、Ⅰ（2）②チ、Ⅰ（2）③ア、Ⅰ（2）④ア、Ⅰ（2）④イ、Ⅰ（2）⑤イ、Ⅰ（2）⑤ウ、Ⅰ（2）⑤エ、Ⅰ（2）⑨オ、Ⅱ（4）②、Ⅱ（4）③、Ⅲ（1）①、Ⅲ（1）③、Ⅲ（1）④、Ⅲ（2）①イ					

測定指標	目標	令和3年度		施策の進捗状況（実績）				達成
1 景品表示法に違反する行為への厳正な対処によるこれらの排除に係る状況及び保護された消費者利益の状況 <参考指標> ・ 措置命令件数 ・ 課徴金納付命令件数 ・ 行政指導件数 ・ 景品表示法課徴金額 ・ 措置命令によって保護された消費者利益	<ul style="list-style-type: none"> ・ 景品表示法に違反する表示等に厳正に対処してこれらを排除し、また、これらについて広く一般消費者に公表して注意喚起させることにより、一般消費者の利益を確保する。 			<ul style="list-style-type: none"> ・ 令和3年度においては、不当表示等に対して景品表示法の規定に基づく措置命令・課徴金納付命令とその公表（合計56件）、積極的な行政指導の実施（172件）及び一般消費者への注意喚起の実施（例えば新型コロナウイルスへの効果を標ぼうする商品について2回実施。）をするなど、一般消費者の利益確保を行った。 				○
	参考指標	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	措置命令件数（実績値）	27件	50件	46件	40件	33件	41件	
	課徴金納付命令件数（実績値）	1件	19件	20件	17件	15件	15件	
	行政指導件数（実績値）	138件	179件	216件	202件	176件	172件	
	景品表示法課徴金額（実績値）	4.9億円	3.9億円	5.1億円	4.7億円	11.7億円	4.8億円	
	措置命令によって保護された消費者利益（推計値） （注：算出方法は「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」欄参照。）	388.3億円	429.5億円	147.4億円	204.8億円	1,417億円	120億円	

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成
2 景品表示法等に関する講演会等の参加事業者数・理解度、事業者からの相談への対応件数	・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。		・事業者団体が主催する説明会への講師派遣等を通じて景品表示法等に係る普及啓発にも努めるなど、一般消費者による自主的かつ合理的な選択の確保に向けた各種取組を行った。					○
	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	景品表示法等の説明会等への講師派遣状況（講師派遣件数）（実績値）	172件	174件	154件	136件	76件	101件	
	景品表示法等の説明会等の参加事業者の理解度（アンケート）（実績値）	91%	95%	95%	83%	83%	84%	
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の対応状況（相談件数）（実績値）	22,763件	21,884件	21,756件	20,605件	22,026件	21,622件		
測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成
3 消費税転嫁対策特別措置法に基づく執行状況	・消費税転嫁対策特別措置法の規定に基づき、効果的かつ効率的に執行を行う。		・同法は令和3年3月末に失効したが、失効前に行われた行為について引き続き取り締まることとされているところ、消費税転嫁対策特別措置法違反として厳正に対処すべき事案に対しては、適切に法執行を行った。					○
	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	指導件数（実績値）	120件	50件	84件	84件	66件	25件	

	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分) (判断根拠)	目標達成 全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。
	施策の分析	<p>(実績値が減少した測定指標)</p> <p>測定指標1については、令和3年度単年度でみた場合の「課徴金額」及び「措置命令によって保護された消費者利益」は、令和2年度に比べ減少している。これらの数値は商品の単価が高いほど高くなるものであるところ、令和2年度においては、比較的商品の単価が高く売上が大きい案件があったことから、例年に比べ数値が大幅に高くなっていたものである。</p> <p>令和3年度の数値は、直近5年間でみて引き続き高い水準にあり、また、執行件数や指導件数といった他の参考指標は、単年度でみた場合も、令和3年度は前年度と同等の高い水準にあることから、目標達成とした。</p> <p>測定指標3については、令和3年度の指導件数が令和2年度に比べ減少している。指導件数は、情報提供件数の多寡といった外的要因に左右されるものであるところ、令和3年度末の消費税転嫁対策特措法の失効に向けて、総額表示が浸透したことなどに起因するものと考えられることから、目標達成とした(参考として、中小企業庁が実施する消費税の転嫁状況に関するモニタリング調査において、「全て転嫁できている」と回答した事業者の割合は令和元年度88.5%、令和2年度90.5%、令和3年度〔2月末時点〕88.6%)。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(2)「表示適正化のための普及・啓発等」によって、景品表示法を始めとする当課所管法令に係る説明会への講師派遣が行われ、関係法令の積極的な普及啓発が図られるとともに、連絡会議や情報ネットワークの活用により関係行政機関との連携が強化された。</p> <p>また、達成手段(1)「不当表示等違反事件調査」によって、景品表示法を始めとする当課所管法令に違反する事案に対して厳正かつ迅速な執行が行われたところである。</p> <p>これらを踏まえると、これらの達成手段は、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保することを通じて、消費者の利益を保護するという本施策の実現に大きく寄与したと評価でき、かつ、その手段としても効率的なものであったと評価できる。</p> <p>達成手段(3)「消費税価格表示事件調査」によって、消費税転嫁対策特別措置法被疑事案に対する法執行に活用され、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保を通じた消費者利益の保護によって、本施策の実現に大きく寄与したと評価でき、かつ、その手段としても効率的なものであったと評価できる。</p> <p>以上の点に鑑みれば、本達成手段は、いずれも有効的かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p> <p>(外部要因等事前に想定できなかったことにより実績に与えた影響)</p> <p>昨年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に乗じ、インターネット広告において、新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする商品に対し、緊急的に景品表示法及び健康増進法(平成14年法律第103号)の観点から改善要請等を行うとともに、一般消費者への注意喚起を2回にわたって行ったほか、措置命令だけでなく指導案件の公表を行うなど、消費者被害の防止に努めた。</p> <p>以上の取組に鑑みれば、景品表示法等の適切な運用を通じ、一般消費者の利益を保護するため、その時々の問題を解決するために適時適切に取り組んでいると考えられる。</p>	
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、景品表示法等の厳正な運用や普及啓発の取組を切れ目なく続けることが重要であるため、これらの取組を継続して行うこととしたい。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> より適切な測定指標の在り方について検討を行うこととしたい。 	

学識経験を有する者の知見の活用	
-----------------	--

<p>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</p>	<p>【測定指標 1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・景品表示法関連報道発表資料 2021年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2021/ ・その他の景品表示法関連の公表資料 2021年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2021/ ・令和3年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_220526_01.pdf <p>【測定指標 2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・その他の景品表示法関連の公表資料 2021年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2021/ <p>【「措置命令を行ったことにより保護された消費者利益」の算出方法】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・措置命令を行わなかった場合に、不当表示がその後1年間継続したと仮定し、その間に当該商品に対して消費者が支払ったであろう金額の合計を課徴金算定基礎額を基に推計。
----------------------------------	--

担当部局名	表示対策課	作成責任者名	表示対策課長 南 雅晴	政策評価 実施時期	令和4年8月
-------	-------	--------	----------------	--------------	--------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-⑧)

施策名	食品表示の企画・立案・推進					
施策の概要	・食品表示法（平成25年法律第70号）等に基づく食品の表示制度を適切に企画・立案・運用する。					
達成すべき目標	・食品表示は、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切に企画・立案・運用し、消費者の利益の増進を図る。					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算 (a)	267	250	248	207
		補正予算 (b)	-	122	122	
		繰越し等 (c)	-	-122	-	
		合計 (a+b+c)	266	250	370	
執行額 (百万円)	249	244	338			
施策に関係する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	○消費者基本計画（令和3年6月15日閣議決定） ○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（2）⑤ア、Ⅲ（1）④					

目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）	達成
・食品表示制度の適切な運用及び普及啓発を実施するとともに、実態を踏まえた制度の見直しの検討を行い、必要に応じて改正を行う。		<ul style="list-style-type: none"> ・食品表示制度の普及啓発について、コロナ禍前と比較すると講師派遣件数は減っているが、オンラインにより積極的に対応し、令和3年度は前年度と比較して件数が増加した。 ・食品表示に関する消費者意向調査により、食品表示制度の理解度（%）を測定した結果、期限表示や添加物表示といった横断的な義務表示事項については、前年度と比較して数値が向上した。 ・食品表示基準等必要な食品表示制度、関係する通知等の改正に対応するとともに、消費者、事業者へ周知した。 ・また、恒常的にホームページにアクセスされていることを確認した。 	○

測定指標		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
1 食品表示制度の普及啓発（講師派遣回数）	測定指標 1	実績値	74	165	170	138	47	76
2 消費者意向調査における食品表示制度の理解度 ※実績値には各年度の「理解度／目標値（達成度）」を記載	測定指標 2-①（期限表示）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値		55.0/57.3 (96.0%)	54.1/60.6 (89.3%)	56.7/60.8 (93.3%)	55.4/60.1 (92.2%)	51.5/52.9 (97.4%)
	測定指標 2-②（食品添加物）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値		20.1/43.5 (46.2%)	21.3/46.5 (45.8%)	22.4/46.0 (48.7%)	22.3/46.0 (48.5%)	21.3/39.3 (54.2%)
	測定指標 2-③（アレルギー）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値		31.7/21.1 (150.2%)	32.1/22.8 (140.8%)	46.3/23.3 (198.7%)	48.5/24.6 (197.2%)	47.0/19.9 (236.2%)
	測定指標 2-④（栄養成分）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値		38.7/35.0 (111%)	38.1/38.7 (98.4%)	40.4/39.3 (103%)	37.9/39.9 (95.0%)	36.9/34.1 (108.2%)
	測定指標 2-⑤（遺伝子組換え食品（分別流通生産管理））	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値		9.8/32.5 (30.2%)	12.0/35.3 (34.0%)	12.5/34.1 (36.7%)	12.8/35.1 (36.5%)	10.2/28.7 (35.5%)
	測定指標 2-⑥（遺伝子組換え食品（不分別））	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値		11.2/32.5 (34.5%)	8.9/35.3 (25.2%)	8.9/34.1 (26.1%)	9.9/35.1 (28.2%)	9.0/28.7 (31.4%)
	測定指標 2-⑦（原料原産地表示（対象品目））	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
実績値			11.5/50.4 (22.6%)	12.0/53.2 (22.6%)	12.1/52.5 (23.0%)	12.6/52.2 (24.1%)	10.0/45.6 (21.9%)	
測定指標 2-⑧（原料原産地表示（対象原材料））	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値		15.1/50.4 (30.0%)	13.0/53.2 (24.4%)	13.7/52.5 (26.1%)	14.1/52.2 (27.0%)	11.3/45.6 (24.8%)	
測定指標 2-⑨（原料原産地表示（製造地表示））	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値		16.4/50.4 (32.5%)	17.3/53.2 (32.5%)	18.2/52.5 (34.7%)	19.2/52.2 (36.8%)	17.5/45.6 (38.4%)	
測定指標 2-⑩（原料原産地表示（又は表示））	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値		10.6/50.4 (21.0%)	12.6/53.2 (23.7%)	12.7/52.5 (24.2%)	14.2/52.2 (27.2%)	12.2/45.6 (26.8%)	
測定指標 2-⑪（原料原産地表示（大括り表示））	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	実績値		35.5/50.4 (70.4%)	24.5/53.2 (46.1%)	23.2/52.5 (44.2%)	27.5/52.2 (52.7%)	22.8/45.6 (50.0%)	
測定指標		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
3 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス数	測定指標 3	実績値		1,093,010	4,620,724	7,110,019	5,790,729	5,935,215
4 実態を踏まえて速やかに改正した食品表示基準等、改訂した通知及びQ&Aの総数（保健機能食品及び特別用途食品制度を除く）	測定指標 4（府省令等）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	0	2	5	8	7	1
	測定指標 4（通知及びQ&A）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	3	6	5	9	6	3

目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）						達成	
・保健機能食品及び特別用途食品制度の適切な運用及び普及啓発を実施するとともに、実態を踏まえた制度の見直しの検討を行い、必要に応じて改正を行う。	・機能性表示食品については、令和3年度末時点で、4,702件を公表した。特定保健用食品については1,069件、特別用途食品（特定保健用食品を除く。）については88件の表示許可等を行った。令和2年度に引き続き、令和3年度も買上調査を実施し、関与成分量等の表示値の妥当性におおむね問題点がないことを確認した。 ・食品表示に関する消費者意向調査により食品表示制度の理解度（％）を測定した結果、機能性表示食品に関しては前年度と比較して数値が向上した。 ・食品表示基準等必要な食品表示制度等の改正に的確に対応するとともに、制度改正内容について消費者、事業者に周知した。 ・また、恒常的にホームページにアクセスされていることを確認した。							○	
		測定指標	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
5 機能性表示食品の公表件数（撤回を除く累積）	測定指標5	実績値	815	1,269	1,735	2,568	3,486	4,702	
6 特定保健用食品の許可等件数（失効を除く累積）	測定指標6	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値	1,119	1,081	1,067	1,072	1,071	1,069	
7 特別用途食品の許可等件数（失効を除く累積）	測定指標7	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値	54	53	62	68	69	88	
8 買上調査における製品中の成分の含有量が申請等資料の記載どおり適切に含有されていた品目数	測定指標8	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値		98/100	100/100	104/105	101/102	99/100	
9 消費者意向調査における保健機能食品制度の理解度 ※実績値には各年度の「理解度／目標値（達成度）」を記載	測定指標9-①（特定保健用食品）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値		32.2/41.9 (76.8%)	34.7/42.6 (81.5%)	33.6/42.9 (78.3%)	33.1/42.6 (77.7%)	27.6/35.9 (76.9%)	
	測定指標9-②（栄養機能食品）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値		8.1/43.9 (18.5%)	10.4/44.8 (23.2%)	11.0/45.2 (24.3%)	10.9/45.3 (24.1%)	9.2/38.3 (24.0%)	
	測定指標9-③（機能性表示食品）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値		15.3/40.7 (37.6%)	16.9/42.0 (40.2%)	17.4/42.5 (40.9%)	17.2/42.7 (40.3%)	17.1/36.0 (47.5%)	
10 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス数	測定指標10	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値		1,093,010	4,620,724	7,110,019	5,790,729	5,935,215	
11 実態を踏まえて速やかに改正した食品表示基準等、改訂した通知及びQ&Aの総数（食品表示制度を除く）	測定指標11-①（府省令等）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値	1	1	1	2	2	1	
	測定指標11-②（通知及びQ&A）	年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
		実績値	8	10	10	15	21	4	
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成		
12 報告書を踏まえた適時適切な調査の実施件数	・消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするために必要な調査・検討を実施する。	・分かりやすく活用される食品表示の検討のために必要な調査を実施した。							○
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
			実績値					2	2

	<p>目標達成度合いの測定結果</p>	<p>(各行政機関共通区分)</p> <p>(判断根拠)</p>	<p>相当程度進展あり</p> <p>測定指標1について、コロナ禍においてもオンラインを活用して適切に普及啓発を行っているとは判断した。</p> <p>測定指標2及び9について、横断的な義務表示事項や機能性表示食品で理解度が前年度に比較して向上しており、消費者の制度に対する理解が進んだと判断した。</p> <p>測定指標3及び10について、平成29年度～令和3年度の5か年平均で400万件以上あり、恒常的にアクセスされていると判断した。</p> <p>測定指標4及び11について、実態を踏まえて速やかに食品表示基準等の改正に対応した。</p> <p>測定指標5及び7について、過去の件数と比較して大幅に伸びており、測定指標6は、前年度とほぼ変わらないものの、既に販売されている商品の変更申請は多数受け付け、再度許可手続を行っていることから、制度を適切に運用していると判断した。</p> <p>測定指標8について、買上げ対象商品の表示値はおおむね妥当であることを確認した。</p> <p>以上より施策全体としては、「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果</p>		<p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標2は遺伝子組換え表示や原料原産地表示、測定指標9は特定保健用食品や栄養機能食品で微減している指標もあるが、ほぼ前年度から横ばいとなっていることから、普及啓発に引き続き着実に取り組む必要があると考えられる。</p> <p>測定指標4及び11は件数が前年度を上回ることが目標ではなく、実態を踏まえて速やかに対応していることが重要であり、改正に当たっては消費者の意向、事業者の実行可能性等を踏まえ、速やかに対応した。</p> <p>測定指標6は事業者からの新規商品の許可件数であり、前年度とほぼ変わらないが、既に販売されている商品の変更申請は多数受け付け、再度許可手続を行っていることから、制度を適切に運用した。</p> <p>測定指標8は成分の含有量が資料の記載通りに含有されていなかった品目が1点あったため、今後当該品目は被疑情報として調査等を行う予定としている。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「食品表示制度の検討・担保」を活用し、今後食品表示制度の対象となることが想定される食品についての表示の適正性を確保するため、監視等に必要な検査法の開発及び食品表示制度における課題を検討する際に必要な消費者の意向等の調査を適切に実施した。</p> <p>達成手段(2)「食品表示制度(保健機能食品制度等を除く。)の適正化・充実」を活用し、アレルギー表示対象品目の追加等の検討を行うための調査及び新たな加工食品の原料原産地表示制度及び事業者の対応状況に関する実態調査など必要な調査等を実施した。</p> <p>達成手段(3)「食品表示制度の普及・啓発」を活用し、食品表示制度について、消費者基本計画及び食品表示法の一部を改正する法律の附帯決議を踏まえ、消費者の安全・安心、健康作りの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するため、食品表示が消費者に十分に活用されるように、消費者に対する戦略的な周知普及を行った。</p> <p>達成手段(4)「保健機能食品制度等の適正化・充実」を活用し、食品表示法及び健康増進法に基づく食品表示制度のうち、食品の機能性を表示する特定保健用食品、機能性表示食品及び栄養機能食品に係る制度、栄養成分表示制度、並びに、病者用食品等の特別用途食品に係る制度について、必要な検討や調査等を行うことにより、制度を適切に運用した。</p> <p>達成手段(5)「機能性表示食品等の買上調査等による検証」を活用し、機能性表示食品制度に加え、消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品制度を適切に運用する方法の一つとして、販売されている製品中の関与成分等の含有量の分析・検証等を実施した。</p> <p>達成手段(6)「特定保健用食品データベースの運用」を活用し、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所が保有する特定保健用食品データベースの安定的な運用を実施した。</p> <p>達成手段(7)「製造所固有記号・機能性表示食品届出データベースの整備・運用」を活用し、製造所固有記号制度及び機能性表示食品制度について、事業者がオンライン上で届出手続を行うことを可能とした。</p> <p>達成手段(8)「食品表示対策の推進」を活用し、有識者による検討会等の実施、食品表示制度に係るセミナーへの講師を派遣する等、食品表示に関する制度を適切に運用した。</p>	
<p>評価結果</p>	<p>次期目標等への反映の方向性</p>	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者が食品を摂取する際の安全性及び消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に資するため、引き続き食品表示に関する制度を適切に企画・立案・運用する。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・いずれの測定指標についても、施策効果を測定するために適切であり、継続的に取り組むべきものであることから、令和4年度以降も同様の指標を設定する予定である。 	

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・食品表示制度の理解度という「測定指標」に関して、目標値に対する達成度が、ほとんどの項目で過去6年遡っても大きく未達のままである。これは、消費者庁が達成率向上に失敗したことを示すのか、この測定指標自体が政策管理の目的にそぐわないものであるのかのいずれかのように思われる。また、その他の測定指標に関しても、多くは、実績として示された数値が、消費者庁の求めるところ（目標）との距離感が明らかでないまま、経年的に見て「進展あり」と判断されているように思われる。目標に向かっての進展を明らかにする工夫と、それを踏まえた評価が求められる。 →理解度の数値が低い原因として、理解度を測定するための設問が、細かい知識を有していることが回答の前提になるような内容で、消費者にとって難しいことも原因と思われるため、消費者基本計画を見直すタイミングで設問の見直しも検討する。 ・測定指標2「消費者意向調査における食品表示制度の理解度」について、既に複数年度で目標を達成している食品表示については消費者の直近の嗜好に合わせた新たな食品表示に代替する等、適切なタイミングで指標の見直しが必要ではないか。 →現行の消費者基本計画で、測定指標を変更すると経年変化をみることができなくなるため、消費者基本計画を見直すタイミングで設問の見直しも検討する。 ・測定指標2「消費者意向調査における食品表示制度の理解度」について、講師派遣講習の前後又は一定期間後に測定指標2と同様の理解度調査を実施し、講習により理解度が向上したか否かを本事業の短期的な成果とすることも考えられるのではないかと。その上で、講習による理解度の増減結果をその後の講習内容や普及啓発方策の見直しに役立てることも可能ではないか。 →今後、消費者向けの普及啓発を実施する上で検討する。
------------------------	--

<p>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</p>	<p>【測定指標2、9】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度食品表示に関する消費者意向調査（令和4年6月24日公表） <p>https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2021/assets/food_labeling_cms201_220624_01.pdf</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>食品表示企画課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>食品表示企画課長 清水 正雄</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和4年8月</p>
--------------	----------------	---------------	---------------------------	----------------------	---------------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-9)

施策名	消費者政策の推進に関する調査研究・国際連携					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・調査・研究 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 次の情報を取りまとめ、消費者白書の作成・公表を行う。 <ul style="list-style-type: none"> ①政府が講じた消費者政策の実施状況（消費者基本法（昭和43年法律第78号）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（平成21年法律第50号）に基づくもの） ③その他、調査・研究の結果 ・国際連携 <ul style="list-style-type: none"> OECD消費者政策委員会（CCP）を始めとする国際会合への参画等を通じ、国際的な連携の強化を行う。 					
達成すべき目標	<p>それぞれの施策について、次の目標のとおり実施し、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・調査・研究 <ul style="list-style-type: none"> 消費者の利益の擁護及び増進に係る有用な各種調査・分析を実施する。 ・消費者白書 <ul style="list-style-type: none"> 消費者問題や消費者政策の理解を深めるため、より多くの国民に活用してもらう。 ・国際連携 <ul style="list-style-type: none"> 国際会合での国際研究プロジェクトにおいて、消費者行政に有益な成果を目指すとともに、海外当局との連携の強化・拡充を行う。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	211	171	161	/
		補正予算 (b)	-	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	210	171	161	
執行額 (百万円)		170	107	142		
施策に関する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	○消費者基本計画工程表（令和3年6月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（1）②ア、Ⅲ（3）③、Ⅲ（3）④、Ⅲ（3）⑤、Ⅴ（1）③、Ⅴ（2）②、Ⅴ（2）③					

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
1 消費者意識基本調査掲載ページアクセス数	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活や消費者政策に関する一般消費者の意識、行動などについて包括的な調査項目を設定した「消費者意識基本調査」を毎年度継続的に実施する。 		<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活や消費者政策に関する一般消費者の意識、行動などについて包括的な調査項目を設定した「消費者意識基本調査」を実施した。 ・本調査の結果は詳細に分析し消費者白書に活用しており、令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大が消費者の意識や行動にどのような変化をもたらしたかについて分析を実施した。 ・また、本調査の結果及びPI0-NET情報を活用して「消費者被害・トラブル額の推計」を実施した。 				○			
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度		令和元年度	令和2年度	令和3年度
			実績値	79,261件	74,423件	78,590件		108,479件	83,453件	87,572件

測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
2 消費者白書掲載ページアクセス数		<ul style="list-style-type: none"> 既存の消費者事故等情報やPIO-NET情報等を活用した消費者被害額推計等の内容を消費者白書に盛り込み、広く国民へ情報提供を実施する。 			<ul style="list-style-type: none"> 令和3年版消費者白書は「『新しい生活様式』における消費行動」を特集し、冊子を作成したほか、消費者庁ウェブサイトにおいて全文及び概要（英語版を含む。）をPDF形式及びHTML形式で公表した。 			○
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	2,730,332件	2,953,463件	4,879,673件	4,318,318件	3,534,738件	3,395,755件
測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
3 消費者白書に係る説明会等の実施		<ul style="list-style-type: none"> 消費者白書について、より多くの国民に対して内容を周知するとともに、正しい知識の普及・啓発を行う。 			<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、一部オンラインでの実施となったが、大学、消費生活センター及び消費者団体に対して説明会を実施した。 			○
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	10	13	14	16	13	11
測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
4 国際会合への出席回数		<ul style="list-style-type: none"> デジタル化の進展などに伴う新たな消費者被害の発生や、国境を越えた不正な取引に対応するため、OECDやICPENなどの国際会合へ積極的に参画する。 			<ul style="list-style-type: none"> OECD CGPIにおいて、日本からの拠出金を活用して「デジタル時代の消費者のぜい弱性」、「オンライン上のダークパターン」の国際的な消費者取引に係る諸問題に関し、国際研究プロジェクトを開始した。 ICPENにおいて、詐欺防止月間などのプロジェクトに参加し、加盟国と連携し国内の消費者に注意を呼び掛けた。 			○
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	15	16	19	21	23	31
測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
5 二国間・地域間における政策対話等の実施状況		<ul style="list-style-type: none"> 海外当局との連携の強化・拡充を行うため、海外当局と積極的に政策対話等を実施する。 			<ul style="list-style-type: none"> 新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響から、令和2年度の実施は困難であったため実績値が0件となった。しかし、令和3年度には、第9回日中韓消費者政策協議会を主催し、協定締結などを念頭に政策協議を実施した。 そのほか、アジアフォーラム、APEC消費者保護ワークショップにも出席した。 			○
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値	9	2	1	9	0	3
測定指標	目標	令和3年度			施策の進捗状況（実績）			達成
6 国際シンポジウム等の開催件数		<ul style="list-style-type: none"> 国際共同研究等を通じ国際的な消費者行政に関する知見を積み上げるとともに、その成果を国内外に情報発信するため、消費者庁新未来創造戦略本部において、国際シンポジウム等を毎年行う。 			<ul style="list-style-type: none"> 令和2年7月に開設した新未来創造戦略本部において、消費者行政の発展・創造及び発信・交流の拠点としてふさわしい機能を発揮するため、国際共同研究等を実施するとともに、令和3年7月には、ドイツ・イギリス（ビデオ講演）、10月には、マレーシア・フィリピン・タイ・ベトナム、12月には中国・韓国、令和4年3月にはフランスと、それぞれ政府機関関係者や研究者等による講演や議論を内容とした国際シンポジウム等を行った。 			○
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
		実績値					1	4

	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	目標達成
		(判断根拠)	全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。
評価結果	施策の分析	<p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標2については、前年度と比べればアクセス数が減少しているが、依然高水準であるため、目標達成とした。</p> <p>測定指標3については、新型コロナウイルス感染症の感染拡大などに伴い、前年度と比較し実施回数が減少しているが、一部オンラインで実施し過去と同水準の回数を実施したため、目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」に関しては、消費者基本法及び消費者安全法の規定に基づき消費者白書を作成し、令和3年6月に国会に報告した。</p> <p>また、関係行政機関、関係地方公共団体及び独立行政法人国民生活センターへ消費者白書を提供するとともに、消費者庁ウェブサイト公表し、広く国民に情報提供を行った。</p> <p>消費者白書に加え、消費者意識基本調査及び消費者被害・トラブル額の推計などを実施し、情報提供を行うことで、消費者問題に対する国民や関係機関の理解が深まるとともに、消費者問題の現状や求められるニーズを的確に捉えた適切かつ効果的な消費者政策の企画立案に寄与したものと考えられる。</p> <p>達成手段(2)「消費者行政に係る国際的な連携の強化」に関しては、限られた予算の中で有効に機能するよう効率性を意識しながら実施した。国際会議等において、海外の当局や専門家との人的関係を形成し、海外の知見などを得るとともに、それを国内での業務に活用することで、効果的な消費者行政の推進に寄与したものと考えられる。</p>	
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和3年度については、設定した目標についていずれも達成することができた。 ・本施策は継続的に取り組むべきものであり、令和4年度以降も引き続き実施していく。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的に取り組むべきものであり、令和4年度以降も同様の指標を設定する予定である。 	

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者意識基本調査及び消費者白書に関しては、その調査・制作を確実に実施するとともに情報を公開していることは理解するが、その情報公開の対象は、関係各省庁を始めとして消費者団体、一般消費者が含まれるものと思う。ただ、そのいずれを主眼としているのかが明解ではなく、測定指標である、掲載ページへの「アクセス数」にしても、誰に活用してもらおうとしているのかを想定せずにその多寡をうんぬんできないし、また主たる対象をどこに置くかで、公表内容も変わるべきものとも思われる。消費者意識基本調査あるいは白書の作成の目的に関わるものとして検討していただきたい。 →主たる対象は消費者であり、時宜に合った特集テーマを設定している。また、説明会等を通じ消費生活センターの職員に消費者白書の内容を正しく理解してもらうことで、相談を受ける消費者に対して間接的に役立つこととなる。 ・国際連携に関しては、その形式、回数ではなく、わが国の消費者行政上の最優先課題の検討に資する内容になっているかが肝要と思われる。その意味で、評価書の作成に当たっては、必ず国際連携の場で取り上げられたテーマに言及していただきたい。 →国際連携に当たっては、相手方の事情等も勘案する必要があり、必ずしも我が国の望むテーマでの議論を実現できるわけではないが、御指摘を踏まえ、来年度の評価書を作成する上で検討する。 ・測定指標5「二国間・地域間における政策対話等の実施状況」について、令和2年度0件、令和3年度3件と過年度より実績が低調である。新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響によるものならば、その旨を記載するとともに、公の場ではないが実務的には政策対話が進んでいる状況ならば、進捗状況の欄にその旨を記載した方が良いのではないかと。 →御指摘のとおり修正した。 ・全体的な目標設定の明確化、個別の事業で何をどこまで進めるのかの目標設定の具体化が課題であると考え。 →来年度の評価書の作成に当たっては、御指摘の点を踏まえた目標設定ができないか検討してまいりたい。
------------------------	--

<p>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</p>	<p>【測定指標1】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁「消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002 <p>【測定指標2】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁「消費者白書」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>参事官（調査研究・国際担当）</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>参事官（調査研究・国際担当） 爲藤 里英子</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和4年8月</p>
--------------	-----------------------	---------------	----------------------------------	-----------------	---------------

令和3年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁3-10)

施策名	事業者との協働に関する企画・立案・推進					
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> ・公益通報者保護制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ①公益通報者保護法の一部を改正する法律（令和2年法律第51号）による改正後の公益通報者保護法（平成16年法律第122号。以下「改正法」という。）に基づき、内部通報に適切に対応するために必要な体制の整備について定める指針の策定や改正法の施行に向けた準備を行う。 ②説明会の実施や広報資料の配布等によって、改正法を含め公益通報者保護制度の周知・啓発、内部通報体制の整備等の促進に努める。 ・消費者志向経営の推進 <ul style="list-style-type: none"> 消費者志向経営の推進に向けた方策の検討・実施を行い、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動や優良事例表彰の実施等を通じて、事業者における取組の推進を図る。 ・物価対策の推進 <ul style="list-style-type: none"> 各種公共料金の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や関係省庁との協議において、消費者に与える影響を十分考慮するために所要の調整を行う。また、生活関連物資等の価格動向等を把握するため、物価モニター調査を行い消費者への情報提供などを行う。なお、災害等の緊急時においては、関係府省庁連携の下で生活関連物資等の価格動向の調査・監視を行うとともに、需給・価格動向についての国民への情報提供等を行う。 					
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> ・公益通報者保護制度の推進 <ul style="list-style-type: none"> ①改正法に基づく下位法令の整備等を実施する。 ②改正法を含め公益通報者保護制度の周知・啓発により、事業者や行政機関における公益通報窓口の整備等を促進する。 ・消費者志向経営の推進 <ul style="list-style-type: none"> 事業者における消費者志向経営の推進を図ることで、持続可能な社会に貢献する。 ・物価対策の推進 <ul style="list-style-type: none"> 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などを図り、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を目指す。 					
施策の予算額・執行額等	区分		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	159	135	146	138
		補正予算 (b)	-	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	159	135	146	
執行額 (百万円)		140	94	123		
施策に関する内閣の重要政策（施政方針演説等のうち主なもの）	<p>○消費者基本計画工程表（令和2年7月7日消費者政策会議決定（令和3年6月15日改定））施策番号Ⅰ（2）⑧イ、Ⅱ（3）②、Ⅱ（4）①、Ⅲ（1）④</p> <p>○経済財政運営と改革の基本方針2021（令和3年6月18日閣議決定）「…消費者志向経営（注）…を推進する。（注）SDGs等の観点から、「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営。」</p> <p>○成長戦略フォローアップ（令和3年6月18日閣議決定）「消費者志向経営について、市場での資金調達の円滑化に向けESG投資等の考え方を踏まえた客観的な評価基準や制度の在り方について検討し、2021年度内を目途に結論を得る。」</p>					

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成
1 大企業労働者及び中小企業労働者における公益通報者保護法の認知度	<ul style="list-style-type: none"> ・説明会の実施、広報資料の配布、法の見直し等により、公益通報者保護法の認知度を向上させる。 (大企業労働者における法の認知度：65%、中小企業労働者における法の認知度：55%) 	令和6年度	<ul style="list-style-type: none"> ・公益通報者保護制度について、各種団体への講師派遣や消費者庁主催の説明会の開催、広報用動画の公開など周知・啓発に努めた。 ※令和4年度にはこの成果指標を測定する調査を実施予定。 				—
		年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	実績値	大企業 46% 中小企業 43%					

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）					達成		
2 市区町村及び中小企業の内部通報窓口の設置率	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者行政新未来創造戦略本部」における先進的な取組の実施及びその効果の検証・分析により、市区町村及び中小企業の通報窓口の整備を市区町村及び中小企業の通報窓口の整備を促進させる。また、法の見直し等により、当該通報窓口の整備を促進させる施策を立案する。 （市区町村の内部通報窓口の設置率：75%、中小企業の内部通報窓口の設置率：55%） 		<ul style="list-style-type: none"> 改正法において、常時使用する労働者数が300人を超える事業者（行政機関を含む。）に対し内部公益通報対応体制の整備が新たに義務付けられたことから、改正法の内容について、地方公共団体向け説明会を開催するなど、市区町村向けに周知・啓発に努めた。 消費者行政新未来創造戦略本部において、各地方公共団体が有する体制整備のノウハウ等を収集、展開する等先進的な取組を実施した。その結果、徳島県内市町村、愛媛県及び香川県内市町において内部職員等からの通報窓口及び外部の労働者等からの通報窓口の整備率が100%となったほか、高知県内市町村における通報窓口の整備率も大幅に向上した（内部職員等からの通報窓口整備率：85.3%、外部の労働者等からの通報窓口整備率：76.5%）。 					—		
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度
			実績値	市区町村：52.4% 中小企業：40.2%	市区町村：55.1%	市区町村：54.8%				

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）					達成		
3 内部通報制度に関する認証取得事業者数 ※自己適合宣言登録制度を含む。	<ul style="list-style-type: none"> 認証取得事業者数を増やす。（認証取得事業者数：300社） 		<ul style="list-style-type: none"> 平成31年2月から運用を開始した自己適合宣言登録制度※については、改正法において、常時使用する労働者数が300人を超える事業者に対し内部公益通報対応体制の整備が新たに義務付けられたこと等を踏まえ、制度を見直すこととし、令和4年2月に制度を休止した。 ※事業者が自らの内部通報制度を評価して、認証基準に適合している場合に当該事業者からの申請に基づき指定登録機関がその内容を確認した結果を登録し、所定のマークの使用を許諾する制度。 					—		
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度
			実績値			0社	56社		101社	133事業者 (令和4年1月31日時点)

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成		
4 消費者志向自主宣言事業者数	<ul style="list-style-type: none"> 消費者志向経営の広範な普及を図るため、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進するとともに、消費者志向経営に対する意識喚起を目的としたシンポジウムや事業者の経営者層向けセミナーを開催する。また、優良事例表彰を実施し、事業者の消費者志向経営の優良な取組事例を広く発信することで、消費者・社会の理解促進や事業者の取組の促進を図る。 消費者庁新未来創造戦略本部においても、地域の事業者・行政機関等と連携し、地方の企業への普及・啓発を行う。 		<ul style="list-style-type: none"> 令和3年度も引き続き、事業者による消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進した。また、地方公共団体・業界団体等での説明会を開催し、自主宣言事業者の裾野拡大を図った。 令和3年度消費者志向経営優良事例表彰を実施することにより、優良な取組を広く発信し、消費者志向経営の認知・理解促進につながった。 消費者庁新未来創造戦略本部においても、四国・中国・関西の行政機関や事業者団体等と連携し、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加等を推進した。 					○		
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度
			実績値	43事業者	78事業者	101事業者	153事業者		191事業者	303事業者

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成		
5 物価モニター掲載ページへのアクセス数	・物価モニター調査を行い、ウェブサイトを通じた消費者への情報提供を行う。		<p>・物価モニター調査について、全国47都道府県の物価モニター2,000人に生活関連物資等の価格の動向や物価動向についての意識等を調査し、結果を毎月ウェブサイトにて公表した。</p> <p>・物価モニター調査の結果を通じ、消費者等は物価動向を把握することが可能となっている。</p>					○		
			年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度		令和2年度	令和3年度
			実績値	178,838回	194,478回	263,913回	305,369回		250,885回	284,821回

測定指標	目標	令和3年度	施策の進捗状況（実績）					達成
6 公共料金等の決定過程の透明性等を確保する措置の実施状況	・消費者委員会と連携して、公共料金等の決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金適正性の確保に向けた課題を検討し、適切に対応する。		<p>・消費者利益を擁護する観点から、公共料金等の新設・改定に当たっては、関係省庁からの協議に対し、公共料金等の決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金適正性の観点から検討を行い、適切に対応した。</p> <p>※令和3年度は、4省から11件の協議があった。</p>					○

目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり					
	(判断根拠)	<p>測定指標4～6については目標を達成している。</p> <p>測定指標1～3については目標年度までの中間年となっているところ、測定できている範囲では相当程度進展がみられることから、目標達成に向けた取組を着実に実施した。</p> <p>以上を総合して、「相当程度進展あり」と判断した。</p>					

評価結果	施策の分析	<p>(実績値が大幅に増加している測定指標)</p> <p>測定指標「消費者志向自主宣言事業者数」については拡大基調が続いている。主な増加要因は、地方公共団体や事業者団体・事業者への働き掛け強化によるものと考えられる。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「通報窓口の整備促進」については、各種団体への講師派遣や消費者庁主催の説明会の開催、広報用動画の公開など周知・啓発に努め、いずれも一定の成果を上げることができた。改正法の施行後は、事業者に対する内部公益通報対応体制整備義務違反等に係る行政措置を行う権限が導入されることから、着実な法執行を行うとともに、体制整備義務は中小事業者には努力義務とされていることを踏まえ、周知・啓発活動を引き続き行っていく。</p> <p>達成手段(2)「内部通報制度に係る認証制度の普及」については、改正法の規定を踏まえ、制度を休止しているところ、改正法の施行状況や事業者の要望等も踏まえつつ、新たな認証制度の在り方を検討していく。</p> <p>達成手段(3)「消費者志向経営の推進」については、事業者・経済団体・業界団体・地方公共団体等への働きかけを通じ、消費者志向自主宣言事業者の裾野拡大を図るとともに、消費者志向経営優良事例表彰の実施等を通じて優良な取組を広く発信し、消費者志向経営の認知・理解促進を図った。また、消費者庁未来創造戦略本部においても、地方の行政機関や事業者団体等と連携し、地方の事業者の消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加等を推進した。</p> <p>これらの取組の結果として、消費者志向自主宣言事業者数を大きく増加させることができた。引き続き、消費者志向経営が社会の基本認識となることにつながり、持続可能な社会に貢献できるよう、これらの取組を着実に進めていく。</p> <p>達成手段(4)「生活関連物資等の価格等の把握」については、物価モニター調査を毎月実施し、生活関連物資等の物価動向を把握したほか、例えば、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前後における消費行動や衛生意識の変化等や、また、生活関連物資等の値上げ等やエシカル消費、サステナブル・ファッション等に関する消費者の意識を把握した。これら調査結果は毎月消費者庁ウェブサイトにて公表し広く情報提供を行っているほか、調査データは行政機関等からの申出を受けて提供し、各機関における物価動向の把握・分析などにも利用されている。</p> <p>また、公共料金の新設・改定に当たっては、NTT東日本・西日本の提供する特定電気通信役務の基準料金指数の設定において物価問題に関する関係閣僚会議を開催したほか、経済産業省における電力託送料金制度改革(小売規制料金関係を含む。)及び配電事業に関するもののうち電気料金に係るものの検討に当たっては、当庁としての意見を発出した。</p> <p>さらに、鉄道運賃やタクシー運賃の改定等に関する協議に対し、公共料金等の決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性の確保の観点から検証するなど、適切に対応した。</p> <p>これらに鑑みれば、本達成手段は有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</p>					
------	-------	--	--	--	--	--	--

<p>次期目標等への反映の方向性</p>	<p>【施策】 ・物価モニター調査については、令和4年度以降は「生活関連物資等の価格動向等の把握」に引き継がれているが、その他についてはいずれも継続的に取り組むべきものであり、令和4年度以降も引き続き実施していく。</p> <p>【測定指標】 ・測定指標5については、令和4年度は物価モニター調査を実施しないことから測定の対象外とするが、その他についてはいずれも継続的に取り組むべきものであり、令和4年度以降も同様の指標を設定する予定である。</p>
----------------------	---

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・測定指標1について、公益通報者保護法の制定が平成16年であるならば、現時点の測定指標が「同法の認知度」でよいのか、それも55%、65%といった認知度達成が目標でよいのか、甚だ疑問に思う。消費者庁が進める改善施策について、実施率の向上を打ちだすべき時期に来ているのではないかと。いきなり高い実施率を目指すのは現実的でないとしても、向こう3年程度の「中期目標」を掲げ、成果を逐次検証しながら着実に進めるような展開を求めたい。 →御指摘を踏まえ、来年度に向け適切な測定指標の設定等について検討してまいりたい。</p> <p>・測定指標1として「大企業労働者及び中小企業労働者における公益通報者保護法の認知度」が設定されている。常時使用する労働者数が300人を超える事業者に対し、内部公益通報対応体制の整備が新たに義務付けられたことから、認知度だけでなく、制度の内容を正しく認知しているかを測定する指標（制度内容を紹介し、正しい選択肢を回答した割合等）も設定した方がよいのではないかと。 →御指摘を踏まえ、来年度に向け適切な測定指標の設定等について検討してまいりたい。</p> <p>・事業者との協働という施策テーマは、トータルでの議論に馴染まないのではないかと（各施策における重要な手段としての官民協働なのではないだろうか。） →御指摘を踏まえ、来年度以降の評価の体系について検討してまいりたい。</p>
------------------------	--

<p>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</p>	<p>【測定指標1】 ・消費者庁「平成28年度労働者における公益通報者保護制度に関する意識等のインターネット調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/research/pdf/research_190909_0004.pdf</p> <p>【測定指標2】 ・消費者庁「平成26～30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」、「平成28年度民間事業者における内部通報制度の実態調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/research/</p> <p>【測定指標3】 ・消費者庁「内部通報制度認証（自己適合宣言登録制度）登録事業者一覧（令和4年1月31日時点）」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whistleblower_protection_system/research/review_meeting_002/assets/review_meeting_002_220201_0001.pdf</p> <p>【測定指標4】 ・消費者庁「消費者志向経営の推進」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/</p> <p>【測定指標5】 ・消費者庁「物価モニター調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/price_measures/past_reports/#2021</p> <p>【測定指標6】 ・内閣府消費者委員会「第62回 公共料金等専門調査会」 https://www.cao.go.jp/consumer/history/06/kabusoshiki/kokyoryokin/senmon/062/shiryou/index.html</p>
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>参事官（公益通報・協働担当）</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>参事官（公益通報・協働担当） 檜橋 康英</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和4年8月</p>
--------------	-----------------------	---------------	--	-----------------	---------------