

## 令和元年度消費者庁政策評価書について（要旨）

令和2年8月  
消費者庁

### 1. 消費者庁における政策評価について

- (1) 政策評価基本計画
- ・政策評価の実施に関する方針、実施体制等について定める
  - ・消費者庁では、計画期間を平成30年4月1日～令和5年3月31日とする消費者庁における政策評価に関する基本計画（平成30年3月12日消費者庁長官決定。令和元年6月26日一部改正。）を策定
- (2) 政策評価実施計画
- ・毎年度、当該年度における事後評価の対象としようとする政策、評価方式等を定める
  - ・消費者庁では、令和元年度消費者庁政策評価実施計画（令和2年3月30日消費者庁長官決定）を策定
- (3) 事前分析表
- ・毎年度、各施策の目標や手段、要するコスト等を分かりやすく一覧性のある形であらかじめ整理（平成24年度から導入）
  - ・消費者庁では、令和元年度政策評価事前分析表を作成
- (4) 政策評価書（実績評価方式）
- ・上記（1）～（3）に基づき、各年度の施策の実績を評価
  - ・令和元年度消費者庁政策評価書の対象期間は、平成31年4月1日～令和2年3月31日

※令和元年度の施策に関する政策評価の流れ

令和元年度	<p>政策の実施</p> <p>↓</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>・実施計画の策定</li><li>・事前分析表の作成</li></ul>
令和2年度	<p>政策評価の実施</p> <p>↓</p> <p>評価結果の政策への反映 (予算要求、機構・定員要求、その他具体的取組の実施)</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>・政策評価書の作成</li></ul>
令和3年度		<ul style="list-style-type: none"><li>・評価結果の政策への反映状況取りまとめ ⇒総務省において国会報告</li></ul>

## 2. 消費者庁政策評価体系（令和元年度）

### <政策名>

消費者政策の推進

### <施策名>

	(担当課)
(1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整	消費者政策課
(2) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課
(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
(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課
(5) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課
(6) 消費者取引対策の推進	取引対策課
(7) 消費者表示対策の推進	表示対策課
(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課
(9) 物価対策の推進	参事官（調査・ 物価等担当）
(10) 消費者政策の推進に関する調査・分析	参事官（調査・ 物価等担当）

## 3. 政策評価の結果

○各施策とも、消費者基本計画に盛り込まれた施策に沿って基本目標を設定しており、令和元年度においても進捗があったものと評価できるが、消費者行政を取り巻く課題は依然山積している。

⇒各施策の評価結果の要旨については別紙参照

○引き続き、消費者基本計画の検証・評価・監視と連動しつつ、消費者基本計画に掲げられた各施策を効果的・効率的に推進していくこととする。また、新たな消費者基本計画の策定に当たっても、評価結果を適切に反映していくこととする。

各施策の評価結果(要旨)

(別紙)

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
<p>(1)消費者政策の企画・立案・推進及び調整</p>	<p>消費者の利益の擁護及び増進を図る。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。</p>	<p>○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。</p>	<p>国民の消費生活の安定及び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。なお、令和元年度の目標は達成したものの、今後とも消費者被害の防止や消費者への情報提供を始めとする新たな課題が生じること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>
<p>(2)消費生活に関する制度の企画・立案・推進</p>	<p>1. 消費者契約法の見直し ①平成30年改正での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、分析・検討する。 ②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。</p> <p>2. 公益通報者保護制度の推進 ①説明会等の実施や広報資料の配布等によって、公益通報者保護法の周知・啓発、公益通報窓口の整備等の促進に努める。 ②規律の在り方や行政の果たすべき役割等に係る方策に関して消費者委員会が出した答申(平成30年12月)の内容等を踏まえつつ、法改正も視野に更なる検討を行う。</p> <p>3. 消費者団体訴訟制度の推進 ①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。 ②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。</p>	<p>○相当程度進展あり 測定指標4は目標(令和3年度(3月末まで))に比して令和元年度末までに十分な実績を得ているとはいえないが、測定指標1～3、5は目標(令和2年度)に比して令和元年度末までに十分な実績を得ており、また、測定指標6は目標(令和元年度)を達成している。</p>	<p>【施策】 施策及び目標は妥当なものであり、次期も同様のものとする。</p> <p>【測定指標】 次期も同様のものとする。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
<p>(3)消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進</p>	<p>○教育 消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況に鑑み、学校、家庭、地域、職場その他の様々な「場」において消費生活に関する教育が充実されるよう必要な施策を講ずることにより、消費者の自立を支援する。</p> <p>○普及・啓発 消費者団体等との適切な連携の下、消費者問題に関する普及・啓発活動を総合的に推進し、消費者の自立を支援する。</p> <p>○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。</p>	<p>○相当程度進展あり 消費者教育については、令和4年度の成年年齢引下げに向け、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、教材「社会への扉」等の活用校(測定指標⑦)について前年度を大きく上回る実績となったほか、教育の担い手向け研修等への講師派遣(同⑥)、消費者教育コーディネーターの配置数(同③)について前年度比増加を達成している。</p> <p>普及・啓発については、エシカル消費の理解促進が重要であるところ、エシカル・ラボを開催(同⑨)して多くの参加者に啓発を行ったほか、先進的な取組事例を収集して紹介(同⑩)するなど、取組を進めた。</p> <p>また、食品ロスの削減については、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(同⑪)は令和元年度で76.5%と前年度比5.5%p増加しており着実に前進している。</p> <p>その他の測定指標についても、令和元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>【施策】 消費者教育に関する施策については、令和元年度においても、着実な実施が図られたものと判断している。令和2年度においても、成年年齢引下げに向け、消費者教育教材「社会への扉」活用促進など、実践的消費者教育の授業の普及等に努めるとともに、地域における消費者教育推進の基盤整備のための取組を進める。</p> <p>普及・啓発に関する施策については、エシカル・ラボの開催についてはより多くの消費者に認知してもらいかけとはなるが、その他の手段・方法と比較して高コストであるから見直しを行い、新たに作成した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。</p> <p>食品ロスの削減に関する施策については、政策評価結果も踏まえつつ、基本方針に沿って令和2年度は地方の基本方針策定の支援や、優良事例の表彰など新たな施策にも取り組み、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> <p>【目標及び測定指標】 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。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(4)地方消費者行政の推進	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。	<p>○相当程度進展あり</p> <p>測定指標6の「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-4は、消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げることを目標としているが、目標を達成している都道府県は19.1%と、依然として低い。しかし、参考指標4で示しているとおり、研修参加率が80%以上の都道府県は90%を超えており、100%には満たないものの高い水準を維持している。</p> <p>また、測定指標8「地方消費者行政強化作戦」政策目標5-1は、人口5万人以上の全市町において消費者安全確保地域協議会を設置することを目標としているところ、達成度は22.3%にとどまっているものの、毎年度実績は伸びており、着実に進展しているといえる。</p> <p>地方公共団体の担当課長や知事等の幹部等との意見交換を積極的に開催した。特に、測定指標11「都道府県知事等の幹部及び消費生活相談員との意見交換(「キャラバン隊」)」について、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中断せざるを得なくなっていた中でも昨年並みに41回開催することができた。これにより、各地方公共団体に直接、「消費生活センターの設置促進」や「見守りネットワークの設置促進」など、地方消費者行政の更なる充実・強化に向けた要請を行うことができた。</p> <p>「消費生活センターの設置促進」(測定指標3関連)については、参考指標1「消費生活センター設置カバー率が80%以上の都道府県数」の進捗にもみられるとおり、相当程度進展している。</p> <p>「消費生活相談員の配置状況」(測定指標4・5関連)については、参考指標3「消費生活相談員配置カバー率が80%以上の都道府県数」を46都道府県が達成しているなど、相当程度進展している。</p>	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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・交流を推進する。</li> <li>・地方消費者行政に関する財政措置については、事業の効果がある程度発現していると認められる一方、今後に向けて以下のような課題が挙げられる。 <ul style="list-style-type: none"> <li>①人口規模の小さい市区町村ほど消費生活センターの設置率が低くなっており、小規模市区町村を中心に相談体制の実質的な強化の面で課題が残っている(政策目標2-1②関係)。</li> <li>②消費生活相談員の研修参加率については、相談体制の実質的な強化を図ることで研修中の相談員に代替する人員を確保したり、各地方から参加しやすいように国民生活センターにおける研修の利便性を向上させる等、多面的な取組を行うことにより、引き続き、引上げを図る必要がある(政策目標2-4関係)。</li> <li>③消費者安全確保地域協議会の設置については、平成31年4月に公表した「消費者安全確保地域協議会設置の手引き」の活用などを通じ、同協議会の設置が全国的にも促進されるよう支援を行う必要がある(政策目標5-1関係)。</li> </ul> </li> </ul> <p>これらの課題や、平成30年度末に実施したキャラバン、令和元年度に開催した懇談会等で得られた意見を基に、「地方消費者行政強化作戦2020」を令和2年4月に策定した。これに則りどこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組む。</p> <p>・各都道府県に対して、消費者行政ブロック会議や都道府県等消費者行政担当課長会議等で「地方消費者行政強化作戦2020」の達成に向けて、地方消費者行政強化交付金等の積極的な活用や各政策目標について丁寧な説明を行い、各地方公共団体の取組を促進させる。また、消費者安全確保地域協議会設置については、令和元年度に徳島県の実績を踏まえた事例集や、設立までの手順や具体的な見守り活動の例を記載した手引き、見守り活動に必要な知識を体系的に学習できるガイドブックを作成・公表しており、引き続き、同協議会の設置が全国的にも促進されるよう支援を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「消費者行政ブロック会議」、「執行専門研修」の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながら、より効率的な運営を実施する。</li> <li>・「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。</li> </ul> <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地方消費者行政強化作戦2020の策定を踏まえ、来年度以降、指標の再検討を行う。</li> </ul>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(5)消費者の安全確保のための施策の推進	<p>生命・身体被害に係る消費者事故等に関する情報を迅速、的確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。</p> <p>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。</p> <p>消費者安全調査委員会は、生命身体被害が発生した場合において、被害の発生・拡大の防止を図るために原因を究明することが必要であると認めるときには、事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行う。</p>	<p>○相当程度進展あり</p> <p>判定できる測定指標の大半について目標達成と評価した一方で、目標達成と評価することが困難な測定指標等があったことから、「相当程度進展あり」とした。</p>	<p>【施策】 現在の目標を維持し、引き続き、政策を推進していく。</p> <p>【測定指標】 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。</p>
(6)消費者取引対策の推進	<p>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。</p> <p>あわせて、特定商品等の預託等取引契約に関する法律(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。</p>	<p>○目標達成</p> <p>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。</p>	<p>【施策】 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> <p>【測定指標】 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。</p>
(7)消費者表示対策の推進	<p>①景品表示法違反行為を行う事業者に対し行政処分を行うなど法を適切に運用することや、同法を遵守するよう普及・啓発を行うこと、また、公正競争規約の活用が行われるよう運用団体を支援することなどにより、消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害する行為を排除し、一般消費者の利益を保護する。</p> <p>②住宅性能表示制度を普及・啓発することで、消費者における同制度の認知度を高めるとともに同制度の利用を促し、住宅の購入や建て替えを行う際の消費者の利益を保護する。</p> <p>③家庭用品の品質表示について、事業者に対し表示の改善を指示するなど法を適切に運用することや、規程等を社会のニーズに応じて改正することにより、消費者の身近にある家庭用品の品質表示を適正化し、家庭用品を購入・利用する消費者の利益を保護する。</p> <p>④健康食品等の監視等を適切に実施し、関係機関との連携を通じて効果的かつ効率的な執行を行い、一般消費者の利益を保護する。</p> <p>⑤消費税軽減策特別措置法を効果的かつ効率的に執行し、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する。</p>	<p>○目標達成</p> <p>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。</p>	<p>【施策】 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> <p>【測定指標】 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。</p>
(8)食品表示の企画・立案・推進	<p>食品表示は、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関し重要な役割を果たしているため、食品表示に関する制度を適正に企画・立案・運用し、消費者の利益の増進を図る。</p>	<p>○相当程度進展あり</p> <p>測定指標1、4、7及び8において本年度の実績が前年度を下回ったものの、測定指標2、3、6、9、10が前年度を上回ったこと、かつ測定指標11は目標を達成したこと、さらに測定指標5においては、実態を踏まえた食品表示基準等の改正、通知の発出及びQ&amp;Aの改訂を着実に実施していることから施策全体としては、「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>【施策】 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的確に企画・立案・運用する。</p> <p>【測定指標】 測定指標1、3、4、5、6、7、9、10、11については、継続的に取り組むべきものであり、令和2年度以降も同様の指標を設定する予定である。測定指標2及び8については、引き続き分かりやすい資料を作成するとともに表示事項ごとに関心のある世代・属性を関連付けたセミナー等開催を検討するなど、栄養士等専門職の関係団体等とも連携しつつ、必要な予算を確保し、消費者への普及啓発を図る予定である。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(9)物価対策の推進	公共料金等の適正性の確保などを図り、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を目指す。	○目標達成 いずれも令和元年度に設定した目標を達成することができた。したがって、本施策は「目標達成」と判断した。	【施策】 令和元年度については、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2年度以降も引き続き実施していく。  【測定指標】 継続的に取り組むべきものであり、令和2年度以降も同様の指標を設定する予定である。
(10)消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者の利益の擁護及び増進に関する政策を推進する上で有用な各種調査・分析を実施するとともに、事業者における消費者志向経営の推進を図ることで、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	○目標達成 いずれも令和元年度に設定した目標を達成することができた。したがって、本施策は「目標達成」と判断した。	【施策】 令和元年度については、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2年度以降も引き続き本施策を実施していく。  【測定指標】 継続的に取り組むべきものであり、令和2年度以降も同様の指標を設定する予定である。ただし、測定指標6については、令和2年度からの新未来創造戦略本部の設置に伴い、各プロジェクトの見直しが行われるため、当該指標についても見直す予定である。