

令和元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	5
(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	9
(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課	16
(5) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	24
(6) 消費者取引対策の推進	取引対策課	30
(7) 消費者表示対策の推進	表示対策課	34
(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	39
(9) 物価対策の推進	参事官 (調査・物価等担当)	44
(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)	47

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-①)

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	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	131	165	210	201
		補正予算(b)	-	-0	-0	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	131	165	209	
執行額(百万円)		91	127	183		
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)	○消費者基本法(昭和43年法律第78号) ○消費者基本計画(平成27年3月24日消費者政策会議決定) ○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)3(1)③、3(1)⑤、3(1)⑥、3(2)⑩、3(2)⑪、3(2)⑫、3(3)④、4(1)④、5(1)⑨、5(1)⑪、5(3)③、5(3)④、5(3)⑤、6(1)⑥、6(1)⑧、6(2)⑥					

測定指標	1 第4期消費者基本計画の策定状況	施策の進捗状況(実績)	目標	達成
		令和2年3月31日、令和2年度から同6年度までの政府の消費者政策の大綱となる第4期消費者基本計画を閣議決定した。第4期消費者基本計画では、消費者の多様化、社会情勢の変化に伴う課題を整理し、消費者政策が進むべき基本的方向を5つ掲げた。	令和元年度	消費者政策をめぐる現状と課題や第3期までの消費者基本計画に基づく施策の推進状況等を踏まえ、消費者政策において目指すべき社会の姿を見据えて、令和2年度からの5か年を対象とした第4期消費者基本計画を策定する。
2 AI活用に関する消費者への情報発信の在り方についての検討会の設置状況	施策の進捗状況(実績)	目標	達成	
	令和元年12月に「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」を設置した。令和元年度は4回デジタルプラットフォーム等デジタル社会における消費者問題について議論してきた。 また、令和2年1月に同検討会の下に「消費者のデジタル化への対応に関する検討会AIワーキンググループ」を設置した。令和元年度は2回開催し、全ての消費者がAIを有効かつ安全に利用するために必要な方策等の検討をしたほか、消費者意識調査を実施し、消費者の多くがAIに対し「暮らしを豊かにする」といったポジティブなイメージを持っている一方、「不安である」といったネガティブなイメージも持っているといった、AIに関するイメージや日常生活におけるAIサービスの利用実態を把握した(調査結果は第2回ワーキンググループ資料として公表。)	令和元年度	AIのような新しい技術を用いた商品・サービスの登場を踏まえ、これらの利用に当たって消費者が注意すべき点とその情報発信の在り方について検討を開始する。	○

測定指標	3 若者が活用しやすい消費生活相談に関する検討状況	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
					令和元年度		
		<p>シェアリングエコノミーに係る啓発用パンフレットを作成し、地方公共団体や関係団体等を通じて消費者に普及啓発を行った。</p> <p>また、若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会を4回開催し、徳島県在住者を対象とするSNSを活用した消費生活相談窓口の実証実験を行った上で検証を行い、令和2年5月、SNS相談が消費生活相談へのハードルを下げ、気軽に活用できるようになることで、被害の未然防止につながり得ること等を指摘した報告書を公表した。</p>			<p>若者が相談しやすい環境を確保する観点から、SNSを活用した消費生活相談の実現可能性、導入に当たっての課題及びその対応策に関する検討を行う。</p>		○
	4 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)	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
		<p>購入完了までの残り時間や販売されているチケットの有効性について、虚偽の表示をしていたチケット転売サイトに係る事案等13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。</p>			令和元年度		
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	<p>消費者庁に一元的に集約された消費者被害情報の内容を分析・検討し、消費者安全法の規定に基づき消費者に対する注意喚起等を実施する。</p>		
		10件	9件	10件			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
		10件	12件	13件			
	5 消費者庁のウェブサイト(「ギャンブル等依存症でお困りの皆様へ」 (https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/caution_012/))へのアクセス数	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
		<p>ギャンブル等依存症対策推進基本計画(平成31年4月19日閣議決定)の策定や、ギャンブル等依存症問題啓発週間(5月14日～同20日)の開始等の状況変化も踏まえ、随時情報を更新するとともに、同ページに掲載した啓発資料等について地方公共団体や医療機関、教育機関などに周知したほか、随時消費者庁のツイッター等でも紹介するなど、積極的な情報提供に努めた。</p>			令和元年度		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	<p>ギャンブル等依存症対策として必要な知識の普及の取組の一環として、消費者庁ウェブサイトの「ギャンブル等依存症でお困りの皆様へ」のページがトップページからアクセスできる環境を維持するとともに、関係省庁や地方公共団体消費者行政部局における情報を含め、随時ウェブサイトの内容を更新することにより、分かりやすく情報提供する。</p>		
		1,339件	80,353件	132,705件			
	6 「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
		<p>四半期に1回の頻度で開催した。オブザーバーも含め、出席者とは、新たなサービスやビジネスモデルの動向、相談事例からうかがえる消費者トラブルの傾向など、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、その配布資料及び議事要旨については、消費者庁ウェブサイトにおいて公開し、情報提供を行っている。</p> <p>令和元年度においては、テーマとして「プラットフォームサービス等」、「インバウンド等」、「サブスクリプション」、「リユース(クラシファイド、フードシェアリング)」を取り上げた。</p>			令和元年度		
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	<p>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々を踏まえた調査研究等を実施するとともに、調査結果を活用し、「インターネット消費者取引連絡会」を開催する。</p>		
		4回	4回	4回			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
		4回	4回	4回			

測定指標	7 二国間、地域間、多国間における連携状況 (参考指標) 二国間、地域間、多国間の取組への参画件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
		令和元年度	令和元年度	令和元年度	令和元年度		
		令和元年度は、OECD消費者政策委員会、製品安全作業部会、ICPEN(消費者保護及び執行のための国際ネットワーク)本会合、日中韓消費者政策協議会、アジア消費者政策フォーラム、UNCTAD消費者保護法及び政策に関する政府間専門家会議、OECD・ASEAN合同ワークショップ、モンゴル国公平競争・消費者保護庁設立15周年ワークショップに参加し、情報共有・意見交換を行った。また、G20大阪サミットのサイドイベントとして「G20 消費者政策国際会合」を開催し、デジタル化の急速な進展に伴う新たな消費者問題への対処やSDGs(持続可能な開発目標)の推進等、各国に共通する政策課題について議論した。さらに、衛藤大臣がOECDグリア事務総長と会談し、消費者政策に関する今後の協力関係を強化することを確認した。 また、独立行政法人国民生活センター越境消費者センターの海外提携先機関の拡大に向けた取組の結果、令和元年度は新たに2か国(2機関)との連携体制が構築された。				二国間・地域間における政策対話等を実施するほか、OECD消費者政策委員会等の国際会議や、国際機関の取組へ積極的に参画する。	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		9	8	9			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		7	10	13			

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	(実績値が減少等した測定指標) 特になし。		
	(達成手段の有効性・効率性) 達成手段(1)「消費者政策企画・立案経費」に関しては、おおむね適切に執行されており、また、事業で得られた結果を広く国民に提供するなど、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。 達成手段(2)「消費者の財産被害に関する情報の集約・分析・対応経費」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されており、また、事業によって得られた情報を速やかに国民に提供するなど、消費者被害抑止に有効的に活用されており、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。 達成手段(3)「新たなインターネット技術・サービスに係る消費者トラブルの動向調査」に関しては、調達に当たり一般競争入札(総合評価方式)を採用し効率的に執行され、また、事業で得られた調査結果等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。 達成手段(4)「消費者政策関係情報調査経費」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され、事業で得られた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、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。 達成手段(5)「消費者行政新未来創造調査等経費」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ている。事業によって得られた情報の消費者庁ウェブサイトへの公表・掲載や関係者への情報提供など、国費投入の必要性について妥当性が認められるものと評価される。 (注)なお、令和2年度行政事業レビューにおいて事業単位の見直しを行っており、その対応関係は以下のとおり。 達成手段(1)「消費者政策企画・立案経費」 →「消費者政策企画・立案」、「消費者行政に係る国際的対応」 達成手段(2)「消費者の財産被害に関する情報の集約・分析・対応経費」 →「消費者財産被害に係るすきま事案等への対応」 達成手段(5)「消費者行政新未来創造調査等経費」 →「消費者行政新未来創造オフィスを活用した実証事業」 (※達成手段(3)「新たなインターネット技術・サービスに係る消費者トラブルの動向調査」、達成手段(4)「消費者政策関係情報調査経費」は変更なし)		
	次期目標等への反映の方向性	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>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○測定指標の設定に関して、前年度までは多数の個別指標が並立していたが、これを見直して施策の全体像が分かりやすくなるように重点的な形に整理したことは評価する。新たな測定指標の枠組みにおいて、アウトプット指標にとどまらず、成果目標を明確化した指標設定について引き続き検討してもらいたい。 →来年度以降の政策評価における指標設定に当たっては、御指摘も踏まえつつ検討してまいりたい。</p> <p>○消費者庁の目的とするところが何か、その目標に立ち返って測定指標を検討すべきである。例えば、測定指標7の国際的な連携状況については、国際会議等の取組ごとに目的が異なり、その目的ごとの整理が必要である。 →来年度以降の政策評価における指標設定に当たっては、御指摘も踏まえつつ検討してまいりたい。</p> <p>○「施策の進捗状況(実績)」について、目標に掲げられている実績を漏れなく記載すべきであり、報告書を取りまとめた等の取組の中で、抽出された課題とその後の対応策などを記載すべき。 →御指摘を踏まえ、今年度の評価書を一部修正した。</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>・第4期消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/pdf/basic_plan_200331_0001.pdf</p>
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>消費者政策課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者政策課長 内藤 茂雄</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和2年8月</p>
--------------	---------------	---------------	--------------------------	-----------------	---------------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-②)

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	<p>1. 消費者契約法の見直し 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、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 公益通報者保護法(平成16年法律第122号)について、法の周知・啓発を引き続き推進し、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とともに、公益通報者保護法の改正を見据えて検討を進める。</p> <p>3. 消費者団体訴訟制度の推進 ①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。以下「消費者裁判手続特例法」という。)の適切かつ実効的な運用を行う。 ②適格消費者団体及び特定適格消費者団体の認定・監督、支援を実施する。</p>					
達成すべき目標	<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作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>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	100	147	141	130
		補正予算(b)	0	0	0	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	100	147	141	
執行額(百万円)		77	118	130		
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)	<p>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号3(1)④、4(3)③、5(1)① ○骨太の方針2019(令和元年6月21日閣議決定)「…内部通報制度の認証制度等を通じて公益通報者保護制度の実効性を強化する…」 ○施政方針演説(平成31年1月28日)「…公益通報者保護に向けた取組を強化し、誰もが働きやすい職場づくりを進めてまいります。」</p>					

測定指標	1 消費者契約法の認知度	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
		平成30年6月に成立した改正消費者契約法について、計6回の説明会を実施したほか、消費者契約法の概要を記載したリーフレットを作成し、全国の消費者団体、消費生活センター等に4,700部配布した。			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。 (法の認知度:40%)	○
				38%		

測定指標	2 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	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	令和2年度	-
		<p>令和元年度には民間事業者向けの説明会を計3回実施したほか、公益通報ハンドブックをウェブサイトに掲載するとともに820部配布した。</p>			<p>説明会等の実施、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:60%、中小企業労働者における法の認知度:50%)</p>	
				大企業 46% 中小企業 43%		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
	3 市区町村及び中小企業の内部通報窓口の設置率 ※市区町村割合について、平成29年度までは、回収した数を母数とした設置回答機関の割合。これに対し、平成30年度は全市区町村数を母数として算出。	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		<p>事業者(行政機関を含む。)に対する通報対応体制整備の義務付け(従業員数300人以下の事業者には努力義務)等を内容とする公益通報者保護法の一部を改正する法律案を第201回通常国会に提出した(令和2年6月に成立。)</p> <p>また、令和元年度には「消費者行政新未来創造オフィス」の先進的な取組の結果、愛媛県内及び香川県内市町の内部通報窓口並びに外部通報窓口の整備率100%を達成するとともに、高知県内市町村の内部通報窓口及び外部通報窓口の整備率が大幅に向上(内部:35.3%→82.4%、外部:47.1%→76.5%)した。</p>			<p>「消費者行政新未来創造オフィス」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:70%、中小企業の内部通報窓口の設置率:50%)</p>	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		市区町村: 52.4%	市区町村: 52.1%	市区町村: 52.4% 中小企業: 40.2%		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		市区町村: 55.1%	市区町村: 54.8%			
	4 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。	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		<p>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※の認証取得事業者数は、令和元年度末時点において56社である。</p> <p>※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、所定のマークを許諾する制度。</p>			<p>令和3年度(3月末まで)</p> <p>認証取得事業者数を増やす。 (認証取得事業者数:300社)</p>	×
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
			0社	56社		
	5 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	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		<p>令和元年度には消費者団体訴訟制度についての説明会を計2回実施したほか、同制度を紹介するパンフレットを3万部を作成・配布し、また、令和2年3月には新たに地下鉄の車内ビジョンを活用して同制度の広報啓発動画を配信した。</p>			<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。 (認知度:40%(消費者団体訴訟制度)、30%(適格消費者団体)、20%(特定適格消費者団体))</p>	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		団体訴訟制度28.6% 適格団体6.0%		特定適格団体6.7%		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		団体訴訟制度13.9% 適格団体8.2% 特定適格団体6.3%		団体訴訟制度22.6% 適格団体25.2% 特定適格団体20.7%		

測定指標	6 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	施策の進捗状況(実績)			目標	達成 ○
					令和元年度	
		令和元年度の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は計56件であった。			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等の適切な認定・監督、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:50件)	
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
0件	7件	6件				
平成29年度	平成30年度	令和元年度				
16件	20件	56件				
評価結果	(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。				
	施策の分析	<p>本施策は、消費者政策を実施する上で不可欠のものであり、それを構成する3つの分野(消費者契約法、公益通報者保護制度、消費者団体訴訟制度)とも重要である。</p> <p>達成手段である予算事業「消費生活に関する制度の企画・立案・推進経費」では、消費者契約法の見直しに係る検討、同法や消費者団体訴訟制度の周知広報等を行ってきており、その結果、適格消費者団体等の認知度が大幅に向上するなど、一定の成果が上がっている。今後は、成年年齢を18歳に引き下げることを内容とする「民法の一部を改正する法律」が令和4年4月1日から施行されることから、主に若年者を念頭に、独立行政法人国民生活センター、消費生活センター、適格消費者団体等と連携しつつ、消費者、事業者等に対する消費者契約法の周知・広報を実施していく。また、適格消費者団体の活動に係る制度の見直しや消費者と特定適格消費者団体との間の手続のオンライン化に向けた検討を進めていく。</p> <p>達成手段である予算事業「公益通報者保護の推進に必要な経費」では、公益通報者保護制度の整備促進に係る方策の検討、制度の周知広報等を行ってきており、公益通報者保護法の一部を改正する法律案(※)を第201回通常国会に提出(令和2年6月8日に成立)するなど、一定の成果を上げることができた。今後は、広報啓発動画、研修素材等の作成等を通じた制度の認知度向上や企業グループ内における各企業の認証取得、申請料、更新料等の手続的・財政的負担を軽減する策についての検討等を通じた認証取得事業者の増加に向けた取組を進めていく。</p> <p>※当該法律案には、通報窓口設置について市区町村に対する義務付け及び中小企業に対する努力義務の規定が盛り込まれている。</p> <p>※当該法律案には、事業者(行政機関を含む。)に対する通報対応体制整備の義務付け(従業員数300人以下の事業者に対しては努力義務。)の規定が盛り込まれている。</p> <p>(注)なお、令和2年度行政事業レビューにおいて事業単位の見直しを行っており、その対応関係は以下のとおり。</p> <p>達成手段(1)「消費生活に関する制度の企画・立案・推進経費」 →「消費者契約法の見直し」、「消費者団体訴訟制度の周知・広報」、「適格消費者団体等に対する支援」</p> <p>達成手段(2)「公益通報者保護の推進に必要な経費」 →「内部通報制度に係る認証制度の普及」、「通報窓口の整備促進」</p>				
次期目標等への反映の方向性	<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>					

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○複数年度での目標を設定し、その進捗を評価する取組は良い試みである。</p> <p>○測定指標の中に、法令・制度の「認知度」を利用しているものがあるが、その「認知度」が示すものの明確化が必要であり、評価に当たって厳しく見る必要がある。 →消費者等がその法律、制度等の名称を知っていることをもって「認知度」と判断することは適当ではないと考えている。したがって、左記のような「認知度」の測り方とならないように各法律、制度等の事情に応じて、数値の根拠としている調査における質問内容を工夫しているところである。</p> <p>○測定指標1、2などについて、認知度の測定対象(消費者、企業等)に応じて周知方法が異なるため、その対象別の周知方法の工夫している取組があれば、実績欄に記載すべきである。また、測定指標4について、認証取得事業者数の増加に向けて、より具体的な課題と改善策等が明らかになっているのであれば、施策の分析欄に明記すべきである。 →消費者契約法の認知度(測定指標1)について、成年年齢を18歳に引き下げを内容とする「民法の一部を改正する法律」の令和4年4月1日施行に先立って、主に若年者を念頭に周知・広報を実施していく旨「施策の分析」に記載した。また、公益通報者保護法の認知度(測定指標2)については、民間事業者向けの説明会を始めとした様々な手段を通じて労働者への周知を図っている(既に実績欄に記載済み)。さらに、内部通報制度に関する認証取得事業者数(測定指標4)については、認証取得事業者数の増加に向けた取組として、指定登録機関が消費者庁と連携を取りつつ、企業グループ内における各企業の認証取得、申請料、更新料等の手続的・財政的負担を軽減する策についての検討を行う旨「施策の分析」に追記した。</p> <p>○「達成すべき目標」の3. ②において、適格消費者団体等への支援実施が掲げられているが、本目標に対応する測定指標が欠けているため、団体への支援促進に向けて適切な測定指標を設定すべきでないか。 →団体が業務を適切に実施できるように団体への各種支援を実施しているところ、測定指標6(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)は適格消費者団体が差止請求業務を適切に実施していることを示す指標であるといえる。</p> <p>○測定指標6について、適格消費者団体等の適切な認定・監督に関わる実績も示すべきではないか。あわせて、差止請求の中で一定の結論が得られた割合等も指標として検討の余地があるのではないか。 →団体の適切な認定・監督は団体が業務を適切に実施するための前提条件であり、測定指標6(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)は、適格消費者団体が差止請求業務を適切に実施していることを示す指標である点で当該指標の目標達成によって適切に認定・監督が実施されているといえる。また、差止請求のうち一定の結論が得られた割合を測ることも可能であるが、団体の業務実績を測る指標としては現行の指標がより適当であると考えている。</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「令和元年度消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</p> <p>【測定指標2】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/investigation/pdf/chosa_kenkyu_chosa_170104_0003.pdf</p> <p>【測定指標3】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_system/whistleblower_protection_system/research/</p> <p>【測定指標4】公益社団法人商事法務研究会「内部通報制度認証登録事業者一覧」(令和2年3月31日時点) https://wcsmark.secure.force.com/WCMS_operators?common.udd.actions.ActionsUtilORIG_URI=%2Fapex%2FWCMS_operators</p> <p>【測定指標5】消費者庁「平成26年度・平成28年度・平成29年度・令和元年度消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</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 加納 克利</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和2年8月</p>
--------------	---------------	---------------	--------------------------	-----------------	---------------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-③)

施策名	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進																																		
<p>施策の概要</p>	<p>○教育 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)第9条の規定に基づき、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(以下「基本方針」という。)を策定するとともに、同法第19条の規定に基づき設置した「消費者教育推進会議」を開催し、委員相互の情報の交換及び調整を行い、消費者教育を総合的、体系的、効果的に推進する。 消費者教育の基盤整備として、消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約して提供している消費者教育ポータルサイトをより充実させるため、随時、掲載情報の拡充を行う。 消費者教育の体系イメージマップにおける、幼児期から高齢期までのライフステージ、「消費者市民社会の構築」などの4つの領域ごとの目標に対応した消費者教育用副教材を作成する。 「エンカル消費」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を深め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行う。</p> <p>○普及・啓発 各地の消費者支援活動を推進するため、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に対して、功績をたたえ表彰する。 消費者トラブルの減少を図るとともに消費者が主役となる社会作りに向けた機運を高めるため、毎年5月の消費者月間に、消費者庁、地方公共団体、事業者及び民間団体等が消費者問題に関する事業を集中的に実施し、消費生活に関する知識等の普及・啓発を推進する。</p> <p>○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)に基づき策定する「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」の下、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。</p>																																		
<p>達成すべき目標</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>施策の予算額・執行額等</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" data-bbox="359 1379 655 1413">区分</th> <th data-bbox="655 1379 858 1413">平成29年度</th> <th data-bbox="858 1379 1061 1413">平成30年度</th> <th data-bbox="1061 1379 1264 1413">令和元年度</th> <th data-bbox="1264 1379 1481 1413">令和2年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="359 1413 466 1554" rowspan="4">予算の 状況 (百万 円)</td> <td data-bbox="466 1413 655 1447">当初予算(a)</td> <td data-bbox="655 1413 858 1447">55</td> <td data-bbox="858 1413 1061 1447">57</td> <td data-bbox="1061 1413 1264 1447">62</td> <td data-bbox="1264 1413 1481 1447" rowspan="4">127</td> </tr> <tr> <td data-bbox="466 1447 655 1480">補正予算(b)</td> <td data-bbox="655 1447 858 1480">-1</td> <td data-bbox="858 1447 1061 1480">-</td> <td data-bbox="1061 1447 1264 1480">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="466 1480 655 1514">繰越し等(c)</td> <td data-bbox="655 1480 858 1514">-</td> <td data-bbox="858 1480 1061 1514">-</td> <td data-bbox="1061 1480 1264 1514">-</td> </tr> <tr> <td data-bbox="466 1514 655 1554">合計(a+b+c)</td> <td data-bbox="655 1514 858 1554">54</td> <td data-bbox="858 1514 1061 1554">57</td> <td data-bbox="1061 1514 1264 1554">62</td> </tr> <tr> <td colspan="2" data-bbox="359 1554 655 1592">執行額(百万円)</td> <td data-bbox="655 1554 858 1592">33</td> <td data-bbox="858 1554 1061 1592">64</td> <td data-bbox="1061 1554 1264 1592">94</td> <td data-bbox="1264 1554 1481 1592"></td> </tr> </tbody> </table>					区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	55	57	62	127	補正予算(b)	-1	-	-	繰越し等(c)	-	-	-	合計(a+b+c)	54	57	62	執行額(百万円)		33	64	94	
区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度																														
予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	55	57	62	127																														
	補正予算(b)	-1	-	-																															
	繰越し等(c)	-	-	-																															
	合計(a+b+c)	54	57	62																															
執行額(百万円)		33	64	94																															
<p>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)</p>	<p>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号1(4)⑥、4(2)①、4(2)②、4(2)③、4(2)④、4(2)⑤、4(2)⑥、4(2)⑦、4(2)⑧、4(2)⑨、4(2)⑩、4(2)⑪、4(2)⑭、4(2)⑮、4(3)①、5(1)⑬、6(1)⑦</p> <p>○消費者行政推進基本計画(平成20年6月27日閣議決定) ・消費者教育や啓発に係る地方支援、(中略)などに取り組む。 ・国がこれまで行ってきた直轄事業(PIO-NETの整備、研修、消費者教育や啓発への支援等)についても充実する(以下略)。</p>																																		

		施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					令和元年度		
測定指標	1 消費者との意見交換会における参加者アンケートの結果からみる参加者の理解度	令和元年度は、関係府省庁と連携し、消費者との意見交換会を計7回開催した。開催後のアンケート結果からみる参加者の理解度(「内容について理解することができましたか」の間に「理解できた」、「ほぼできた」と回答した人の割合)は91.4%であった。			食品の安全性に関し、時宜に適ったテーマを選定し、リスクコミュニケーションを推進する。 特に、食品中の放射性物質に関しては、具体的には、関係府省や地方公共団体、消費者団体等と連携した意見交換会に加え、大消費地での親子参加型イベントに出展する等の取組も行う。 関係府省等、地方公共団体、消費者団体等と連携し、食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進のため、正確な情報提供等を継続して実施し、風評被害の払拭を図る。	○	
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		88.1%	86.7%	83.7%			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		88.0%	82.2%	91.4%			
	測定指標	2 各都道府県・政令指定都市における消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置状況(括弧書きは、政令指定都市の策定数及び設置数)	消費者教育推進計画は、全ての都道府県及び18政令指定都市で策定済みとなっており、また、消費者教育推進地域協議会は、全ての都道府県及び19政令指定都市で設置済みとなっている。 消費者教育推進会議の下で「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」を開催し、計画の策定・PDCAサイクルの確立、協議会の実効性確保等について提言を取りまとめた。これを受け、同会議の下、「全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会」を開催し、引き続き、地方公共団体への調査やヒアリングを行う等により検討を進めた。			基本方針等を踏まえ、消費者教育推進会議等を開催し、消費者教育推進のため、先進事例等の把握、周知及び普及に努める。	○
			消費者教育推進計画の策定数				
			平成26年度	平成27年度	平成28年度		
			29(5)	30(10)	42(14)		
			平成29年度	平成30年度	令和元年度		
			47(18)	47(18)	47(18)		
消費者教育推進地域協議会の設置数							
平成26年度			平成27年度	平成28年度			
35(10)			42(13)	44(17)			
平成29年度			平成30年度	令和元年度			
46(18)			47(19)	47(19)			
測定指標			3 都道府県における消費者教育コーディネーターの配置状況	施策の進捗状況(実績)			
	「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」の取りまとめにおいて、消費者教育コーディネーターの活用の在り方等を示し、配置に向けた支援を行った。 消費者教育コーディネーターは、令和元年度において26府県で配置済みとなった。 分科会の取りまとめを受け、新たに、消費者教育コーディネーター相互の意見交換の場を設けるべく、必要な準備を進めた。						
	平成26年度	平成27年度		平成28年度			
		11		14			
	平成29年度	平成30年度		令和元年度			
	16	19		26			

		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					令和元年度	
測定指標	(参考指標) 消費者教育推進会議及び分科会の開催(開催回数)	令和元年度は消費者教育推進会議及び特定の議題を審議する分科会を計7回開催した。消費者教育教材の在り方、消費者教育コーディネーターの活用の在り方等について取りまとめを行うとともに、引き続き、地域における消費者教育推進のための基盤整備等に向けた検討を進めた。			同上	同上
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		16	6	9		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		10	9	7		
	4 各都道府県・政令指定都市における消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置状況(括弧書きは、政令指定都市の策定数及び設置数)【再掲】	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		消費者教育推進計画は、全ての都道府県及び18政令指定都市で策定済みとなっており、また、消費者教育推進地域協議会は、全ての都道府県及び19政令指定都市で設置済みとなっている。 消費者教育推進会議の下で「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」を開催し、計画の策定・PDCAサイクルの確立、協議会の実効性確保等について提言を取りまとめた。これを受け、同会議の下、「全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会」を開催し、引き続き、地方公共団体への調査やヒアリングを行う等により検討を進めた。			令和元年度	既に消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置をしている都道府県及び政令指定都市に対して、同計画の進捗管理及び同協議会の運営状況を調査し、分科会において計画の実効性の確保等について議論を行うとともに、モデル事例となる取組については情報提供を行うことで、全都道府県及び全政令指定都市における同計画の策定及び同協議会の設置を目指し、地域における消費者教育を支援する。
		消費者教育推進計画の策定数				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		29(5)	30(10)	42(14)		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		47(18)	47(18)	47(18)		
消費者教育推進地域協議会の設置数						
平成26年度		平成27年度	平成28年度			
35(10)		42(13)	44(17)			
平成29年度		平成30年度	令和元年度			
46(18)		47(19)	47(19)			
5 都道府県における消費者教育コーディネーターの配置状況【再掲】	施策の進捗状況(実績)					
	「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」の取りまとめにおいて、消費者教育コーディネーターの活用の在り方等を示し、配置に向けた支援を行った。 消費者教育コーディネーターは、令和元年度において26府県で配置済となった。 分科会の取りまとめを受け、新たに、消費者教育コーディネーター相互の意見交換の場を設けるべく、必要な準備を進めた。					
	平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		11	14			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
16	19	26				

測定指標	6 地域への講師派遣の状況(派遣数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		消費者教育の担い手や消費者教育コーディネーター向けの研修、消費者市民社会実現に向けた啓発講座やセミナー等への講師派遣を行った。			令和元年度	同上
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	同上	
			21回	14回		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	同上	同上
		21回	24回	26回		
	(参考指標) 消費者庁ウェブサイト「消費者市民社会のページ」のアクセス数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		消費者庁ウェブサイトに「消費者市民社会のページ」を令和元年9月に開設した。その中で消費者市民社会についての基本的な考え方から、地域における実践事例、有識者からのコラム等を掲載し情報発信を行った。			同上	同上
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
					同上	同上
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
				13,429件	同上	同上
	7 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」に基づく消費者庁作成教材「社会への扉」等の実践的な消費者教育教材の配布・活用状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		消費者教育教材「社会への扉」の活用促進のため、機会を捉え地方公共団体への働き掛けを行った。令和元年度については、全体の67%に当たる4,231校の高等学校等において活用された。 また、特別支援学校における教材活用を支援するためのツールも作成し、消費者庁ウェブサイトに公表した。さらに、徳島県の高校生を対象に「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する調査等を実施・公表するとともに、調査結果を踏まえ、学校の授業の振り返り等に活用できる確認シート(契約編)を作成し、消費者庁ウェブサイトに公表した。 加えて、教員の授業支援として、地方公共団体が作成した実践事例を公表し、周知を行った。			令和元年度	○
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		116校	2,144校	4,231校	「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」に基づき、全国の高等学校等での実践的な消費者教育を推進し、消費者庁作成教材「社会への扉」等の実践的な消費者教育教材の全国での活用を促す。(関連指標として、学校における消費者教育の推進に関連する議論を行った分科会の開催回数を示す。)	○
	(参考指標) 消費者教育推進会議及び分科会の開催(開催回数)【再掲】	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和元年度は消費者教育推進会議及び特定の議題を審議する分科会を計7回開催した。消費者教育教材の在り方、消費者教育コーディネーターの活用の在り方等について取りまとめを行うとともに、引き続き、地域における消費者教育推進のための基盤整備等に向けた検討を進めた。 なお、学校における消費者教育の推進に関連する議論を分科会において4回行った。			同上	同上
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		16	6	9	同上	同上
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		10	9	7	同上	同上

測定指標	8 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(消費者教育に使用される教材等の整備)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成		
					令和元年度			
	<p>ライフステージ(幼児期～高齢者)に応じた教材等を提供しており、令和元年度は新規(更新含む)で76の掲載を行った。</p> <p>消費者教育推進会議の下で開催した「若年者の消費者教育分科会」の取りまとめにおいて、消費者教育ポータルサイトに掲載すべき情報等に関する提言がなされ、今後の在り方について検討を進めた。</p>	教材の掲載数			消費者教育ポータルサイトにおいて、それぞれの段階に応じた教材等の情報提供を行うとともに、消費者教育ポータルサイトに対する要望等の調査を踏まえ、今後の情報提供の在り方等について検討を行う。	○		
		平成26年度	平成27年度	平成28年度				
		52	29	43				
		平成29年度	平成30年度	令和元年度				
		56	98	76				
		施策の進捗状況(実績)					消費者教育ポータルサイトにおいて、家庭で活用できる教材等を56件、事業者等の取組事例に関する情報を16件、「生活の管理と契約」に関する教材等を39件掲載している。引き続き掲載情報の充実を図る。	○
		関連指標①						
		平成26年度	平成27年度	平成28年度				
		33件	14件	25件				
		平成29年度	平成30年度	令和元年度				
	58件	56件	56件					
	関連指標②							
	平成26年度	平成27年度	平成28年度					
	14件	8件	17件					
	平成29年度	平成30年度	令和元年度					
	19件	16件	16件					
	関連指標③							
	平成26年度	平成27年度	平成28年度					
	35件	34件	32件					
平成29年度	平成30年度	令和元年度						
45件	37件	39件						
9 エシカル・ラボの開催状況(開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成			
	令和元年度については、石川県(8月)、兵庫県(9月)及び静岡県(12月)において、計3回エシカル・ラボを開催し、エシカル消費についての認知、理解の促進に努めた。			令和元年度				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	倫理的消費調査研究会の取りまとめを踏まえ、普及のためのイベントとして「エシカル・ラボ」を開催する。また、エシカル消費の普及のため、「消費者行政新未来創造オフィス」を中心に、先進的な取組事例の収集を行う。		○		
		1回	1回					
	平成29年度	平成30年度	令和元年度					
2回	3回	3回						
施策の進捗状況(実績)								
10 エシカル消費の普及に関連する取組事例の収集状況(収集件数)	令和元年度は21件の取組事例の収集を行い、事例の紹介等により普及啓発を推進した。			令和元年度	達成			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度					
	12件	20件	21件					

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)	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。 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。 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%pt増加しており着実に前進している。 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。		
	施策の分析		消費者教育に関する施策については、成年年齢引下げを踏まえた実践的な消費者教育を進めるため、「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」で掲げた消費者庁作成教材「社会への扉」の全国的な活用について、地方公共団体への働き掛けを行い、前年度を大きく上回る実績となった。また、基本方針で掲げた「当面の重点事項」について、消費者教育推進会議の下の分科会で議論を進め、教材の在り方や地域での消費者教育充実に向けた提言の取りまとめを行った。引き続き、教材の充実や、地域における消費者教育の基盤整備に係る検討等を進めた。また、普及・啓発については、エシカル消費に関するイベントを開催するとともに、エシカル消費の普及・啓発に積極的に取り組む団体や事業者等との協働に取り組んだ。 食品ロスの削減に関する施策については、令和元年10月には「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行され、その主務官庁として関係省庁間の調整を担い、同法により設置した「食品ロス削減推進会議」において今後の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案」を策定し、令和2年3月に閣議決定した。加えて、政府広報の活用等により食品ロス削減の普及・啓発に積極的に取り組み、食品ロス削減に取り組む人の割合は、前年度に比べて増加するなど着実に政策は前進している。 これらに鑑みれば、各種施策は目標達成に有効に寄与したものと考えられる。		
	次期目標等への反映の方向性		【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。 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うきっかけとはなるが、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。 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。 【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。		
学識経験を有する者の知見の活用		○個別の測定指標が多数並立しており、施策全体としての進捗度合いや政策効果を把握しにくくなっている。「目標達成度合い」を全体として総合的に把握できるように測定指標の重点化が必要である。 ○測定指標2・3に対応する目標及び測定指標4～6に対応する目標については、それぞれの目指している目標が不明確であるので、明確化の上、それぞれに対応する測定指標を設定すべきである。 →御指摘を踏まえ、次期事前分析表作成の際に検討させていただく。 ○測定指標2・4の協議会の設置、測定指標3・5の消費者教育コーディネーターの設置、測定指標6の講師派遣などは、施策目標の達成のための「仕掛け」であり、その活動実績や、その先で求められる効果を測定する指標の設定を検討すべきである。 ○測定指標8の参考指標「消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況」については、アクセス数もカウントできるならば、それを測定指標とすることも検討してみてもどうか。 →御指摘を踏まえ、今後、適切な測定指標の在り方について検討させていただく。			
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		・消費者教育推進会議 https://wwwtest.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			
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 吉村 紀一郎	政策評価実施時期	令和2年8月

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-④)

施策名	地方消費者行政の推進					
施策の概要	<p>消費者基本計画(平成27年3月24日閣議決定)に新たに位置付けられた「地方消費者行政強化作戦」(平成27年3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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>					
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		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	3,648	3,049	2,742	2,738
		補正予算(b)	1,200	1,150	1,150	
		繰越し等(c)	800	50	0	
		合計(a+b+c)	5,648	4,249	3,892	
執行額(百万円)		5,156	3,520	3,215		
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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号5(3)②、6(1)④、6(1)⑧、6(2)①、6(2)②、6(2)③、6(2)④、6(2)⑤、6(2)⑦</p> <p>○消費者行政推進基本計画(平成20年6月27日閣議決定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方の消費生活センター及び国民生活センターを高齢者を含めすべての消費者が何でも相談でき、誰もがアクセスしやすい一元的な消費者相談窓口と位置付け、全国ネットワークを構築する。 <p>○日本再生戦略(平成24年7月31日閣議決定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害に遭ってもどこにも相談しなかった人の割合を減少させる<2020年までに実現すべき成果目標>。 					

測定指標	1 外国語による相談体制が整備された都道府県消費生活センター数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		地方消費者行政強化交付金の活用等により、都道府県及び政令指定都市に設置されている消費生活センターのほか、各市区町村に設置されている消費生活センターを含む消費生活相談窓口における在留外国人の国内での消費活動に係る相談体制の強化に努めた(平成30年度以降は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。)			令和元年度	
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会や改正入管法に基づく新たな外国人材受入れにより増加が見込まれる在留外国人への情報提供や相談体制の強化を図る。	
			23	27		
測定指標	2 障害者に配慮した消費生活センター数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		地方消費者行政強化交付金の活用等により、都道府県及び政令指定都市に設置されている消費生活センターのほか、各市区町村に設置されている消費生活センターを含む消費生活相談窓口において、障害者に配慮した取組を充実させ、障害者の消費者被害の未然防止、拡大防止、救済に努めた(地方消費者行政の現況調査によって得られた平成31年4月1日時点の状況を記載。)			令和元年度	
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	障害者からの消費生活相談への対応力向上のため、消費生活センター等の体制整備を充実させ、障害者の消費者被害の未然防止、拡大防止、救済を図る。	
			1,229	1,796		

測定指標	3 「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-1② 消費生活センターの設立促進(人口5万人未満の市町村の50%以上を達成している都道府県の割合) (令和元年度末までに100%)	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
					令和元年度		
					細目標		
測定指標	3 「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-1② 消費生活センターの設立促進(人口5万人未満の市町村の50%以上を達成している都道府県の割合) (令和元年度末までに100%)	施策の進捗状況(実績)			どこに住んで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こととする。	どこに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こととする。	×
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		21.3%	21.3%	31.9%			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		42.6%	44.7%	44.7%			
		達成					
	施策の進捗状況(実績)						
	消費生活センター設置カバー率が80%以上になった都道府県数は34都道府県となった(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。)						
	平成26年度	平成27年度	平成28年度				
	24	26	25				
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
	31	35	34				
(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(測定指標3関連) ※各都道府県総人口におけるセンターが設置されている市町村の人口	施策の進捗状況(実績)			どこに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こととする。	どこに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こととする。	○	
	達成						
	都道府県と市町村の相談担当率の令和元年度(平成30年度に相談受付)の全国平均は75.3%となった(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前年度3月末時点の状況を記載。)						
	平成26年度	平成27年度	平成28年度				
	72.0%	70.4%	70.9%				
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
72.0%	73.4%	75.3%					
(参考指標2) 都道府県と市町村の相談件数における市町村の相談担当率(測定指標3関連)	施策の進捗状況(実績)			どこに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こととする。	どこに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こととする。	○	
	達成						
	都道府県と市町村の相談担当率の令和元年度(平成30年度に相談受付)の全国平均は75.3%となった(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前年度3月末時点の状況を記載。)						
	平成26年度	平成27年度	平成28年度				
	72.0%	70.4%	70.9%				
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
72.0%	73.4%	75.3%					

測定指標	施策の進捗状況(実績)	目標			達成		
		令和元年度					
		細目標					
測定指標	4 「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-2 管内自治体(市区町村)の50%以上に消費生活相談員を配置している都道府県の割合 (令和元年度までに100%)	管内市町村の50%以上に消費生活相談員を配置している都道府県は、昨年同。引き続き多面的な取組を通じて、各都道府県における配置割合の引上げを図る必要がある(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。)			達成		
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		76.6%	80.9%	83.0%			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
	87.2%	91.5%	91.5%				
	5 「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-3 消費生活相談員の資格保有率が75%以上に引上げを達成している都道府県の割合 (令和元年度までに100%)	消費生活相談員の資格保有率が75%以上となっている都道府県については、昨年同。引き続き多面的な取組を通じて、各都道府県における保有率の引上げを図る必要がある(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。)				達成	
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		48.9%	51.1%	46.8%			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
	51.1%	55.3%	55.3%				
	(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(測定指標4、5関連) ※各都道府県総人口に対する相談員が設置されている市町村の人口	消費生活相談員配置カバー率が80%以上になった都道府県は昨年度から変わらず46である(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。)					達成
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
37		37	41				
平成29年度		平成30年度	令和元年度				
43	46	46					
6 「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-4 消費生活相談員の研修参加率が100%に引上げ(各年度)を達成している都道府県の割合 (令和元年度までに100%)	消費生活相談員の研修参加率が100%に引上げを達成している都道府県は9にとどまっていることから、多面的な取組を通じて、各都道府県における研修参加率の引上げを図る必要がある(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。)			達成			
	平成26年度	平成27年度	平成28年度				
	8.5%	10.6%	19.1%				
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
19.1%	23.4%	19.1%					
(参考指標4) 全国の消費生活相談員の研修参加率(測定指標6関連)	消費生活相談員の研修参加率については、80%以上の都道府県は43あることから、引き続き多面的な取組を通じて、各都道府県における研修参加率の引上げを図る必要がある。(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。)				達成		
	平成26年度	平成27年度	平成28年度				
	76.6%	89.4%	89.4%				
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
87.2%	95.7%	91.5%					
			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、地方消費者行政強化交付金等を活用し、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。			同上	

測定指標	7 「地方消費者行政強化作戦」政策目標3-1 適格消費者団体が存在するブロックの割合 (令和元年度までに100%)	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
		適格消費者団体が存在しないブロックは、全て解消された。			令和元年度		
					細目標	消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政強化交付金等を活用し、適格消費者団体等の支援を行う。	
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	同上		○
		66.7%	66.7%	66.7%			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		88.9%	100.0%	100.0%			
	8 「地方消費者行政強化作戦」政策目標5-1 消費者安全確保地域協議会の設置(人口5万人以上の全市町)(令和2年度までに100%)	施策の進捗状況(実績)			細目標		達成
		消費者安全確保地域協議会を設置した市町(人口5万人以上)は、令和元年度末までに265市区町となっている(令和2年3月31日時点の状況を記載。)。また、令和元年度には「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)設置事例集 in 徳島」や「消費者安全確保地域協議会設置の手引き」、「高齢者・障がい者の消費者トラブル見守りガイドブック」を作成した。今後各地方公共団体での活用が期待される。			消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政強化交付金等を活用し、消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者等の被害を防止のための「地域の見守りネットワーク」の構築を支援する。	同上	×
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
				3.8%			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度				
		9.3%	18.0%	22.3%			
測定指標	9 都道府県等消費者行政担当課長会議の開催	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
		平成31年4月に都道府県及び政令指定都市の消費者行政担当課長等を対象とした「都道府県等消費者行政担当課長会議」を開催し、国の消費者行政の最近の動向について、情報共有を図った。			令和元年度		○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	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。		
		1回	1回	1回			
平成29年度	平成30年度	令和元年度					
1回	1回	1回					
	10 消費者行政ブロック会議の開催(回数)	施策の進捗状況(実績)			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。		達成
令和元年10月から11月にかけて、全国を6つのブロックに分け、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の場としての「地方消費者行政ブロック会議」を全国各ブロックにおいて、1回ずつ開催した。なお、関東ブロックについては、令和元年台風第19号の影響により開催を中止し、書類送付等により代替した。			○				
平成26年度		平成27年度		平成28年度			
6回		6回		6回			
平成29年度	平成30年度	令和元年度					
		6回	6回	5回			
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」)の開催(回数)	施策の進捗状況(実績)			昨年度に引き続き、地方消費者行政の充実・強化を図るため、各都道府県・市町村を訪問し意見交換を行った。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するとともに、今後の課題等についても意見交換を行った。		達成
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			○
			47	41			

測定指標	12 執行専門研修の開催 (参加人数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和元年度				
		特定商取引法及び景品表示法を中心に、執行実務に必要な基礎知識の習得を目的とした「初任者研修」(令和元年5月)及び執行に必要な実務スキルの向上を目指した「専門研修」(同年11月)を実施し、都道府県等における執行力の強化を図った。				○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	引き続き、執行専門研修の開催により地方公共団体の担当職員の一層の専門性の向上を図り、もって地方公共団体の人材強化に寄与するとともに消費者行政ブロック会議等の開催により情報共有を行い、国と都道府県との連携に資するよう支援を行う。	
		463人	456人	437人		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		482人	430人	448人		
	(参考指標5) 都道府県別法執行の実施状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		都道府県においても、法に基づく規制や指導が適正に行えるよう、研修により人材育成を行い、違反行為者に対して、措置命令や指導を行った(景品表示法、JAS法(平成28年度まで)、健康増進法、家庭用品品質表示法、特定商取引法、消費生活関係条例に基づく法執行件数。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前年度3月末時点の状況を記載。)				○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		547件	965件	1,274件		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		1,254件	1,282件	1,364件		
		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	13 消費者ホットラインの運営(入電件数)	消費者ホットラインのシステムの安定的な運営により、消費者からの相談や情報を円滑に受け付ける体制を継続的に維持している。あわせて、平成27年に開始した電話番号の3桁化(188番)に伴う消費者ホットラインの利用増加に対応するため、土日祝日や消費生活センターの一時的な閉所日(施設の設備点検等)、災害時等における接続先の適切な設定等を行った。 ※令和元年度の利用件数は前年度より約11万件増加。			令和元年度	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	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。 また、3桁化による利便性の向上に伴う消費者ホットラインの利用増加に対応できるよう、土日祝日や消費生活センターの一時的な閉所日(施設の設備点検等)、災害時等における接続先の適切な設定等を行う。	
		344,000件	688,437件	812,207件		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		758,971件	837,401件	953,587件		
		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
	14 消費者ホットライン188の認知度	SNSへの広告配信や鉄道・バスを利用した交通広告の実施、5月18日を「消費者ホットライン188の日」として制定しPRイベントを実施するなど、多様な媒体・手段を活用し、3桁の電話番号「188番(いやや!)」や消費生活センター等の周知を図ることにより、相談窓口の認知度の向上と利用の促進を図った。				×
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
				4.9%		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		6.6%	9.2%	9.1%		

		施策の進捗状況(実績)			目標	達成												
測定指標	15 国の行政機関及び地方公共団体によるPIO-NETの利用状況(利用部署数)	<p>独立行政法人国民生活センターと連携しながら、PIO-NET2015を運用し、行政機関におけるPIO-NETの利用箇所数を拡大した。また、独立行政法人国民生活センターにおいて、消費生活相談員や行政職員等の利用者を対象に、PIO-NETの操作方法やデータ活用に関する研修を実施し、PIO-NET情報の利用拡大を推進した。</p> <table border="1"> <tr> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> <tr> <td>1,095</td> <td>1,096</td> <td>1,162</td> </tr> <tr> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> </tr> <tr> <td>1,221</td> <td>1,252</td> <td>1,266</td> </tr> </table>			平成26年度	平成27年度	平成28年度	1,095	1,096	1,162	平成29年度	平成30年度	令和元年度	1,221	1,252	1,266	令和元年度	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度														
		1,095	1,096	1,162														
平成29年度	平成30年度	令和元年度																
1,221	1,252	1,266																
16 次期PIO-NET刷新に向けた消費生活センター等向け資料等発行回数	<p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>次期PIO-NETの刷新に向けた取組として、全国の消費生活センター等のPIO-NET利用機関に対して、刷新に係る情報共有(資料等発行)を実施した。</p> <table border="1"> <tr> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> <tr> <td>/</td> <td>/</td> <td>/</td> </tr> <tr> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> </tr> <tr> <td>/</td> <td>/</td> <td>6回</td> </tr> </table>			平成26年度	平成27年度	平成28年度	/	/	/	平成29年度	平成30年度	令和元年度	/	/	6回	<p>独立行政法人国民生活センターと連携して、PIO-NET2015を適切に運用することに加え、次期PIO-NETの刷新に向けた取組を進める。また、国の行政機関等による利用を推進するとともに、PIO-NETを活用して、事業者に対する法執行・指導監督の権限を持つ地方公共団体の担当部署等への消費生活相談情報の共有を推進する。</p>	○	
	平成26年度	平成27年度	平成28年度															
	/	/	/															
平成29年度	平成30年度	令和元年度																
/	/	6回																
17 地方公共団体への消費生活相談情報の共有回数	<p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>消費生活センター等から、都道府県内の法執行・指導監督部署への情報提供回数(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)。令和元年度については、1,170回となっており、前年度より減少した。</p> <table border="1"> <tr> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> <th>平成28年度</th> </tr> <tr> <td>/</td> <td>1,671</td> <td>1,598</td> </tr> <tr> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> </tr> <tr> <td>1,472</td> <td>1,445</td> <td>1,170</td> </tr> </table>			平成26年度	平成27年度	平成28年度	/	1,671	1,598	平成29年度	平成30年度	令和元年度	1,472	1,445	1,170	達成	×	
	平成26年度	平成27年度	平成28年度															
	/	1,671	1,598															
平成29年度	平成30年度	令和元年度																
1,472	1,445	1,170																
(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり																	
<p>評価結果</p> <p>目標達成度合いの測定結果</p> <p>(判断根拠)</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しまう中でも昨年並みに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>																	

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) 測定指標6について、地方消費者行政強化交付金の活用に加えて、各地方公共団体の一般財源の活用を促す働き掛けを行っていく必要がある。 測定指標11について、令和元年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、地方公共団体への訪問を取りやめたことによる。 測定指標14について、認知度の向上と利用の促進に向けて、より効果的な広報手法を検討し、様々な機会を捉え、多様な媒体・手段を活用した取組を実施する。 測定指標17について、消費者トラブルの規模、内容により情報提供回数に影響する面があるが、引き続き法執行・指導監督の権限を持つ地方公共団体の担当部署等への消費生活相談情報の共有を推進する。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「地方消費者政策推進経費」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。 達成手段(2)「地方消費者行政強化交付金」等については、測定指標1から8までのとおり、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」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>(注)なお、令和2年度行政事業レビューにおいて事業単位の見直しを行っており、その対応関係は以下のとおり。 達成手段(1)「地方消費者政策推進経費」 →「消費者ホットラインの運用等」、「地方公共団体との連携等に必要な経費」 ※達成手段(2)「地方消費者行政のための事業に必要な経費」は変更なし。</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) 令和元年台風第15号・第19号等で被災された地域の方を対象に、独立行政法人国民生活センターにおいて「令和元年秋台風関連消費者ホットライン」を開設し、1都13県からつながるフリーダイヤル(通話料無料)で、消費生活に関する相談を受け付けた。 これにより、被災地域及び被災者の方の負担軽減、被災地域の消費者被害の未然防止、拡大防止を図った。</p>
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】 ・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。 ・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。 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)。 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独立行政法人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)。 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)。 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。これにのっと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。 ・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。 ・「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。 ・「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。</p> <p>【測定指標】 ・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。</p>

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○制度整備に係る一定の要件を全国一律に求めることは、小規模な行政機関には対応が困難と思われるので、目標・測定指標を見直しておく必要がある。また、施策全体の目指すべき方向性が明確となるように、測定指標は重要度に応じて整理すべきである。</p> <p>→「第4期消費者基本計画」を踏まえ、令和2年4月に「地方消費者行政強化作戦」を改定し、「地方消費者行政強化作戦2020」を策定した。新たな政策目標の設定に当たっては、これまでの強化作戦の進捗状況を検証・評価した上で、見直しを行っており、広域連携の活用等も念頭に置いている。これらにのっとり、測定指標の見直し・整理を来年度以降行うこととしたい。</p> <p>○「地方消費者行政強化作戦」の政策目標をベースとする測定指標について未達成となっているものが多い。参考指標により、一定の改善がみられていることは理解できるが、まだ当初の目標の達成からは隔たりが見られる。新たに策定された「地方消費者行政強化作戦2020」を踏まえた次期目標等においては、未達成の指標の達成、特に小規模地方公共団体の相談体制の整備（消費生活センターの設置、相談員の配置強化等）に注力する必要があると考える。</p> <p>→御指摘を踏まえ、「地方消費者行政強化作戦2020」の達成に向け、新たな支援手法も活用しながら、引き続き地方公共団体による地方消費者行政の充実・強化に向けた取組を支援する。</p> <p>○消費生活センターと消費者生活相談員の設置状況に関する測定指標等が個々に設定されているが、いずれも配置されていない空白地域がないことも重要なのではないか。今後の指標の検討においては、このような空白地域の割合など、複合的な指標の設定も必要なのではないか。</p> <p>→来年度以降は「地方消費者行政強化作戦2020」にのっとり、測定指標の見直し・整理を行うこととしたい。なお、消費生活センターの要件として、消費生活相談員の配置があることから、御指摘の空白地域は、消費生活相談員の配置状況に関する測定指標のみで把握することが可能である。</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・地方消費者行政強化作戦（平成27年3月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_cooperation_cms201_200331_05.pdf ・「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_cooperation_cms201_200331_06.pdf ・令和元年度地方消費者行政の現況調査（令和元年10月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/status_investigation/2019/
----------------------------------	---

<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 小堀 厚司</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和2年8月</p>
--------------	--------------	---------------	-------------------------	-----------------	---------------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-⑤)

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	<p>行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を収集するとともに、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。</p> <p>収集した事故情報を定期的に公表するとともに、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。</p> <p>緊急事態等の発生時には、「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。</p> <p>食品の安全性に関し、時宜にかな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。</p> <p>消費者安全調査委員会は、生命・身体被害に関する消費者事故等の中から、事故等の発生・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、調査を行う。</p>					
達成すべき目標	<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>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	225	256	251	239
		補正予算(b)	-0	-0	0	
		繰越し等(c)	-	-	0	
		合計(a+b+c)	225	256	251	
執行額(百万円)		200	221	203		
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)	<p>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号1(1)⑥、1(1)⑦、1(2)①、1(2)②、1(2)③、1(3)①、1(4)①、1(4)④、1(4)⑬、5(1)②</p>					

測定指標	施策の進捗状況(実績)	目標			達成
		令和元年度			
1 情報発信の回数・登録者数 (1)子どもを事故から守る！Twitterのフォロワー数及び情報発信回数 (2)子ども安全メールの登録者数及び情報発信回数	(1)「子どもを事故から守る！Twitter」による情報発信を行った。				○
	(2)子ども安全メールによる情報発信を行った。				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	消費者向けの啓発活動として、子どもを事故から守る！Twitter、子ども安全メールによる情報発信を行うほか、「子どもの事故防止週間」を実施し、関係府省庁の連携による事故防止の集中的な広報活動を行い、子どもの事故防止への消費者の関心を向上させる。	
	(1) - (2)51回	(1) - (2)53回	(1) - (2)51回		
平成29年度	平成30年度	令和元年度	子どもの事故防止に向け、保護者等の事故防止意識を高めるための啓発活動、教育・保育施設等の関係者による取組、子どもの事故防止に配慮された安全な製品の普及等の総合的な取組の検討を行うため、関係府省庁の取組をまとめるとともに、関係府省庁連絡会議を開催する。		
(1)117回 (2)62回	(1)122回 (2)50回	(1)フォロワー:9,000、 発信:91回 (2)登録者:24,000名、 発信:50回			
2 子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議の開催回数及び関係府省庁の子供の事故防止の取組に関する取りまとめ回数	施策の進捗状況(実績)				○
	「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」を開催(令和2年2月)するとともに、関係省庁の連携のため、四半期ごとに子供の事故防止に関する周知・啓発活動について取りまとめた。				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度	3回	
	平成29年度	平成30年度	令和元年度		
2回	会議:1回 取りまとめ4回	会議:1回 取りまとめ4回			

測定指標	施策の進捗状況(実績)	目標			達成
		令和元年度			
3 定期公表の公表回数 (1)消費者安全法に基づく 重大事故等の定期公表回 数 (2)消費生活用製品安全 法に基づく重大製品事故 の定期公表回数	(1)消費者安全法の規定に基づき通 知された重大事故等の全件について 定期的に公表を行った(原則週1回)。 平成30年度に通知された重大事故等 について追跡確認状況を追記し、一覧 にして公表を行った(令和元年7月)。				○
	(2)消費生活用製品安全法の規定に 基づき報告のあった重大製品事故の 全件について、定期的に公表を行った (原則週2回)。 平成30年度に報告のあった重大製品 事故の一覧を公表した(令和元年7 月)。				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
	(1)50回 (2)114回	(1)49回 (2)112回	(1)49回 (2)106回		
平成29年度	平成30年度	令和元年度			
(1)50回 (2)107回	(1)50回 (2)102回	(1)50回 (2)101回			
4 生命・身体分野に関す る注意喚起件数 (1)プレスリリースによる 注意喚起 (2)Twitterによる情報発 信回数 (3)商業施設外を含めた、 遊戯施設の事故に関する 情報提供の回数	(1)関係行政機関等から収集した事 故情報等を分析し、被害の重篤度、拡 大可能性等も踏まえ、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。	消費者安全法及び消費生 活用製品安全法の規定に基 づく重大事故情報等の収集 を行い、事故情報の定期公 表を確実に実施する。また、 消費者安全法の規定に基 づく重大事故等に関する通知 が確実になされるよう、地方 公共団体職員や消費生活 相談員向けの説明会等の周 知活動を実施する。 収集した事故情報につい ての分析・調査を行い、適時 適切なプレスリリースの公表 や、Twitterによる情報発信 を行う。			○
	(2)消費者安全法及び消費生活用製 品安全法の規定に基づく重大事故情 報に加え、医療機関ネットワークや関 係機関から収集した情報に基づき、必 要に応じてTwitterによる注意喚起情報 を発信した。				
	(3)子ども安全メールやTwitterで遊 具等の事故防止について情報提供を 行った。				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
(1)13件 (2)- (3)-	(1)16件 (2)- (3)-	(1)15件 (2)- (3)1回			
平成29年度	平成30年度	令和元年度			
(1)16件 (2)127回 (3)3回	(1)13件 (2)154回 (3)1回	(1)18件 (2)111回 (3)2回			
5 消費者安全法に基づく 通知制度に関する周知活 動回数	消費者安全法に基づく重大事故等の 通知の徹底について、消費者行政ブ ロック会議、(独)国民生活センターの 実施する研修及び各地方公共団体が 行う研修等を通じて地方公共団体に周 知した。				○
	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
	平成29年度	平成30年度	令和元年度		
			15		

測定指標	6 緊急事態等の発生時における緊急対策本部又は消費者安全情報総括官会議の開催状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	令和元年度	
		緊急対策本部又は消費者安全情報総括官会議の開催を要する緊急事態は発生しなかった。				-
					緊急事態等においては、消費者安全の確保に関する関係府省庁緊急時対応基本要綱等に基づき適切に対処する。	達成
					緊急事態等に備え消費者安全情報総括官会議幹事会を開催し、関係府省庁において消費者の生命又は身体に生ずる被害に関する情報等の集約、共有を行うとともに、緊急事態等への即応体制を維持する。	×
	7 緊急事態に備えた、緊急時対応訓練の実施状況及び消費者安全情報総括官会議幹事会の開催回数	<p>食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省等と連携し、食品安全等に関する緊急事態を想定した実践的な緊急時対応訓練を実施した。訓練は、想定した事案の詳細を当日まで明かさぬ抜き打ち方式で実施し、以下の項目を重点的に確認した(令和元年12月)。</p> <p>① 情報入手体制の整備 ② 消費者庁内での連携 ③ 消費者安全情報総括官会議を通じた関係省庁との連携 ④ 消費者への情報発信</p>				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		2回	2回	4回		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		2回	3回	1回		
	8 消費者庁「リコール情報サイト」の運営状況 (1)リコール情報の登録件数 (2)メールマガジン発信回数 (3)メールマガジンの登録者数	<p>リコール情報を収集し、収集した情報を「消費者庁リコール情報サイト」において一元的に提供した。</p> <p>また、リコール情報サイトの情報について、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に努めるとともに、重要なリコール情報をメールマガジン等で周知した。</p>			目標	達成
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	令和元年度	○
		(1)3,450件 (2)248回 (3)7,001件	(1)4,306件 (2)241回 (3)7,432件	(1)4,827件 (2)237回 (3)7,432件	適切にリコール情報の収集を行い、速やかにリコール情報サイトへ登録することに努める。	
		平成29年度	平成30年度	令和元年度	また、リコール情報のサイトの運営に当たっては、特集ページの開設やメールマガジンの発行、サイトの改修を実施するなど消費者の利便性向上に資する取組を行う。	達成
		(1)5,466件 (2)216回 (3)8,064件	(1)6,019件 (2)243回 (3)8,195件	(1)6,482件 (2)239回 (3)9,327件	さらに、リコール情報の周知のため、地方公共団体等に向けた情報提供を行う。	
	9 地方公共団体等へのリコール情報サイトに関する周知活動の状況	<p>リコール情報が高齢者や子どもの保護者等に効果的に届くよう、「消費者庁リコール情報サイト」に関する情報提供を消費者行政ブロック会議を通じて行うとともに、文部科学省・厚生労働省と連携して子育て世代を対象に、保育施設等に向けた周知を行った。</p>				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		○
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
			1回	6回		

測定指標	10 消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施状況 (1)報告書件数 (2)勧告・意見件数 (3)事故調査実施件数 (4)申出受付件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	令和元年度	○
		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・意見具申を行った。			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。	
		(1)3件 (2)11件 (3)2件 (4)40件	(1)3件 (2)6件 (3)2件 (4)29件	(1)2件 (2)5件 (3)2件 (4)50件		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		(1)3件 (2)7件 (3)2件 (4)45件	(1)2件 (2)7件 (3)1件 (4)53件	(1)1件 (2)2件 (3)3件 (4)44件		
	11 緊急事態等の発生時における対応状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		緊急対応を要する事態は発生しなかった。			令和元年度	-
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	緊急事態等においては、関係府省が相互に十分な連絡及び連携を図り、政府一体となって迅速かつ適切に対応し、被害の発生・拡大の防止に努める。	
		/	/	/		緊急事態等の発生の際に迅速かつ適切に対応できるよう、以下の会議を開催し、食品安全に関する関係府省庁間の連携を日頃から推進する。 (1)関係府省連絡会議(年2回) (2)幹事会(週1回) (3)リスクコミュニケーション担当者会議(隔週1回) (4)食品リスク情報関係府省担当者会議(月1回)
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		/	/	-		
	12 関係府省間の連携強化を図るための食品安全に関する各種会議の開催状況 (1)関係府省連絡会議 (2)幹事会 (3)リスクコミュニケーション担当者会議 (4)食品リスク情報関係府省担当者会議	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		関係省庁間の連携強化を図るための食品安全に関する各種会議を定期的に開催した。			令和元年度	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		(1)2回 (2)46回 (3)24回 (4)12回	(1)2回 (2)45回 (3)25回 (4)12回	(1)2回 (2)45回 (3)25回 (4)12回		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		(1)2回 (2)46回 (3)25回 (4)12回	(1)2回 (2)46回 (3)23回 (4)12回	(1)2回 (2)41回 (3)20回 (4)12回		
	13 食品安全に関する総合情報サイトのアクセス数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成29年6月に開設した「食品安全に関する総合情報サイト」を通じ、消費者の疑問や不安の解消の糸口となる、信頼できる、より分かりやすい情報発信を行った。			令和元年度	○
		※消費者庁におけるウェブサイトアクセス数の集計方式が平成30年8月に変更されているため、平成29年度との単純比較はできない。			食品の安全性全般に関するリスクコミュニケーションを推進するため、食品安全に関する総合情報サイトを更新し、消費者への情報提供を行い、消費者の関心を高める。	
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		29,077件	31,796件	35,315件		
	14 関係府省庁連携による、食品の安全性に関する意見交換会の開催回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		関係省庁で連携し、食品安全に関する各種テーマの意見交換会を開催した。			令和元年度	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	食品の安全性に関し、関係府省と連携した意見交換会等を開催し、リスクコミュニケーションを推進する。	
		9回	8回	14回		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		11回	7回	7回		

測定指標	15 製造物責任法に関する裁判例の収録内容の更新回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	令和元年度	○
		製造物責任法に関する裁判例を取りまとめ、訴訟情報を更新した(令和2年3月)。			製造物責任法に関する裁判例を収集・分析した上で、裁判例を抽出・整理・公表する。	
			1回	1回		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		1回	1回	1回		
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)	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。				
評価結果	施策の分析	<p>(全体) 測定指標の大半について、目標達成と評価することができた。</p> <p>(実績値が減少している測定指標) 測定指標1については、Twitterの配信回数が前年度に比して減少しているものの、フォロワー数が昨年度末(6,000人)から大幅に増加(3,000人増)したことを踏まえて目標達成とした。 測定指標3については、消費生活用製品安全法の規定に基づき報告のあった重大製品事故の全件について、定期的(原則週2回)に公表を行ったことから、目標達成とした。 測定指標4については、Twitterの配信回数は前年度に比して減少しているものの、消費者安全法第38条第1項の規定に基づく注意喚起を2件行うなど、プレスリリースによる注意喚起を多く実施したことから、目標達成とした。 測定指標8については、メールマガジンの発信回数は前年度から微減であるところ、登録者が大幅に増えたことを踏まえて目標達成とした。 測定指標10については、実施状況の数値は、事案の内容によって左右され、申出があった事案であっても情報収集を行った上で、消費者安全調査委員会として調査することが適切かどうか判断することとしていることを踏まえて目標達成とした。 測定指標12の(2)及び(3)については、議題に応じて隔週開催とするなど業務の効率化を図りつつ会議を実施したことから前年に比して回数減となったものの、施策の実施に影響を及ぼさないように実施できたことから目標達成とした。</p> <p>(目標達成と評価しなかった測定指標) 測定指標7については、消費者安全情報総括官会議幹事会を開催しなかったため目標達成と評価することはできないが、日頃から消費者安全情報総括官を構成する関係省庁間の意思疎通及び連携を図り、緊急事態の際の対応に支障が生じないよう備えている。</p> <p>(達成手段の有効性・効率性) 達成手段(1)「消費者の安全確保のための施策の推進」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。また、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。 達成手段(2)「リスクコミュニケーション等の推進に必要な経費」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。 達成手段(3)「リコール情報周知の強化のために必要な経費」に関しては、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。 達成手段(4)「子供の事故防止に関する取組の推進」に関しては、「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。 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>(注)なお、令和2年度行政事業レビューにおいて事業単位の見直しを行っており、達成手段「消費者の安全確保のための施策の推進」は、「消費者の安全確保のための施策の推進」及び「消費者事故の調査」に細分化されている。</p>				
		次期目標等への反映の方向性	<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>			

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○消費者の安全確保の分野では、消費者安全法等により、情報の収集・分析・提供や政策対応の枠組みがおおむね構築されてきており、現在の課題は、そうした仕組みを十分に活用し、究極的な目標である事故防止につなげていくことであると考えます。 →御指摘を踏まえ、施策の実施に今後取り組んでまいりたい。</p> <p>○本施策内で目標設定を行っている各業務内容は「消費者の安全」という共通項はあるものの、内容的には多種多様であり相互に接続しておらず、「評価結果」欄の全体評価にはなじまないように思われるため、体系的な整理を考えてもよいのではないかと。 →御指摘の部分について、次期事前分析表作成の際に体系的な整理について検討することとしたい。</p> <p>○政策評価に当たっては、個々の活動指標(アウトプット)の短期的な増減に過度に囚われることなく、情報の受信者数の拡大、サイトのアクセス数の増加など、事故の防止に直結する指標(アウトカム)の改善を重視すべきである。 →御指摘を踏まえ、施策の実施に今後取り組んでまいりたい。</p> <p>○各種の情報発信については、情報発信の回数だけでなく、Twitterのフォロワー数やメールマガジンの登録数等、情報の伝達状況を把握できる実績を可能な限り併記すべきではないかと。 →御指摘の部分について、次期事前分析表作成の際に追記・併記事項について検討することとしたい。</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6、11、12) なし</p> <p>(測定指標1) ・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> <p>(測定指標2) ・子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/children_accident_prevention/</p> <p>(測定指標3) ○消費者安全法及び消費生活用製品安全法 ・事故情報の集約等 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/ ・公表資料2019年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/release/2019/ ・消費者安全法等に基づく重大事故等の一覧表(年間) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/serious_accident_list/</p> <p>(測定指標4) ・消費者への注意喚起2019年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/2019/ ・子どもを事故から守る！Twitter https://twitter.com/caa_kodomo ・消費者庁Twitter https://twitter.com/caa_shohishacho</p> <p>(測定指標5) ・消費者行政ブロック会議 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/block_meeting/</p> <p>(測定指標7) ・消費者安全情報総括官会議 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/other/general_council/</p> <p>(測定指標8) ・消費者庁リコール情報サイト https://www.recall.caa.go.jp/</p> <p>(測定指標9) ・消費者行政ブロック会議配布資料 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/block_meeting/pdf/cms_loca1204_20191001_09.pdf</p> <p>(測定指標10) ・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> <p>(測定指標13) ・食品安全に関する総合情報サイト https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/food_safety_portal/</p> <p>(測定指標14) ・食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションの開催状況 https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding_food_and_radiation/r_commu/#ris-top</p> <p>(測定指標15) ・製造物責任(PL)法に基づく訴訟情報の収集 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/other/product_liability_act/</p>
----------------------------------	--

担当部局名	消費者安全課	作成責任者名	消費者安全課長 鮎澤 良史	政策評価実施時期	令和2年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	--------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-⑥)

施策名	消費者取引対策の推進					
施策の概要	<p>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。</p> <p>あわせて、特定商取引に関する法律の一部を改正する法律(平成28年法律第60号)による改正後の特定商取引法(平成29年12月1日施行)の内容について、消費者及び事業者等への周知啓発を行う。</p>					
達成すべき目標	<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>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	306	262	240	232
		補正予算(b)	-1	-	-	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	305	-	-	
執行額(百万円)		213	196	170		
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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号1(1)⑧、3(1)①、3(1)②、3(2)⑩、3(3)①、3(3)②、3(4)⑨					

測定指標	1 国の特定商取引法及び預託法執行状況(行政処分件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成26年度	平成27年度	平成28年度	令和元年度	
(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	40件	34件	32件	<p>高齡化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等の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。</p> <p>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。</p>	○
		34件	58件	89件		
		4件	5件	21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)	15件	20件	44件		
		55件	50件	34件		
		37件	72件	87件		

測定指標	2 特定商取引法の周知・啓発及び施行状況のフォローアップの進捗状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					令和元年度	
		<p>改正特定商取引法の周知・啓発活動の一環として、講師派遣を2回行ったほか、改正特定商取引法に係るリーフレット及び訪問購入に係るチラシについて、それぞれ、約70,000部及び約72,000部を各地方公共団体や消費生活センター等に対し、令和元年度までに配布を行った。</p> <p>また、特定商取引法施行規則の改正等を踏まえ、ガイドラインの改正、ウェブサイト上のQ&Aの追加等を行った。</p> <p>さらに、特定商取引法及び預託法について、時代に即応した実効的な制度の在り方を検討するために「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」を令和元年度(令和2年2月)から開催して、検討を行っている。</p>			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とともに、改正特定商取引法(平成29年12月1日)の施行状況のフォローアップ等を実施する。	○
	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)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
			令和元年度			
特定電子メール法の同意義務及び表示義務に違反していたメール送信者に対し、引き続き行政指導を行った。			引き続き、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。	○		
(行政指導)						
平成26年度		平成27年度			平成28年度	
3,618件		3,388件			3,409件	
平成29年度		平成30年度			令和元年度	
3,458件		5,747件			6,045件	
(行政処分)						
平成26年度		平成27年度			平成28年度	
7件	7件	0件				
平成29年度	平成30年度	令和元年度				
2件	0件	0件				
	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)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
			令和元年度			
特定商取引法上の広告表示義務に違反していた通信販売事業者に対し、1,023件の行政指導を行うとともに、5件の行政処分を行った。			引き続き、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。	○		
(行政指導)						
平成26年度		平成27年度			平成28年度	
1,150件		1,083件			1,019件	
平成29年度		平成30年度			令和元年度	
1,310件		1,459件			1,023件	
(行政処分)						
平成26年度		平成27年度			平成28年度	
6件	0件	0件				
平成29年度	平成30年度	令和元年度				
2件	4件	5件				

		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					令和元年度	
測定指標	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)	模倣品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に違反していたサイトの販売事業者に対しては、行政指導を行った。			引き続き、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。	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
			160件			
平成29年度		平成30年度	令和元年度			
79件		93件	99件			
測定指標	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に違反していたサイトの販売事業者に対しては、行政指導を行った。			引き続き、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。	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
171件		5件	10件			
平成29年度		平成30年度	令和元年度			
1件		1件	4件			
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>(実績値が減少した測定指標)</p> <p>測定指標4について、令和元年度に行政指導が減少しているものの、行政処分件数は増加しており、個別の状況に応じた適切な法運用が行われている。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>「消費者取引の対策に必要な経費」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、令和元年度において、特定商取引法及び預託法に基づき、国として89件(前年度は58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44件であり、前々年度(15件)、前年度(20件)と比べても過去最多であった。さらに、平成29年に施行された改正特定商取引法については、説明会等への講師派遣を2回行ったほか、リーフレット及びチラシについて、それぞれ、約70,000部及び約72,000部を、令和元年度までに関係機関等に配布を行うなどの周知・啓発活動を行った。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> <p>(注)なお、令和2年度行政事業レビューにおいて事業単位の見直しを行っており、達成手段「消費者取引の対策に必要な経費」は、「インターネット通信販売等適正化事業」及び「消費者取引の対策」に細分化されている。</p>				
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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】</p> <p>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>				

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○法律に基づく行政処分等の件数は、法がいかに運用されているかを示す象徴的な指標であり、政策評価を行う上で重視する必要がある。令和元年度の実績を見ると大変積極的な法運用が行われていると考えられ、「目標達成」との評価に異論はない。特定商取引法に基づく行政処分件数は過去最多であり、特に、影響度の大きい重大事案が倍以上に増加していることや、都道府県と協力して取り組んでいることは大きな意味があると考えられる。</p> <p>→今後とも都道府県等とも連携しながら、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ってまいりたい。</p> <p>○事象の発生から処分に至るまでの期間の適格性がポイントになると考える。期間に関する一定の尺度の範囲に収まったものの割合をアウトカム指標とすることはできないか。</p> <p>→行政処分に至るまでに要する期間は事業者の規模や事案の内容・複雑性など、事案によって異なることから、アウトカム指標として設定することは困難である。</p> <p>○測定指標1「特定商取引法及び預託法執行状況」の実績欄において、被害総額も併せて示した方がよいのではないか。</p> <p>→御指摘を踏まえ、測定指標1「国の特定商取引法及び預託法執行状況」の実績欄に「国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分によって消費者被害の拡大を防いだ推計額」を追記した。</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】 特定商取引法違反に基づく処分件数の推移(令和2年4月1日現在) https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20200401ac01.pdf</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>取引対策課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>取引対策課長 笹路 健</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和2年8月</p>
--------------	--------------	---------------	------------------------	-----------------	---------------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-⑦)

施策名	消費者表示対策の推進					
施策の概要	<p>一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するために、</p> <p>①不当表示や過大な景品類の提供を禁止・制限する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。 また、事業者による同法の遵守を促すための施策等を実施する。</p> <p>②住宅性能の品質表示に関する共通ルールである、住宅の品質確保の促進等に関する法律(平成11年法律第81号。以下「住宅品質確保法」という。)に基づく住宅性能表示基準の普及啓発を図る。</p> <p>③家庭用品の品質表示の適正化を図ることを目的とする家庭用品品質表示法(昭和37年法律第104号)を運用し、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図る。</p> <p>④健康食品を含めた食品の表示及び広告の適正化を図る。また、関係機関の連携による食品表示の監視及び取締りを行う。</p> <p>⑤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。)の規定に違反するおそれのある表示を監視し、同法の規定に違反する行為を行っている事業者に対しては、厳正に対処する。</p>					
達成すべき目標	<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消費税転嫁対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>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	188	193	188	/
		補正予算(b)	-0	-0	-1	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	188	193	187	
執行額(百万円)		147	134	144		
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)	○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号2(1)①、2(1)②、2(1)③、2(2)①、2(2)②、2(3)②、2(3)③					

測定指標	1 景品表示法執行状況(行政処分件数及び行政指導件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
		令和元年度			令和元年度		
		<p>令和元年度は、景品表示法に基づき、措置命令を40件、課徴金納付命令を17件、行政指導を205件行った。情報提供件数の減少等の外的要因により、単年度でみた場合には各件数は減少しているものの、前年度及び前々年度に引き続き、高い件数水準の執行を行った。</p> <p>また、都道府県等における景品表示法の執行力強化を目的とする景品表示法ブロック会議を、令和元年度において、各ブロック2回(計14回)開催したほか、各都道府県等で執行に従事する職員を対象とした執行研修を2回開催した。</p>				<p>引き続き、都道府県等と連携の上で景品表示法を厳正に執行する。</p>	○
		措置命令の件数					
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		30件	13件	27件			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		50件	46件	40件			
		課徴金納付命令の件数					
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		/	/	1件			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		19件	20件	17件			
		行政指導の件数					
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		294件	178件	138件			
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		179件	216件	205件			

測定指標	(参考指標) 都道府県における景品表示法執行状況(都道府県における措置命令件数)	施策の進捗状況(実績)			同上	同上
		令和元年度は、都道府県において景品表示法に基づく措置命令を15件行った。				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		0件	3件	1件		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		8件	9件	15件		
	2 景品表示法説明会への講師派遣状況(講師派遣件数及び説明会における理解度)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		事業者団体、消費者団体等からの講師派遣の求めに応じて講師を派遣することで、景品表示法の普及啓発を行った。			令和元年度	
		講師派遣件数			引き続き、景品表示法の説明会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、事業者団体における法令遵守の取組を支援する。	
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		201件	151件	153件		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
163件		148件	131件			
理解度						
平成26年度		平成27年度	平成28年度			
—		—	91%			
平成29年度	平成30年度	令和元年度				
95%	94%	96%				
3 公正取引協議会等の活動への講師派遣状況(講師派遣件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
	公正取引協議会等からの求めに応じて講師を派遣することで、景品表示法の普及啓発を図るとともに、公正競争規約が円滑かつ適正に運用されるよう公正取引協議会等の活動への支援を行った。			令和元年度		
	講師派遣件数			引き続き、公正取引協議会等の活動への講師派遣などを通じ、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用が行われるよう支援する。		
	平成26年度	平成27年度	平成28年度			
	33件	30件	22件			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
22件	26件	20件				
4 家庭用品品質表示法ガイドブックの配布及び説明会への講師派遣状況(ガイドブック配布冊数及び講師派遣件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
	説明会への講師派遣を行うとともに、政府広報を活用した広報活動や独立行政法人国民生活センター、消費生活センター、消費者団体及び地方公共団体に対し、洗濯表示に関するポスター、リーフレット、すごろく、かるた及びDVDの配布を行うことにより、新しい洗濯表示を含め、家庭用品品質表示法に係る普及啓発を行った。さらに、内閣府令及び4つの告示の改正に伴い、平成29年度に改訂した家庭用品品質表示法のガイドブックを独立行政法人国民生活センター、消費生活センター、消費者団体及び地方公共団体等に対して配布するとともに、同内容が掲載されている消費者庁のウェブサイトを案内した。			令和元年度		
	ガイドブック配布冊数			平成28年度に変更された洗濯表示や、同年度に改正した内閣府令及び告示に合わせて改訂した家庭用品品質表示法ガイドブックを作成・配布するとともに、引き続き、説明会に講師を派遣し、家庭用品品質表示法の普及啓発を図る。		
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
	6,295冊	165冊	302冊			
	講師派遣件数					
	平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		20件	20件			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
	11件	6件	5件			

測定指標	5 住宅性能表示制度の相談対応状況(相談件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和元年度				達成
	5 住宅性能表示制度の相談対応状況(相談件数)	一般消費者等からの問合せ等に対して、住宅品質確保法の解説やウェブサイト上の資料の掲載先を案内するなど、住宅性能表示制度の普及・啓発を行った。また、国土交通省の所掌に係る内容を含む相談については、同省に情報共有を行った。			引き続き、住宅性能表示制度の普及啓発の促進に努めるとともに、事業者等からの問合せに適切に対応し、問合せ内容を国土交通省にフィードバックすることにより、同制度の更なる普及啓発を図る。	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
			3件	1件		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		2件	5件	3件		
	6 インターネットにおける健康食品の広告の改善要請(改善要請後の改善率及び改善要請件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視(インターネット上の文言を検索するシステムを用いてキーワードによる無作為検索により監視)を実施し、令和元年度において278事業者、337商品に対する改善要請を行い、要請を行った全ての商品について改善が行われた(参考:令和元年度におけるインターネットにおける健康食品の広告に対する景品表示法の措置命令件数は7件)。			引き続き、インターネットにおける健康食品等の表示・広告の監視等を適切に実施する。	○
		改善要請後の改善率				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		100%	100%	100%		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		100%	100%	100%		
改善要請件数						
平成26年度		平成27年度	平成28年度			
48件		162件	468件			
平成29年度	平成30年度	令和元年度				
759件	321件	337件				
7 関係法令(食品表示法等)に基づく措置の実施状況(措置件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
	令和元年度においても、食品表示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。			令和元年度	○	
	平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		30件	27件			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
23件	26件	10件				
8 食品表示連絡会議の開催状況	施策の進捗状況(実績)			引き続き、食品表示連絡会議の開催等による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う。	達成	
	令和元年9月に食品表示連絡会議を開催し、関係機関間の情報共有及び連携強化や都道府県と国の出先機関との連携促進及び情報共有の支援に努めた。					
	平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		1回	1回			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
1回	1回	1回				
9 消費税転嫁対策特別措置法に基づく執行状況(指導件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
	令和元年度においても、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。			令和元年度	○	
	平成26年度	平成27年度	平成28年度			
	170件	145件	120件			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
50件	84件	84件				

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」と判断した。
評価結果	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、執行件数は同一・類似内容の不当表示を行う事業者の多寡や情報提供件数の多寡等の外的要因に左右されるものであるところ、令和元年度単年でみた場合の執行件数は前年度に比べ減少しているが、直近3年間でみて引き続き高い執行水準にあるといえ、また、「達成すべき目標」である「法を適切に運用する」ために、景品表示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ていることから目標達成とした。</p> <p>測定指標2については、他業務の繁忙状況との兼ね合い等も踏まえつつ、できる限り講師派遣依頼に応じており、景品表示法の普及啓発に取り組み、理解度も引き続き高水準を維持していることから目標達成とした。</p> <p>測定指標3については、他業務の繁忙状況との兼ね合い等も踏まえつつ、できる限り講師派遣依頼に応じており、景品表示法の普及啓発に取り組んだことから目標達成とした。</p> <p>測定指標4については、平成30年度よりも多くガイドブックを配布したことに加え、他業務の繁忙状況との兼ね合い等も踏まえつつ、できる限り講師派遣依頼に応じており、家庭用品品質表示法の普及啓発に取り組んだことから目標達成とした。</p> <p>測定指標5については、住宅性能表示制度の相談件数が前年度に比べて減少しているものの、住宅品質確保法の住宅性能表示制度の表示基準については国土交通省と消費者庁の共管であるが、表示基準以外の評価基準等については国土交通省が主管であるため、問合せは国土交通省に寄せられる。消費者庁に寄せられた相談に対して、住宅品質確保法の解説やウェブサイト上の資料の掲載先を丁寧に案内するなど、適切な対応を行っているため目標達成とした。</p> <p>測定指標7については、執行件数は不当表示を行う事業者の多寡等の外的要因に左右されるものであるところ、令和元年度の執行件数は前年度に比べ減少しているが、「達成すべき目標」である「健康食品等の監視等を適切に実施等」するために、食品表示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てい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)</p> <p>達成手段(1)「消費者表示の対策に必要な経費」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。また、同経費によって、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。これらを踏まえると、本達成手段は、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(2)「消費税価格転嫁対策に必要な経費」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>(注)なお、令和2年度行政事業レビューにおいて事業単位の見直しを行っており、その対応関係は以下のとおり。</p> <p>達成手段(1)「消費者表示の対策に必要な経費」 →「違反事件調査」、「電子商取引表示調査」、「普及啓発等」</p> <p>達成手段(2)「消費税価格転嫁対策に必要な経費」 →「消費税価格転嫁対策」</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>携帯電話端末の販売については、令和元年10月から電気通信事業法の一部を改正する法律(令和元年法律第5号)が施行されたところ、令和元年10月以降の新制度に対応したプランにおける携帯電話端末の販売の広告表示について、安さを強調した販売価格の表示に比べ、その適用条件等の表示については、必ずしも一般消費者が十分に認識できるような方法とはなっていないのがみられていたことから、消費者保護の観点から、注意喚起を行った。</p> <p>新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、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ウイルス予防商品に対し、緊急的に景品表示法及び健康増進法の観点から改善要請等を行うとともに、SNSを通じて一般消費者への注意喚起を行った。また、中国における新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う中国産輸入原材料の供給不足を受け、農林水産省と連名で、中国産として原料原産地表示を行っている商品について、実際に使用されている原材料の原料原産地が一致しない場合であっても、一般消費者に対して、店舗等内の告知、社告、ウェブサイトの掲示等により当該商品の適正な原料原産地に係る適切な情報伝達がなされている場合に限り、食品表示基準を弾力的に運用する旨の通知を関係機関に行い、各都道府県等において食品表示に関する取締りを行う全執行機関のほか、関係機関及び関係事業者団体に周知した。</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】 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>

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○法執行件数は、当該法律の全体としての執行状況や執行姿勢を象徴的に示す有効な指標と考えられるので、これを中心的な測定指標として政策評価を行っていることは適切である。その方針を安易に見直すことは慎重に考えるべきである。 →御指摘を踏まえ、法執行件数をベースとした施策の進捗状況について記載した。</p> <p>○法執行件数は、消費者庁の活動の一つの指標となるが、より直接的に消費者保護に資するアウトカムとして、法執行の即時性・適時性を見るべきであり、件数の増減に左右されない指標として機能すると考える。 →件数の増減に左右されない指標について、次期事前分析表作成の際に検討させていただく。</p> <p>○測定指標1は、都道府県における執行状況と合わせて一体的にみる必要がある。 →都道府県における執行は、各都道府県知事自らの判断と権限によって行われるものであり、国(消費者庁及び公正取引委員会事務総局地方事務所・支所)が行う執行状況を示す測定指標1と分けて、その参考指標として記載しているが、測定指標1において国と都道府県との連携の取組状況について示す記載を追記した。</p> <p>○測定指標1は、外的要因により実績が増減する側面もあるため、「施策の進捗状況(実績)」の欄に、増減の背景をより具体的に記載すべきである。 →御指摘を踏まえ、施策の進捗状況欄に減少の背景を追記した。</p> <p>○インターネット上では、健康食品等に関する虚偽・誇大表示が横行しており、表示行政上大きな課題である。幅広い監視と機動的かつ厳正な改善対応が求められており、測定指標6の状況・推移は極めて重要である。法的措置が採られた件数も参考として記載できないか。 →御指摘を踏まえ、令和元年度におけるインターネットにおける健康食品の広告に対する法的措置件数を追記した。</p> <p>○「施策の分析」の欄に記載のある「食品表示基準の弾力的な運用」については、弾力的な運用の期限や適切な情報伝達がなされていることの確認等、弾力的な運用と合わせた適切な運用に向けた方針や取組等をより具体的に記載すべきではないか。 →御指摘を踏まえ、全執行機関、関係機関等に適切に情報伝達を行った旨を追記した。</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】 景品表示法関連報道発表資料 2019年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2019/ その他の景品表示法関連の公表資料 2019年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2019/ 景品表示法に基づく法的措置件数の推移及び措置事件の概要の公表 https://www.caa.go.jp/notice/assets/information_other_200430_1.pdf</p> <p>【測定指標2】 その他の景品表示法関連の公表資料 2019年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2019/</p>
----------------------------------	---

担当部局名	表示対策課	作成責任者名	表示対策課長 西川 康一	政策評価実施時期	令和2年8月
-------	-------	--------	-----------------	----------	--------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-⑧)

施策名	食品表示の企画・立案・推進					
施策の概要	食品表示の適正化を図るため、食品表示法(平成25年法律第70号)等に基づく食品の表示を的確に企画及び運用する。					
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。					
施策の予算額・執行額等	区分	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	219	283	267	250
		補正予算(b)	-0	-17	-0	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	219	267	266	
執行額(百万円)	218	268	249			
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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号2(3)①					

測定指標	施策の進捗状況(実績)	目標			達成
		令和元年度			
1 食品表示制度の普及啓発(講師派遣・パンフレット配布枚数)	食品表示制度について、全国説明会を開催するなど、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。				○
	講師派遣件数				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
	平成29年度	平成30年度	令和元年度		
	165回	170回	138回		
	パンフレット配布枚数				
	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
	平成29年度	平成30年度	令和元年度		
	9,266	1,473	130,767		
	260,807	248,887	17,693		
2 消費者意向調査における食品表示制度の認知度	食品表示に関する消費者意向調査を実施し、食品表示制度の認知度(%)を計測した。				○
	平成26年度	平成27年度	平成28年度		
	平成29年度	平成30年度	令和元年度	69.20%	
	61.90%	66.70%	67.40%		
	実績値				
(参考指標)食品表示制度に関する消費者の理解度	令和元年度の各表示制度の理解度とその目標値は下記のとおり。(表示制度:理解度/目標値) 食品添加物:22.4%/46.0% 栄養成分表示:40.4%/39.3% 特定保健用食品:33.6%/42.9% 機能性表示食品:17.4%/42.5%				
3 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス回数	食品表示制度について、事業者・消費者へ食品表示基準の完全施行に関する情報を発信するとともに、食品表示基準、通知、Q&A等の改定を周知した。				○
	平成29年度	平成30年度	令和元年度		
	1,093,010	4,620,724	7,110,019		
	達成				

測定指標		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					令和元年度	
4 食品表示制度の普及啓発(講師派遣・パンフレット配布枚数)【再掲】		食品表示制度について、全国説明会を開催するなど、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。				○
		講師派遣件数				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
			22回	74回		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		165回	170回	138回		
		パンフレット配布枚数				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		9,266	1,473	130,767		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		260,807	248,887	17,693		
		5 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		食品表示法の一部を改正する法律に係る政令等の整備、地域の自主性及び自立性を高めるための改革の推進を図るための関係法律の整備に関する法律、食品表示基準など必要な食品表示制度の改正に対応するとともに、関係する通知等の改定を実施した。		
食品表示基準等の改正数						
平成26年度	平成27年度			平成28年度		
	4本			1本		
平成29年度	平成30年度			令和元年度		
3本	6本			7本		
通知の発出及びQ&Aの改訂回数						
平成26年度	平成27年度			平成28年度		
	6回			3回		
平成29年度	平成30年度			令和元年度		
6回	5回			7回		
6 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス回数【再掲】				食品表示制度について、事業者・消費者へ食品表示基準等の改正内容や、新たに発出された通知・Q&Aに関する情報を発信し、周知した。		
		施策の進捗状況(実績)				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		1,093,010	4,620,724	7,110,019		

測定指標	7 食品表示制度の普及啓発(講師派遣・パンフレット配布枚数)【再掲】	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和元年度				
測定指標	7 食品表示制度の普及啓発(講師派遣・パンフレット配布枚数)【再掲】	機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示することができる制度を含む食品表示制度について、全国説明会を開催するなど、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。			機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示することができる制度を適切に運用するとともに、消費者、事業者等に対し、制度に関する普及啓発を行い、理解促進を図る。	○
		講師派遣件数				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
			22回	74回		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		162回	135回	106回		
		パンフレット配布枚数				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		9,266	1,473	130,767		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		260,807	248,887	17,693		
		8 消費者意向調査における保健機能食品の認知度	施策の進捗状況(実績)			
食品表示に関する消費者意向調査を実施し、保健機能食品の認知度(%)を計測した。						
平成26年度	平成27年度		平成28年度			
			18.00%			
平成29年度	平成30年度		令和元年度			
17.60%	19.40%	18.70%				
(参考指標)保健機能食品に関する消費者の理解度	実績値			機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示することができる制度を適切に運用するとともに、消費者、事業者等に対し、制度に関する普及啓発を行い、理解促進を図る。	達成	
	令和元年度の各表示制度の理解度とその目標値は下記のとおり。(表示制度:理解度/目標値) 栄養機能表示:11.0%/45.2% 特定保健用食品:33.6%/42.9% 機能性表示食品:17.4%/42.5%					
9 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス回数【再掲】	施策の進捗状況(実績)			機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示することができる制度を適切に運用するとともに、消費者、事業者等に対し、制度に関する普及啓発を行い、理解促進を図る。	○	
	食品表示制度について、事業者・消費者へ食品表示基準の完全施行や通知の発出、Q&Aの周知を行っている。					
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
	1,093,010	4,620,724	7,110,019			
10 機能性表示食品の公表件数(累積)	施策の進捗状況(実績)			機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示することができる制度を適切に運用するとともに、消費者、事業者等に対し、制度に関する普及啓発を行い、理解促進を図る。	○	
	機能性表示食品の公表件数は、令和元年度末で2,568件(撤回された件数を除く。)					
	平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		272件	815件			
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
1,269件	1,735件	2,568件				
11 買上調査による検証対象件数(機能性表示食品、特定保健用食品)	施策の進捗状況(実績)			機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示することができる制度を適切に運用するとともに、消費者、事業者等に対し、制度に関する普及啓発を行い、理解促進を図る。	○	
	平成30年度に引き続き、令和元年度も買上調査を実施し、関与成分量の表示値の妥当性に問題点がないことを確認した。					
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
	100件	100件	100件			
(参考指標)買上調査による検証対象件数(特別用途食品)	実績値			機能性表示食品制度を始めとする食品の機能性等を表示することができる制度を適切に運用するとともに、消費者、事業者等に対し、制度に関する普及啓発を行い、理解促進を図る。	○	
	令和元年度から買上調査を実施した。					
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		5件				

評価結果	(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、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&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。
	目標達成度合いの測定結果	
施策の分析	<p>(実績値が減少等した測定指標) 前年度に比べて測定指標1、4、7における講師派遣件数については前年度より減少しているが、引き続き年間100件以上の講師派遣に対応している。また、パンフレットの配布枚数についてはパンフレットの改定を平成30年度に行い、年度末に配布したことから令和元年度の配布数は減少しているものの、パンフレットを必要としている地方公共団体等には適切に配布しているものである。測定指標8については、微減しているものの、食品表示制度に関する認知度は緩やかに増加しており、食品表示基準等に関するサイトへのアクセス回数も増加していることから、着実に普及啓発がなされているものとして目標達成と判断した。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「食品表示の対策に必要な経費」において、検査・分析方法や消費者意識調査等に係る調査研究事業を実施することにより、食品表示に関する制度を適切に企画・立案・運用した。 達成手段(2)「新たな食品表示制度の適正化・充実に係る経費」において、平成27年度から施行された食品表示法の規定に基づく新たな食品表示制度について、適正化・充実に必要な検討や調査等を実施することにより、新たな制度の円滑な施行と定着を図った。 達成手段(3)「食品表示に関する消費者向け情報提供の仕組みの運用」において、平成28年度から運用が開始された新たなデータベースにおける製造所固有記号及び機能性表示食品制度の届出情報について、消費者からアクセス可能なデータベースを運用するとともに必要な改修を実施した。 これらに鑑みれば、本達成手段は有効かつ効果的に寄与したものと考えられる。</p> <p>※なお、令和2年度行政事業レビューにおいて事業単位の細分化を行っており、その内訳は以下のとおり。 達成手段(1)「食品表示の対策に必要な経費」 →「食品表示制度の企画・立案のための事務経費」、「食品表示制度の検討・担保に必要な経費」 達成手段(2)「新たな食品表示制度の適正化・充実に係る経費」 →「食品表示制度(保健機能食品制度等を除く。)の適正化・充実」、「食品表示制度の普及・啓発」、「保健機能食品制度等の適正化・充実」、「買上調査による検証事業」、「特定保健用食品データベースの運用」 達成手段(3)「食品表示に関する消費者向け情報提供の仕組みの運用」 →「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」</p>	
次期目標等への反映の方向性	<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がる世代・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>	

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○測定指標5について、改正数・改訂回数を成果目標としているが、本数・件数ではなく、改訂しなければならぬことを把握後、適時に改定できたかどうかを測定指標にすべきではないか。 →改訂が必要なことを把握した後、いずれも適時に改訂していることから、指標名を「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」に変更する。</p> <p>○保健機能食品制度の認知度は低迷しており、特に機能性表示の理解は進んでいるとはいえずらい。機能性表示食品が市中で広く販売されるようになってきている一方、その機能性に関して消費者庁が「お墨付き」を与えているかのような表示や一般的理解が多くみられる現状に鑑みて、同制度に対する正確な理解と不適正な広告・表示への監視強化が必要であると考えます。 →施策の分析の記載について「毎年増加しており」を「緩やかに増加しており」に修正する。消費者の制度に対する正確な理解のために、引き続き分かりやすい資料を作成するとともにセミナー等の開催を検討するなど、関係団体等とも連携しつつ、消費者への普及啓発を図る予定である。なお、不適正な広告・表示への監視については表示対策課において実施されている。</p> <p>○いずれの目標においても普及啓発の実施が含まれるため、重複した測定指標の設定をせざるを得ない形になっている。目標の内容を、1)普及啓発の実施、2)食品表示制度の実態を踏まえた検討及び制度への反映、3)食品の機能性等の表示制度の適切な運用等、内容を整理することで、測定指標も整理できると考えられる。 →令和3年度に目標を立てる際は重複がないようにする。</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2、8、参考指標】 令和元年度食品表示に関する消費者意向調査(令和2年6月24日公表) https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2019/pdf/food_labeling_cms101_200624_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 五十嵐 麻衣子</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和2年8月</p>
--------------	----------------	---------------	-----------------------------	-----------------	---------------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-⑨)

施策名	物価対策の推進					
施策の概要	各種公共料金の改定等の内容について、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べく所要の調整を行う。また、物価モニター調査及び公共料金に関する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、物価担当官会議を開催し、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・監視や需給・価格動向について、国民への情報提供を行う。					
達成すべき目標	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。					
施策の予算額・執行額等	区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	63	67	91	63
		補正予算(b)	-0	-0	-	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	63	67	91	
執行額(百万円)		45	50	65		
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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号3(2)①、4(4)②					

測定指標	1 物価モニター調査実施回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和元年度			物価モニター調査及び公共料金に関する調査を行い、ウェブサイトを通じた消費者への情報提供を行う。	
		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、結果を毎月消費者庁ウェブサイトにて公表した。なお、令和元年8~11月調査については消費税率引上げ前後の動向をより幅広く、よりきめ細かく調査するため、物価モニターを4,000人、価格調査対象品目を40品目に拡充して実施した。				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		6回(平成26年4・6・10・12月、27年2月)	12回(各月1回)	12回(各月1回)		
	平成29年度	平成30年度	令和元年度			
	12回(各月1回)	12回(各月1回)	12回(各月1回)			
	2 物価モニター掲載ページへのアクセス数	施策の進捗状況(実績)			達成	
		物価モニター調査について、結果を毎月消費者庁ウェブサイトにて公表した。物価モニター調査の結果を通じ、消費者等は(物価の高騰や下落など)物価動向を把握することが可能となっている。公表は速報値、確報値及び時系列表を掲載している。				
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
127,882回		181,920回	178,838回			
平成29年度		平成30年度	令和元年度			
194,478回	263,913回	305,369回				

測定指標	3 電力及びガスの小売全面自由化に関する消費者への影響調査の実施状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和元年度	
		令和2年3月物価モニター調査の追加項目において電力の小売全面自由化に関する消費者への影響について調査した。また、電力及びガスの小売全面自由化についての周知や消費者トラブルの未然防止のため、注意喚起を消費者庁ウェブサイトに掲載している。			2回	○
					令和元年度	
			4回	3回	1回	
測定指標	4 公共料金の決定過程の透明性等を確保する措置の実施状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和元年度	
		公共料金等の改定については、①消費税率の引上げに伴う公共交通(鉄道、バス、タクシー)運賃の改定、②JR北海道の運賃改定について、令和元年8月に物価問題に関する関係閣僚会議を持回り開催し、了承を得た。その過程において、消費者委員会から意見を聴取することで、消費者参画の機会の確保を図った。				○
					令和元年度	
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)	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。				
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3について、前年度の3回から1回に実績値が減少している理由として、①消費者に与える影響の大きさの観点から、令和元年度は消費税引上げに伴う便乗値上げの監視に注力した調査を実施したこと、②ガスの小売自由化に関する調査を令和2年度に実施することになったことが挙げられる。一方で、特に重要な電力の小売自由化に関する意識調査については必要なデータが得られたため、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)「物価対策の推進に必要な経費」により、物価モニター調査を実施し、物価動向等を把握するとともに、電力小売全面自由化に関する影響調査を1回実施。特に消費税率引上げ後の価格調査結果については、国民生活に影響を与える生活関連物資の便乗値上げの監視等に活用することができた。上記価格調査結果のほか、キャッシュレス決済の利用や食べきれなかった食品の持ち帰りに関する意識調査結果については、主要全国紙やテレビ番組でも報道され、調査結果について幅広い国民の関心を集めたと考えられる。加えて、調査データは行政機関及び独立行政法人等の申出を受けて提供しており、各機関における物価動向の把握などにも利用されている。また、公共料金等の改定については消費税率の引上げに伴う公共交通(鉄道、バス、タクシー)運賃の改定及びJR北海道の運賃改定について、令和元年8月に物価問題に関する関係閣僚会議を持回り開催し、了承を得て、その過程において、消費者委員会から意見を聴取することで、消費者参画の機会の確保を図った。</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>なお、新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、マスク等生活関連物資の需要の急増に対応するため、関係府省と連携し、物資の供給状況に基づく啓発資料を作成し、国民に冷静な対応等の呼び掛けを実施した。特にマスクについては、国民生活安定緊急措置法(昭和48年法律第121号)に基づき転売を禁止することとし、本規制内容について国民に適切な情報提供を行った。</p>				
		次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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。</p> <p>【測定指標】</p> <p>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。</p>			

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○50年近く前の石油ショック時に制定された国民生活安定緊急措置法による政策手段が、今回のコロナ禍による想定外の事態に対応するために活用されたことは、消費生活の安全・安心を確保する観点から、機動的・弾力的対応として評価できる。</p> <p>○物価モニターによる調査が物価のフォローに有用なことは理解するが、この方法がベストであるか、絶えず見直しを図っていくべきである。 →御指摘を踏まえて、今後とも検討していきたい。</p> <p>○「施策の分析」において、「(物価モニター)の調査データは行政機関及び独立行政法人等からの申し出を受けて提供しており、各機関における物価動向の把握などにも利用されている。」とあるが、具体的にどのくらいの地方公共団体等で活用されているのか、提供数の実績も併せて記載した方が良いのではないかと。 →御指摘を踏まえて、今後とも検討していきたい。</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、2、3】 消費者庁「物価モニター調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/price_measures/index.html#price_monitor</p> <p>【測定指標4】 内閣府消費者委員会「公共料金等専門調査会」 https://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/kokyoryokin/index.html</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>参事官(調査・物価等担当)</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>参事官(調査・物価等担当) 吉田 充志</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和2年8月</p>
--------------	----------------------	---------------	--------------------------------	-----------------	---------------

令和元年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁1-⑩)

施策名	消費者政策の推進に関する調査・分析					
施策の概要	<p>消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な消費者政策を推進する上で有用な各種調査・分析を行う。</p> <p>調査結果の公表に加え、政府が前年度に講じた消費者政策の実施状況を取りまとめた、消費者基本法(昭和43年法律第78号)第10条の2の規定に基づく年次報告書(以下「消費者白書」という。)の作成・公表を行う。</p> <p>消費者安全法(平成21年法律第50号)の規定に基づき、各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び独立行政法人国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について集約及び分析を行い、取りまとめた結果を、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に提供するとともに、国民へ公表、消費者委員会、国会に報告する。</p> <p>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等を通じて、事業者における取組の推進を図る。</p>					
達成すべき目標	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。					
施策の予算額・執行額等	区分		平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	94	99	91	66
		補正予算(b)	-0	-1	-	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	94	98	91	
執行額(百万円)		62	77	87		
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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、令和元年7月26日改定)施策番号4(1)①、4(1)②、4(1)③、4(3)②					

測定指標	1 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の消費者白書提供数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					令和元年度	○
		令和元年6月18日に消費者基本法に基づく国会への報告を行い、消費者庁ウェブサイトでの公表及び冊子により国民や関係団体への情報提供を行った(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊)。			消費者基本法の規定に基づき、消費者白書を作成し、国会に報告する。また、関係行政機関、関係団体及び独立行政法人国民生活センターへ報告書を提供する等、広く国民に情報提供する(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊)。	
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		約4,700部	約4,500部	約4,500部		
平成29年度	平成30年度	令和元年度				
約4,700部	約4,800部	約4,800部				
測定指標	2 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等への消費者安全法に基づく国会報告の報告書提供数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					令和元年度	○
		令和元年6月18日に消費者基本法に基づく国会への報告を行い、消費者庁ウェブサイトでの公表及び冊子により国民や関係団体への情報提供を行った(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊)。			消費者安全法の規定に基づき、各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び独立行政法人国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について集約及び分析を行い、取りまとめた結果を国会に報告する。また、関係行政機関、関係団体及び独立行政法人国民生活センターへ当該国会報告を提供し、消費者委員会に報告する等、広く国民に情報提供する(消費者基本法の規定に基づく国会報告と合冊)。	
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
		約4,700部	約4,500部	約4,500部		
平成29年度	平成30年度	令和元年度				
約4,700部	約4,800部	約4,800部				

測定指標	3 消費者意識基本調査掲載ページアクセス数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					令和元年度		
		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。また、その結果及び消費者事故等情報やPIO-NET情報等を活用して「消費者被害・トラブル額の推計」を実施した。			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。		
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
			62,654件	79,261件			
平成29年度	平成30年度	令和元年度					
74,423件	78,590件	108,479件					
測定指標	4 消費者白書掲載ページアクセス数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					令和元年度		
		令和元年版消費者白書は「消費者庁及び消費者委員会設立10年」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。			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。		
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
		1,335,247件	1,807,485件	2,730,332件			
平成29年度	平成30年度	令和元年度					
2,953,463件	4,879,673件	3,505,588件					
測定指標	5 消費行動、消費者問題等に関する有識者へのヒアリング実施回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					令和元年度		
		消費行動、消費者問題等に関する有識者を招き、庁内職員を対象とする勉強会を開催した。また、消費生活の現状や消費者問題に対する調査・分析のため、有識者からヒアリングを実施した。			日々の消費者事故等情報の分析から早急に対応が必要だと判断した個別テーマについての調査等、各種調査を適宜実施する。		
		平成26年度	平成27年度	平成28年度			
				7回			
平成29年度	平成30年度	令和元年度					
21回	21回	11回					
測定指標	6 研究成果物等掲載ページへのアクセス数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					令和元年度		
		消費者行政新未来創造オフィスにおいて行動経済学等を活用とした研究の一環として、健康と生活に関する社会実験プロジェクト「とくしま生協購買データを用いたナッジの効果分析」を公表した。本報告書は情報介入によって消費者の購買活動にどのような影響を与えるのかなどを、情報介入の有無を場合分けしたそれぞれの購買データを通じて検証したものである。また障がい者の消費行動やトラブル内容等を分かりやすくまとめた「障がい者の消費行動と消費者トラブル事例集」を公表した。			消費生活の現状や消費者問題に対する「調査・分析」機能の強化、及びそれを踏まえた「課題発見・対策提示」機能の強化を図るため、「消費者行政新未来創造オフィス」において、徳島県や学識経験者等の協力を得ながら、理論的・先進的な調査・研究を行う。		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度			
		77,715件	233,272件	200,176件			

測定指標	7 消費者志向自主宣言事業者数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		令和元年度	令和元年度			
		消費者志向経営の推進を図るため、事業者による消費者志向自主宣言・フォローアップ活動への参加を推進した。また、消費者志向経営トップセミナーの開催や令和元年度消費者志向経営優良事例表彰を実施し、優良な取組事例の広範な提供を行った。「消費者行政新未来創造オフィス」においても、四国各県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。			事業者における消費者志向経営の推進を図るため、事業者の消費者志向経営に対する意識を更に喚起することを目的としたシンポジウム、事業者の経営者層向けセミナーや管理職・担当者の資質向上に向けた研修等を開催し、事業者における消費者志向経営の優良な取組事例の広範な提供を行う。また、併せて消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進し、事業者の取組の促進を図る。「消費者行政新未来創造オフィス」においても、地域の事業者・消費者・行政機関等と連携し、地方の企業への普及・啓発を行う。	○
		平成26年度	平成27年度	平成28年度		
				43事業者		
		平成29年度	平成30年度	令和元年度		
		78事業者	101事業者	153事業者		
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)	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。				
評価結果	施策の分析	(実績値が減少している測定指標) 測定指標4及び6について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。 測定指標5について件数が減少しているが、消費者行動や消費者問題に関して、ヒアリングを踏まえた十分な分析を行うことができ、今後の消費者政策への展望や新たな課題について消費者白書等の各種施策へ適切に反映できたため、目標達成とした。				
		(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者政策の推進に関する調査・分析に関する経費」により、消費者基本法の規定に基づき消費者白書を作成し、令和元月6月に取りまとめ結果を国会に報告した(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊)。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報告書を提出する等、広く国民に情報提供を行った。 達成手段(2)「事業者連携推進に必要な経費」により、消費者志向経営の推進を図るため、経営層を対象とした消費者志向経営トップセミナーの開催など、事業者における消費者志向経営に関する取組事例の情報提供を実施した。また、消費者行政新未来創造オフィスにおいても、地域の事業者・消費者・行政機関等と連携し、地方の企業への普及・啓発を行った。 達成手段(3)「有識者を交えた消費行動に関する研究」により、消費行動、消費者問題等に関する有識者を招き、庁内職員を対象とする勉強会を開催した。また、調査・分析のため、有識者からヒアリングを実施した。 達成手段(4)「多様な消費者の特性等を踏まえた政策立案のための調査研究」により、消費者行政新未来創造オフィスにおいて、①「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」、②「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」、③「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」、④「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査」を実施し、①及び②については報告書等を消費者庁ウェブサイトにおいて公表した。 いずれの達成手段においても、消費者政策を推進する上で有用な各種調査・分析結果等の国民への情報提供を最小限度の費用で実施することができたため、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。				
	次期目標等への反映の方向性	【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。				

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>○測定指標4については、「目標」→「指標」→「進捗状況」の流れで見ると、3つの欄の対応が不明確である。目標として「消費者被害額を毎年度推計する」というのでは、目標の範囲が狭いと思われるので見直すべきである。 →御指摘を踏まえ、記載を修正した。</p> <p>○測定指標6について、行動経済学の研究等により得られた課題や進捗など、「施策の進捗状況(実績)」の欄に、より詳しく盛り込むべきである。 →御指摘を踏まえ、記載を修正した。</p> <p>○測定指標7の消費者志向自主宣言について、全事業者に向けて宣言を促すことは問題ないが、施策としては一定の重点分野を定めて取り組まないと、中期的な効果の有無を判断することができなくなってしまふと思われる。達成度を明確にするためにも、事業者数(水準)だけでなく、自主宣言を促進するターゲット層に占める事業者数(割合)も目標や実績として示すべきではないか。 →御指摘については、今後の検討課題としたい。</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、2、4】 消費者庁「消費者白書」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/</p> <p>【測定指標3】 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> <p>【測定指標5、6】 消費者庁「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会」 https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/</p> <p>消費者庁「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」 https://www.caa.go.jp/future/project/project_007/</p> <p>消費者庁「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」 https://www.caa.go.jp/future/project/project_009/</p> <p>消費者庁「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会」 https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/</p> <p>消費者庁「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析」 https://www.caa.go.jp/future/project/project_012/</p> <p>【測定指標7】 消費者庁「消費者志向経営の推進～サステナブル経営～」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>参事官(調査・物価等担当)</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>参事官(調査・物価等担当) 吉田 充志</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和2年8月</p>
--------------	----------------------	---------------	--------------------------------	-----------------	---------------