

消費者庁において令和元年度に実施した政策評価の結果の政策への反映状況について

<規制の事前評価>

	(担当部局名)	(ページ)
政策名： 事業者がとるべき措置	消費者制度課	1

<実績評価方式による事後評価>

政策名：	(担当部局名)	(ページ)
消費者政策の推進		
施策名： (1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整	消費者政策課	2
(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
(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・地方協力課*	4
(4) 地方消費者行政の推進	消費者教育・地方協力課*	5
(5) 物価対策の推進	消費者調査課*	6
(6) 消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者調査課*	7
(7) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	8
(8) 消費者取引対策の推進	取引対策課	9
(9) 消費者表示対策の推進	表示対策課	10
(10) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	11

<規制の事後評価>

	(担当部局名)	(ページ)
政策名： 特定適格消費者団体の認定制度及び所要の規制	消費者制度課	12

※ 令和元年7月1日から、消費者調査課が廃止、消費者教育・地方協力課が地方協力課へ課名変更、消費者教育推進課及び参事官（調査・物価等担当）が新設されたため、上記施策のうち、「(3) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進」については消費者教育推進課が、「(4) 地方消費者行政の推進」については地方協力課が、「(5) 物価対策の推進」及び「(6) 消費者政策の推進に関する調査・分析」については参事官（調査・物価等担当）が評価を実施した。

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事前評価 担当課：消費者制度課

施策名	事業者がとるべき措置
規制の目的・内容・必要性	<p>平成12年から平成14年頃に相次いだ食品偽装やリコール隠し等の企業不祥事の多くが通報を契機に発覚したことから、一定の要件を満たす通報（以下「公益通報」という。）をした労働者の保護を図るための民事規定等を定める公益通報者保護法（以下「法」という。）が、平成16年に制定され、平成18年4月に施行された。これにより、公益通報が促され、事業者が法令遵守を図るために活用することで、国民の安全・安心の確保が図られることとなった。</p> <p>しかしながら、法施行後においても、公益通報の制度を十分に活用することができず社会問題化した企業不祥事が引き続き生じている状況である。こうした問題を放置すれば、労働者は公益通報をちゅうちょしかねず、事業者にとっても、そのイメージの悪化等を通じて経営上大きな損失につながり得る。</p> <p>このため、 ア 事業者（※）に対しては、公益通報に対応する業務に従事する者（以下「公益通報対応業務従事者」という。）を定め、公益通報に適切に対応するために必要な体制（以下「公益通報対応体制」という。）の整備その他の必要な措置（※大企業（常時使用する労働者300人超をいう。以下同じ。）は義務、中小企業（常時使用する労働者300人以下をいう。以下同じ。）は努力義務） イ さらに、その公益通報対応業務従事者に対しては、公益通報者を特定させる事項の漏えい禁止を義務付けるものである。</p> <p>こうした規制の新設を行わない場合は、上記のような状況が改善しない。</p>
直接的な費用の把握	<p>「遵守費用」 ①アの義務の対象についての遵守費用としては、当該義務の対象となる大企業（約17,000社（平成26年経済センサス））において、公益通報対応業務従事者が、公益通報を受け付け、調査や是正措置等を行うための人件費、旅費その他の諸経費が挙げられる。したがって、当該約17,000社のうちこの法律の施行までに公益通報対応体制を整備していない事業者については「遵守費用」が新たに発生し得るものの、各事業者の整備状況（※1）、事業者の規模等により「遵守費用」に係る人数やその人件費は様々であるため、「遵守費用」の金銭価値化は困難である。</p> <p>※1 「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報告書」において、大企業1,248社のうち1,065社が「内部通報体制を整備している」と回答。他方、このように 回答した事業者のうち「内部通報制度の仕組みの社内への周知」、「是正措置・再発防止策の実施」の内部規程を整備していると回答した事業者は、それぞれ、約45%、約68%にとどまる。</p> <p>また、①イの義務についての遵守費用は発生しない。</p> <p>「行政費用」 行政費用としては、国において、①アの義務を履行しない事業者に対する助言、指導、勧告等を行うための費用のほか、追加で民間事業者向け研修会の開催等周知のための費用（※2）が発生する。</p> <p>※2 令和2年度予算案では「民間事業者向け研修会の運営」（旅費含む）として250万円程度、「公益通報者保護制度に関する広報事業」として500万円程度を計上。</p>
直接的な効果（便益）の把握	<p>公益通報対応体制を整備していなかった事業者（③※1参照）が、①ア及びイの義務を通して、実効性のある公益通報対応体制を整備し、公益通報者を特定させる事項の保持徹底等、適切に運用をすることで、公益通報が促進されるとともに法令遵守の徹底が図られ、国民の安全・安心の確保につながる。また、事業者における法令遵守等違反に伴う経営損失リスクを防ぐことにも資する。</p>
副次的な影響及び波及的な影響の把握	<p>副次的な影響及び波及的な影響は想定されない。</p>
費用と効果（便益）の把握	<p>規制の新設を行うことで事業者に一定の費用負担が生じるものの、事業者が、実効性のある公益通報対応体制を整備し、公益通報者を特定させる事項の保持徹底等、適切に運用をすることで、公益通報が促進されるとともに法令遵守の徹底が図られ、国民の安全・安心の確保につながるため、規制の新設が必要である。</p>
代替案との比較	<p>大企業に対して努力義務を課すことも考えられるが、上記の規制の目的を達成するためには、義務とする採用案の方が適切である。</p> <p>他方、中小企業も含めた全事業者に対する義務付けは、事業者の事務負担等の観点から、妥当ではない。</p>
評価結果の政策への反映内容	<p><制度改正> 事業者に対する通報体制整備の義務付け、公益通報対応業務従事者等に対する守秘義務及び同義務違反に対する罰則の新設、行政機関への通報に係る保護要件の緩和、保護対象となる通報者や通報対象事実の範囲の拡大等を内容とする「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」を国会に提出した（令和2年3月提出、6月成立）。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（１） 担当部局名：消費者政策課

<p>施策名</p>	<p>消費者政策の企画・立案・推進及び調整</p>
<p>施策の概要</p>	<p>消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資するため、消費者政策の計画的な推進を図るための5か年計画である「消費者基本計画」の検証・評価及び見直しを行うなど、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政策の企画・立案・推進等を行う。消費者政策の推進等について密接な連絡、情報交換、協議等を行うため、関係省庁による連絡会議を機動的に開催するなど、消費者の利益の擁護及び増進の観点から、関係行政機関の調整を行う。</p>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>評価保留とした指標を除き、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>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット消費者取引に関する実態調査を実施するため、令和2年度概算要求（11百万円）を行った。（令和元年度予算額：11百万円、令和2年度予算案額：6百万円） ・消費者被害、トラブル情報の新たな把握手法の調査を実施するため、令和2年度概算要求（24百万円）を行った。（令和元年度予算額：23百万円、令和2年度予算案額：10百万円） ・消費者財産被害事案への対応を継続的に推進するため、令和2年度概算要求（27百万円）を行った。（令和元年度予算額：27百万円、令和2年度予算案額：27百万円） ・消費者行政の総合的調整対応を継続的に推進するため、令和2年度概算要求（31百万円）を行った。（令和元年度予算額：12百万円、令和2年度予算案額：16百万円） ・消費者行政の国際化を継続的に推進するため、令和2年度概算要求（232百万円）を行った。（令和元年度予算額：124百万円、令和2年度予算案額：115百万円） ・若者が相談しやすい環境の確保の観点からSNSを活用した消費生活相談の実現可能性を検討するため、令和2年度概算要求（93百万円）を行った。（令和元年度予算額：12百万円、令和2年度予算案額：27百万円） <p><機構・定員要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・若者が活用しやすい消費生活相談対応に係る検討体制を強化するため、令和2年度定員要求において増員（補佐クラス1名）を要求。 ・国際・研究業務実施体制を充実強化するため、令和2年度定員要求において増員（補佐クラス2名、係長クラス2名）を要求。 <p><事前分析表の変更></p> <ul style="list-style-type: none"> ・達成すべき目標の記載について、政策目標を具体的かつ端的に表すよう修正。 ・消費者庁政策評価有識者懇談会の指摘を踏まえ、主要な課題に対して政策効果を測ることができるよう、全体として測定指標を重点的にするとともに、アウトカム指標に変更。 <p><その他の具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・「インターネット消費者取引連絡会」を開催。（平成31年4月～令和2年2月の期間に3回開催） ・消費者政策担当課長会議を開催。（令和元年11月） ・消費者安全法に基づき、社名公表を伴う注意喚起を実施。（平成31年4月～令和2年2月の期間で注意喚起を9件実施） ・令和元年9月以降の令和元年台風第15号及び第19号等の大規模災害発生後に注意喚起・情報提供（財産分野関係）を実施。（令和元年9月公表以降、随時実施） ・「消費者行政かわら版」を用いて随時注意喚起を実施。（平成31年4月以降、随時公表） ・経済産業省と共同で、クレジットカード番号の漏えい・不正利用に関する注意喚起を実施。（令和2年2月） ・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。（令和元年9月） ・若者が相談しやすい環境の確保のため、消費者行政新未来創造オフィスにおいて、有識者による研究会を開催するとともに、実証実験を実施。

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（2） 担当部局名：消費者制度課

<p>施策名</p>	<p>消費生活に関する制度の企画・立案・推進</p>
<p>施策の概要</p>	<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、公益通報者保護制度の実効性を向上させるための方策について検討する。</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>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>測定指標5については目標が達成されなかったが、それ以外の測定指標は目標が達成されたため、現行の取組を継続した場合、相当な期間を要さずに目標達成が可能であると考えられる。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・消費生活に関する制度の企画・立案・推進のため、令和2年度概算要求（97百万円）を行った。（令和元年度予算額：78百万円、令和2年度予算案額：68百万円） ・公益通報者保護の推進のため、令和2年度概算要求（80百万円）を行った。（令和元年度予算額：63百万円、令和2年度予算案額：62百万円）</p> <p><機構・定員要求> ・公益通報者保護の推進のため、令和2年度定員要求において1名（係長クラス1名）の時限延長を要求。 ・公益通報者保護の推進のため、令和2年度定員要求において2名（係長クラス1名、係員クラス1名）の増員を要求。</p> <p><制度改正> ・消費者契約法について、衆参両院の委員会における附帯決議の趣旨を踏まえ、平成31年2月から「消費者契約法改正に向けた専門技術的側面の研究会」において、法制的・法技術的な観点から民法、商法、民事手続法及び経済学の研究者による検討が行われ、令和元年9月に研究会報告書が取りまとめられた。同報告書については、同年10月上旬まで意見募集を実施し、同年12月に結果を公表した。また、上記の報告書を踏まえつつ、令和元年12月から「消費者契約に関する検討会」において、実効性の確保や実務への影響の観点から、消費者・事業者の関係者を含めて検討が行われているところである。 ・公益通報者保護法について、消費者委員会から出された答申の内容、意見募集の結果（令和元年5月結果公表）等を踏まえ、所要の改正を行う法案の検討を行った。このような検討を経て、令和2年3月には、事業者に対する通報体制整備の義務付け、公益通報対応業務従事者等に対する守秘義務及び同義務違反に対する罰則の新設、行政機関への通報に係る保護要件の緩和、保護対象となる通報者や通報対象事実の範囲の拡大等を内容とする「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」を国会に提出した（令和2年3月提出）。</p> <p><運用改善> ・消費者団体訴訟制度等の周知広報のために、地下鉄の車内ビジョンを活用して同制度のPR動画を配信した。</p> <p><事前分析表の変更> ・全体として、「達成目標」を「施策の概要」に沿うように変更した。 ・測定指標「消費者契約法の認知度」の「達成目標」について、目標数値を新たに設定した（目標年度：令和2年度、目標数値：40%）。 ・測定指標「適格消費者団体による差止請求訴訟件数」等を「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」に変更した（目標年度：令和元年度、目標数値：50件）。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（3） 担当部局名：消費者教育推進課

<p>施策名</p>	<p>消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進</p>
<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。 「エシカル消費」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對して、功績をたたえ顕彰する。 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。 高齢者及び障害者の消費者トラブルの防止等を図るため、高齢者、障害者及び周りの方々に対し消費者トラブルに関する情報提供等を行う仕組みを構築する。</p>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>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具体的な検討を進めていること、また、「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も、前年度に比べて約18倍、教材の活用校が増えたことに加え、その他の測定指標についても、平成30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、「目標達成」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進経費として、令和2年度概算要求（203百万円）を行った。（令和元年度予算額：56百万円、令和2年度予算案額：119百万円）</p> <p><機構・定員要求> ・調査・実証・分析等に基づく消費者教育の推進のために、令和2年度機構・定員要求において、増員（係長クラス1名）及び時限延長（補佐クラス1名）を要求。 ・食品ロスの削減の推進に関する法律の施行に伴う関連施策の強化に向けた体制整備のため、令和2年度機構・定員要求において、食品ロス削減推進室の新設及び増員（補佐クラス2名、係長クラス2名）を要求。</p> <p><事前分析表の変更> ○評価結果を踏まえ、以下のとおり測定指標を修正した。 ・「消費者教育推進会議及び分科会の開催（開催回数）」を関連指標に変更。 ・「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」を追加。 ・「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の配布・活用状況について、目標の記載を修正。また、関連指標として「消費者教育推進会議の分科会開催回数」を追加。 ・「消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況（家庭で活用できる消費者教育教材等の掲載件数）」、「消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況（事業者・事業者団体による取組事例に係る掲載件数）」、「消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況（「生活の管理と契約」の領域に係る教材の掲載数及び教材を使った取組事例数）」について、関連指標に変更。また、対応する目標の記載を修正。 ○庁内の組織改編により、以下のとおり施策の概要、達成すべき目標及び測定指標を修正した。 ・施策の概要・達成すべき目標について「食品ロス削減の推進」を追加。 ・「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」を追加。 ・「食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合」を追加。 ・測定指標「消費者団体との意見交換回数」について、対応する目標の記載を修正。</p> <p><その他の具体的取組> ・第三期消費者教育推進会議を1回開催し、「若年者の消費者教育分科会」、「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、第三期消費者教育推進会議の取りまとめについての議論を行った。そして、第四期消費者教育推進会議を2回開催し、同会議の下で「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2回開催している。（令和2年2月時点） ・令和2年度までに全ての都道府県の高校等で若年者向け消費者教育教材「社会への扉」等を活用した授業が実施されるよう、全都道府県を訪問し働き掛けを行った。 ・「倫理的消費」調査研究会の取りまとめを踏まえ、石川県、兵庫県、静岡県において、「エシカル消費」の意義や必要性などを発信するシンポジウム「エシカル・ラボ」を開催した。（令和2年2月時点）</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（４） 担当部局名：地方協力課

<p>施策名</p>	<p>地方消費者行政の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<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。 消費生活センターの法制上の位置付けや適正な配置、相談員の配置や処遇の望ましい姿、地方との役割分担等を踏まえた国による人材面、ノウハウ面、情報面、財政面などの支援、連携、協働の在り方について、地方消費者行政・消費生活相談体制の実態調査等を踏まえ、全般的に検討を行う。 全国共通の電話番号から身近な相談窓口を案内する「消費者ホットライン」について、その運用や活用状況を踏まえつつ、消費者の利便に資する形で引き続き運用し、消費生活センターや相談窓口の周知徹底に努める。</p>
<p>施策に関する評価結果</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23.4%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、参加率が80%以上の都道府県は95%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。 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18%にとどまっているものの、昨年度の9.3%からは2倍近い数値となっており、着実に進展しているといえる。 測定指標3、6及び8については目標未達成であるが、その他の施策については目標達成となっていることから、施策全体としては「相当程度進展あり」と判断した。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・地方消費者行政の推進に必要な経費として、令和2年度概算要求（3,276百万円）を行った。（令和元年度予算額：2,368百万円、令和2年度予算案額：2,364百万円） ・復興特別会計において、地方消費者行政推進に必要な経費として、令和2年度概算要求（374百万円）を行った。（令和元年度予算額：374百万円、令和2年度予算案額：374百万円） ・令和元年度補正予算において、自然災害発生時の相談への対応力の強化や食品ロス削減推進法の成立を受けた取組、キャッシュレス決済に関する相談や訪日・在日外国人からの相談の増加への対応等の地方消費者行政の充実・強化のために緊急的に取り組むべき重要施策に対する支援を行うため、「地方消費者行政強化交付金」を1,150百万円措置。</p> <p><機構・定員要求> ・地方消費者行政の充実・強化に向けた分析・検討を実施するため、令和2年度定員要求において増員（補佐クラス1名、係長クラス1名）を要求。 ・消費者行政新未来創造オフィスにおける実証事業に係る体制を強化するため、令和2年度定員要求において増員（補佐クラス1名）を要求。</p> <p><事前分析表の変更> ・施策の進捗状況を的確に把握するため、消費生活センター設置促進に関する参考指標として「全国の人口5万人未満の市町村におけるセンター設置率」を追加。 ・平成30年9月にPIO-NET刷新検討会においてシステム改修の基本方針が取りまとめられたことを踏まえ、PIO-NETの運用に関する測定指標を「次期PIO-NET刷新に向けた検討会開催数」から「PIO-NET刷新の進捗状況」に変更。</p> <p><その他の具体的取組> ・地方消費者行政強化交付金の活用等により、相談体制の充実等、地方公共団体における取組を支援。 ・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ている。 ・地方消費者行政の充実・強化を図るため、政務及び幹部職員自ら地方公共団体の首長等へ働き掛ける取組（「地方消費者行政強化キャラバン」）を行っている。（平成31年1月から実施） ・消費者ホットライン188の認知度向上に向けて、SNSや鉄道の車両モニターを活用した動画の配信、コンビニのPOSレジ画面での広告表示等の取組を実施。また、5月18日を「消費者ホットライン188（いやや）の日」として制定し、PRイベントを開催。 ・改正消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の設置を促進。また、消費者行政新未来創造プロジェクトとして、徳島県内の全市町村において同協議会の設置を達成し、更なる取組の充実・強化に向け、支援を実施。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（5） 担当部局名：参事官（調査・物価等担当）

<p>施策名</p>	<p>物価対策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<p>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。</p>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>いずれも平成30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。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・物価対策の推進のため、令和2年度概算要求（68百万円）を行った。（令和元年度予算額：91百万円、令和2年度予算案額：63百万円）</p> <p><事前分析表の変更> ・測定指標1「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回数及び消費者保護のための情報提供」を一部修正。また、それに対応する目標について一部修正。</p> <p><機構・定員要求> ・物価対策推進のため、令和2年度機構・定員要求において、時限延長（課長補佐クラス2名）を要求。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（6） 担当部局名：参事官（調査・物価等担当）

<p>施策名</p>	<p>消費者政策の推進に関する調査・分析</p>
<p>施策の概要</p>	<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。 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。 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。 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>
<p>施策に関する評価結果</p>	<p>いずれも平成30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。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・消費者政策の推進に関する調査・分析の実施のため、令和2年度概算要求（82百万円）を行った。（令和元年度予算額：91百万円、令和2年度予算案額：66百万円）</p> <p><事前分析表の変更> ・測定指標2「関係行政機関、関係地方公共団体及び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」に対応する目標について一部修正。</p> <p><機構・定員要求> ・消費者志向経営の推進体制強化のため、令和2年度機構・定員要求に事業者連携推進官の新設及び増員（補佐クラス1名、係長クラス2名）を要求。 ・消費者政策の推進に関する調査・分析の実施のため、令和2年度機構・定員要求において、時限延長（係長クラス2名）を要求。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（7） 担当部局名：消費者安全課

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>重大事故等が発生した場合の緊急時には、必要に応じ、関係省庁による緊急対策本部等を設置し、的確に対応する。</p> <p>食品を始めとした消費者安全に関し、時宜に適ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め、自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、継続してリスクコミュニケーションを推進する。消費者の目線に立ち、関係府省庁、地方公共団体、消費者団体等と連携しつつ、消費者への分かりやすい情報提供、消費者とのリスクコミュニケーションの強化に努める。</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>
施策に関する評価結果	<p>全ての測定指標について目標達成と評価したものの、定量的な実績値に着目すれば、前年度から数値が減少している指標が複数あったことから、「相当程度進展あり」とした。</p>
評価結果の政策への反映内容	<p><予算要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者安全法等に基づき集約される生命・身体に係る消費者事故等への対応を継続的に推進するため、令和2年度概算要求（137百万円）を行った。（令和元年度予算額：114百万円、令和2年度予算案額：112百万円） ・リコール情報の周知強化による事故の再発防止対策の推進のため、令和2年度概算要求（11百万円）を行った。（令和元年度予算額：8百万円、令和2年度予算案額：9百万円） ・消費者に対して食品中の放射性物質等に関する正確な情報提供を行い、消費者の理解の増進を図る施策を推進するため、令和2年度概算要求（47百万円）を行った。（令和元年度予算額：35百万円、令和2年度予算案額：28百万円） ・消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施のため、令和2年度概算要求（80百万円）を行った。（令和元年度予算額：82百万円、令和2年度予算案額：78百万円） <p><機構・定員要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁に集約される事故情報の分析・活用の強化のため、令和2年度機構・定員要求において増員（課長補佐クラス1名）を要求。 ・子どもの事故防止の取組充実のため、令和2年度機構・定員要求において時限延長（補佐クラス1名）を要求。 <p><事前分析表の変更></p> <p>○平成30年度 の政策評価を踏まえ、以下のとおり測定指標等の変更を行った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目標を達成したと評価できる施策について指標から削除（まつ毛エクステンション・廃棄食品の不正流通）。 ・測定指標1について、Twitterフォロワー数及びメールマガジン登録者数を追加し、対応する目標の表現を修正。 ・測定指標2について、子供の事故防止の取組に関する取りまとめ回数を参考指標から測定指標に変更し、対応する目標の表現を修正。 ・測定指標5、6、11を新たに設定し、対応する目標の記載を修正。 ・測定指標9について、指標の表現の修正し、対応する目標の表現を修正。 ・測定指標10について、「レポート件数」を削除。 ・測定指標13、14について、対応する目標の表現を修正。 <p><その他の具体的取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・関係行政機関等から生命・身体被害に係る消費者事故等の情報を的確に収集し、消費者への注意喚起の記者発表を適切に実施（平成31年4月～令和2年2月末の間に注意喚起を15回実施）。 ・子どもの事故防止に向けて、関係府省庁が連携して取組を推進するため、「子どもの事故防止週間」を設定（令和元年7月22日～7月28日）し、集中的に啓発活動を行うとともに、令和2年度「子供の事故防止に関する関係省庁連絡会議」を令和2年2月に開催。 ・食の安全等に関する緊急事態において、迅速かつ適切に対応できるよう関係府省庁と連携し、緊急時対応訓練を実施（平成31年4月～令和2年2月末の間に訓練を1回実施）。 ・食品中の放射性物質等に関し、地方公共団体等と連携した意見交換会や、地域において正確な情報提供ができる者の支援（フォローアップ研修の開催、ウェブサイト及びメールマガジンでの情報提供）等を通じたリスクコミュニケーションを実施（平成31年4月～令和2年2月末の間に各種意見交換会等を105回開催）。 ・消費者安全調査委員会が原因を究明する必要があると認める事故について、事故等原因調査等を実施（報告書件数：1件、勧告・意見件数：2件、事故等原因調査等の実施数：2件、申出受付件数：34件※平成31年4月～令和2年1月末）。

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（8） 担当部局名：取引対策課

<p>施策名</p>	<p>消費者取引対策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<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。 併せて、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>
<p>施策に関する評価結果</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>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・特定商取引法の厳正な執行等を行うため、令和2年度概算要求（249百万円）を行った。（令和元年度予算額：240百万円、令和2年度予算案額：232百万円）</p> <p><機構・定員要求> ・デジタルプラットフォーム上の電子商取引の監視に係る体制強化のため、令和2年度機構・定員要求において増員（補佐クラス1名、係長クラス2名）を要求。 ・社会問題事案（訪問購入・若年者）に係る執行体制強化のため、令和2年度機構・定員要求において増員（補佐クラス3名）を要求。</p> <p><その他の具体的取組> ○特定商取引法及び預託法の厳正な執行 全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害が生じるおそれのある重大事案に対し重点的に取り組んだ。具体的には、電気の小売供給役務を提供する電話勧誘販売業者に対し業務停止命令等を行った事案や、住宅リフォーム工事を提供していた訪問販売業者に対し業務停止命令等を行った事案等がある。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（9） 担当部局名：表示対策課

<p>施策名</p>	<p>消費者表示対策の推進</p>
<p>施策の概要</p>	<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、 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。 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。 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。 また、同法における対象品目及び表示の標準について、適宜、規程等の改正を行う。 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。 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>
<p>施策に関する評価結果</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>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・景品表示法の厳正な執行等を行うため、令和2年度概算要求(189百万円)を行った。(令和元年度予算額：188百万円、令和2年度予算案額：180百万円)</p> <p><事前分析表の変更> ・景品表示法の普及啓発に係る測定指標「景品表示法説明会への講師派遣状況」として、「講師派遣件数」に加え、「説明会における理解度」を追加。</p> <p><その他の具体的取組> ○景品表示法の運用及び執行体制の拡充 ・景品表示法に違反する行為を行った事業者に対して、その行為の取りやめ、再発防止策の実施等を命令する措置命令及び金銭的な不利益を課す課徴金納付命令を実施。 ・景品表示法違反行為の未然防止等の観点から、商品等に関する表示の方法等について、事業者等からの相談に対応。 ・消費者向け電子商取引の健全な発展と消費者取引の適正化を図る観点から、一般消費者に「電子商取引表示調査員」を委嘱して、景品表示法上問題となるおそれがあると思われる表示について報告を受け、同報告を景品表示法違反事件の端緒の発見、景品表示法違反行為の未然防止の観点から行う事業者への啓発活動に活用。 ○景品表示法の普及啓発 ・景品表示法の普及・啓発のため、各種団体主催の表示等に係る講習会等への講師派遣、景品表示法のパンフレットの配布等の普及啓発活動を実施。 ○公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用のための支援 ・公正競争規約の所要の変更につき公正取引協議会等から相談を受け認定を行うとともに、規約担当職員が各公正取引協議会等に対し規約の適正な運用等について必要な助言等を行うこと等により、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用を促進。 ・公正取引協議会等関連団体が主催する研修会等へ講師を派遣。 ○家庭用品の品質表示の適正化 ・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配布するとともに、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実施。 ○住宅性能表示制度の普及・啓発 ・電話での問合せ等に対して、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実施。また、国土交通省の所掌に係る内容を含む問合せについては、必要に応じ、同省に対して問合せの内容について情報提供を実施。 ○健康食品も含めた食品の表示・広告の適正化 ・健康食品も含めた食品の表示・広告について、執行体制の整備や留意事項の周知徹底等により、適正化を推進。 ○関係機関の連携による食品表示の監視・取締り ・食品表示に関する取締りについて、関係する行政機関で構成する連絡会議の活用等により連携を図り、効果的かつ効率的な執行を実施。 ○消費税転嫁対策特別措置法の運用及び執行体制の拡充 ・消費税転嫁対策特別措置法の規定に違反するおそれのある表示を監視するとともに、同法の規定に違反するおそれのある行為を行っている事業者に対しては、厳正に対処。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価（10） 担当部局名：食品表示企画課

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。
施策に関する評価結果	測定指標1、4及び7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、5及び6が前年度を上回ったこと、かつ測定指標8は目標を達成したことから、施策全体としては、「相当程度進展あり」と判断した。また、測定指標3においては、法律改正を実施している。
評価結果の政策への反映内容	<p><予算要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品表示対策の推進のため、令和2年度概算要求（363百万円）を行った。（令和元年度予算額：267百万円、令和2年度予算案額：250百万円） <p><機構・定員要求></p> <ul style="list-style-type: none"> ・国民の健康の保護及び増進のために必要な食品表示制度の企画立案業務を適正に行うため、令和2年度機構・定員要求において令和4年度までの時限延長（補佐クラス1名）を要求。 <p><制度改正></p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成31年4月25日に遺伝子組換え食品表示の任意表示に係る食品表示基準の一部を改正する内閣府令を公布し、分別生産流通管理を実施し、遺伝子組換え農産物の混入を5%以下に抑えている大豆及びとうもろこしについては、「遺伝子組換えでない」という表示に代えて「適切に分別生産流通管理している」旨、事実即した表示をすることとし、遺伝子組換え農産物の混入がないと認められる大豆及びとうもろこしの場合には「遺伝子組換えでない」旨の表示を実施。（令和5年4月1日に施行） <p><事前分析表の変更></p> <ul style="list-style-type: none"> ・普及啓発に関する測定指標として、「パンフレットの配布枚数」を追加。 ・普及啓発、運用に関する測定指標として、「食品表示基準等に関するサイトへのアクセス回数」を追加。 ・機能性表示食品制度に関する測定指標として、「機能性表示食品の公表件数」を累積に変更。 ・保健機能食品に関する測定指標として、「買上調査の対象件数」に機能性表示食品を追加。

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 担当課：消費者制度課

施策名	特定適格消費者団体の認定制度及び所要の規制
事前評価時の想定との比較	<p>(社会経済情勢や科学技術の変化による影響及び想定外の影響) 平成25年3月の事前評価時点において、消費者被害は、同種の被害が多発するという特性があり、紛争解決に要する費用及び労力等との関係や、消費者と事業者との情報の質及び量並びに交渉力の格差等のため、消費者が自ら訴えを提起して被害回復を図ることが困難な状況であった。 この状況を受けて、事業者の不当な行為により、同じ原因で多数の消費者が被害を受けた場合に、事業者に対して、消費者のために裁判手続等を行うことで消費者の財産的被害を適切に回復し、消費者の利益の擁護を図る「特定適格消費者団体」の認定制度の導入等の規制（以下「本規制」という。）を導入した。 現在も、上記の事前評価を行った際の状況に変化はなく、消費者が自ら訴えを提起して被害回復を図ることが困難であることから、本規制を継続すべき状況であることに変化はない。</p> <p>(ベースラインの検証) 前記①のとおり、本事前評価を行った時と状況は変わっていない。具体的には、事前評価時から平成30年度までのP I O - N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）情報に基づく消費生活相談件数は年間約90～100万件の水準で推移し続けている。</p> <p>(必要性の検証) 「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「特例法」という。）の施行（平成28年10月）以降、特定適格消費者団体として認定（以下「特定認定」という。）された団体は3団体あり、その一つである「消費者機構日本」が4事業者に対して共通義務確認訴訟を提起している（そのうち1事業者との関係では、令和2年3月6日に、「消費者機構日本」の主張を一部認容する第1審判決が下された。）。したがって、特例法に基づく消費者被害の回復は実現可能性の高いものとなっている。また、訴訟を提起する前段階として、特定適格消費者団体からの訴訟外の申入れにより、事業者が消費者に対し任意に返金をするというケースも複数みられ、消費者被害の回復につながっている。以上より、消費者被害の回復という課題に対する一定の成果が得られているといえるため、本規制の必要性は引き続き認められると考えられる。</p>
費用及び間接的な影響の把握	<p>(遵守費用) 事前評価書における以下の①～⑦の規制うち、①及び③について遵守費用が発生した。</p> <ol style="list-style-type: none"> ① 特定認定制度の導入 ② 特定適格消費者団体の名称独占 ③ 申請事項等に変更があった場合の内閣総理大臣への届出 ④ 特定適格消費者団体が合併したとき又は被害回復関係業務に係る事業の全部を譲渡したときの内閣総理大臣への届出及び内閣総理大臣による認可 ⑤ 特定適格消費者団体が被害回復関係業務を廃止したときの内閣総理大臣への届出 ⑥ 内閣総理大臣による適合命令及び改善命令 ⑦ 内閣総理大臣による報告徴収及び立入検査 <p>そこで、以下のとおり、①及び③について定量化を行った結果、「遵守費用」は1161千円（①：552千円、③：609千円（いずれも、法施行後～事後評価時点の3年5か月間の金額））と算出した。なお、労働費用（時給）については、平成30年分民間給与実態統計調査及び平成29年度労働統計要覧を基準として、2.8千円を用いる。</p> <p>【①の業務に係る遵守費用】：552千円 特定認定の申請のための書類作成費用は、必要書類や作成時間等に鑑みて、1申請当たり184千円と算出することができる。なお、1申請当たりの遵守費用については、申請のために必要となる書類をリストアップした上で、各書類の作成・取得に要する時間数を積算（合計66時間）し、この数値に労働費用を乗じて算出した。 また、前記①③のとおり、消費者裁判手続特例法の施行以降、特定認定の申請は3件なされている。 以上より、「①の業務に係る遵守費用」は、552千円となる。</p> <p>【③の業務に係る遵守費用】：609千円 変更届出書類の作成のための費用は、必要書類や作成時間等に鑑みて、1件当たり21千円の費用と算出することができる。なお、1届出当たりの遵守費用については、申請のために必要となる書類をリストアップした上で、各書類の作成・取得に要する時間数を積算（合計7.5時間）し、この数値に労働費用を乗じて算出した。 また、特例法の施行以降、変更届出書類は29件提出されている。 以上より、「③の業務に係る遵守費用」は、609千円となる。</p>

評価結果の政策への反映状況

消費者庁 事後評価 担当課：消費者制度課

	<p>(行政費用) 前述の①～⑦の規制のうち、①及び③の規制の「行政費用」が発生し、定量化の結果、3555千円(①：2700千円、③：855千円(いずれも、法施行後～事後評価時点の3年5か月間の金額))と算出した。 なお、労働費用(時間当たり)については、政策調査員手当6307千円(消費者庁の令和元年度一般会計歳出予算明細書に記載の額)／年を1年間の営業日240日であん分した額(26.2千円)に一日当たりの業務時間を8時間30分としてあん分した3千円を用いる。 【①の業務に係る行政費用】：2700千円 H29 労働費用(3千円/時間)×作業時間(300h/年(標準処理期間2～3ヶ月の期間において、担当職員2名の4hの業務時間が月12回程度発生))×主体数(2団体/年) H30 労働費用(3千円/時間)×作業時間(300h/年(標準処理期間2～3ヶ月の期間において、担当職員2名の4hの業務時間が月12回程度発生))×主体数(1団体/年) 【③の業務に係る行政費用】：855千円 H29 労働費用(3千円/時間)×作業時間(5h/1回(変更届の受理にかかる時間1hと補正の指摘等にかかる時間4h))×実施回数(11回/年) H30 労働費用(3千円/時間)×作業時間(5h/1回(変更届の受理にかかる時間1hと補正の指摘等にかかる時間4h))×実施回数(18回/年) R1 労働費用(3千円/時間)×作業時間(5h/1回(変更届の受理にかかる時間1hと補正の指摘等にかかる時間4h))×実施回数(28回/年)</p> <p>(副次的な影響及び波及的な影響) 本規制を導入した副次的な影響及び負の影響は、特に発生していない。</p>
<p>考察</p>	<p>規制の費用に関しては、「遵守費用」として1161千円、「行政費用」として3555千円を算出しており、そのほかに想定外の費用は発生していない。 他方、規制の効果に関しては、前記③のとおり、本規制の導入以降、特定適格消費者団体の取組を通して消費者被害の回復という課題に対する成果が得られている。 したがって、規制によって発生する費用と効果の観点からは、一定程度の費用は発生しているものの、現時点で得られている消費者被害の回復という課題に対する成果に加えて、消費者が特例法に基づく手続を利用することによる将来的な消費者被害の回復の実現により、本課題に対する成果は今後更に大きくなると考えられる。 以上より、本規制を継続することは妥当であるといえる。</p>
<p>評価結果の政策への反映内容</p>	<p><予算要求> ・消費生活に関する制度の企画・立案・推進のため、令和2年度概算要求(97百万円)を行った。(令和元年度予算額：78百万円、令和2年度予算案額：68百万円)</p>