

令和2年度消費者庁政策評価事前分析表

政策名：消費者政策の推進

	(担当課)	(ページ数)
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	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	8
(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課	11
(5) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	14
(6) 消費者取引対策の推進	取引対策課	16
(7) 消費者表示対策の推進	表示対策課	18
(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	20
(9) 物価対策の推進	参事官（調査・物価等担当）	23
(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）	24

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(1))

施策名	消費者政策の企画・立案・推進及び調整	担当部局名	消費者政策課	作成責任者名	消費者政策課長 内藤 茂雄
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
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。				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	○消費者基本法(昭和43年法律第78号) ○消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定) ○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号Ⅰ(2)①イ、Ⅰ(2)①エ、Ⅰ(2)①オ、Ⅰ(2)②カ、Ⅰ(2)②ス、Ⅰ(2)②セ、Ⅰ(2)②ツ、Ⅰ(2)④オ、Ⅰ(2)⑥イ、Ⅰ(2)⑨エ、Ⅰ(3)①、Ⅰ(3)④、Ⅰ(3)⑥、Ⅰ(4)⑧、Ⅲ(1)③ア、Ⅲ(1)③イ、Ⅲ(1)③ウ、Ⅲ(1)③エ、Ⅲ(1)③オ、Ⅲ(2)③、Ⅲ(2)④、Ⅲ(2)⑤、Ⅳ(2)①、Ⅴ(1)①、Ⅴ(2)①、Ⅴ(2)③、Ⅴ(2)⑥				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 消費者基本計画の検証・評価・監視の状況及び消費者を取り巻く環境変化の把握状況 <参考値> ・第4期消費者基本計画工程表の策定状況 ・「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数 ・ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度 ・実態調査を踏まえた成果物の配布実績	消費者を取り巻く環境変化に柔軟に対応することを目的とし、消費者基本計画の検証・評価・監視の中で、常に状況の変化を把握するために、以下の取組を行う。 ・消費者政策をめぐる現状と課題や第4期までの消費者基本計画を踏まえ、消費者基本計画工程表を策定し、公表する。 ・インターネット技術・サービス及びそれらをめぐる消費者トラブルの動向等を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。 ・ギャンブル等依存症対策に関する今後の政策立案に資するよう全国規模の意識調査を行うとともに、消費者庁ウェブサイト「ギャンブル等依存症でお困りの皆様へ」のページで必要な知識の普及を行う。 ・消費者政策の企画立案に資するよう、消費者トラブルの実態調査を行う。	令和2年度	○消費者基本計画、消費者基本計画工程表 第4期消費者基本計画を踏まえ、関係府省庁等が講ずべき具体的施策について工程表を策定する。 ○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(2)⑨エ インターネット上の消費者トラブルへの対応 インターネット技術・サービス及びそれらをめぐる消費者トラブルの動向等を踏まえた調査研究等を実施する。また、関係行政機関、事業者団体、消費者団体等で、インターネット上で新たに発生しつつある課題を共有し、事業者等による機動的な取組を促すため、「インターネット消費者取引連絡会」を開催する。 ○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(3)④ アルコール依存症、薬物依存症、ギャンブル等依存症及びゲーム依存症についての対策の推進 ギャンブル等依存症対策推進基本計画等に基づき、多機関の連携・協力の下で重層的かつ多段階的な取組を総合的に推進していく一環として、関係府省庁等との連携を確保しつつ、以下の取組を実施する。なお、その際、ギャンブル等依存症である者等の家族に対する支援を強化する観点を考慮するとともに、これらの者を支援する民間団体と連携し効果的な取組とする。 ①消費生活相談への的確な対応の確保に向けた地方公共団体に対する支援 ②ギャンブル等依存症対策に関する消費者向けの総合的な情報提供 ③地域における普及啓発の支援 ④青少年等に対する普及啓発の推進 ⑤国民のギャンブル等の消費行動等の実態調査 ○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅲ(1)③ア デジタル・プラットフォームの利用に当たって消費者が留意すべき事項の理解促進 「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」での議論等を通じ、「デジタルプラットフォームを介した取引の利用者向けガイドブック」を取りまとめ、周知を図るとともに、必要に応じ、デジタル・プラットフォーム事業者及び消費者団体の意見を聴いた上で、ガイドブックを改定する。 上記ガイドブックを未成年者や高齢者等向けに分かりやすく解説したパンフレットを作成し、消費者向けの普及啓発を行う。 ○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅲ(1)③イ 消費者がAIを賢く活用する方策の周知啓発 「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」の下に設けられたAIワーキンググループでの議論を通じ、消費者がAIのメリット・デメリットを正しく理解し、AIを賢く活用するための「AI活用ハンドブック」及び一般消費者向けリーフレットを取りまとめ、消費者向けの普及啓発を行う。		

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(1))

測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
<p>2 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)</p>	<p>消費者庁に一元的に集約された財産分野の消費者事故等に関する情報の内容を分析・検討し、消費者安全法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>	<p>令和2年度</p>	<p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(2)①エ 消費者の財産被害に対する消費者安全法の厳正な執行等 消費者の財産被害の発生又は拡大の防止のため、消費者の財産被害に対して、消費者安全法の規定に基づく関係省庁等から消費者庁への通知を確実に実施するとともに、消費者庁において、その内容を踏まえて必要な事案について、同法に基づく注意喚起、勧告等の措置を迅速かつ的確に講ずる。</p>
<p>3 消費者のデジタル化への対応についての検討状況</p> <p><参考値> ・SNS相談に関する実証実験の実施状況 ・デジタル教材の開発状況</p>	<p>消費者のデジタル化への対応を検討するため、以下の取組を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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のため、実証実験を行う。結果を踏まえ、相談員向けマニュアルを作成する。 ・消費者保護のための啓発用デジタル教材の開発を行う。 	<p>令和2年度</p>	<p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅲ(1)③ウ デジタル化に対応した消費者教育・普及啓発の推進 社会のデジタル化に伴い発生している新たな消費者問題に対応するための知識を消費者に身に付けてもらうため、以下の取組を行う。 ・消費者教育推進会議での検討等 ・啓発用デジタル教材の開発 ・デジタル技術を活用した普及啓発の強化</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅲ(1)③エ デジタル機器・サービスの利用に係る新たな消費者問題への対応 社会のデジタル化の進展に伴い新たに登場したデジタル機器・サービスに関する消費者トラブルに対応するため、「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」取りまとめを踏まえて以下の施策を講じる。 ・デジタル社会における消費者行動に係る調査研究 ・SNSに係る消費者問題への対応 ・オンラインゲームに係る消費者問題への対応 ・キャッシュレス決済に係る消費者問題への対応</p>
<p>4 海外の国・地域・機関等との連携状況</p> <p><参考値> ・二国間・地域間における政策対話等の実施及び経済協力開発機構(OECD)を始めとした国際機関等の取組への参画状況 ・ICPENにおける本会合、詐欺防止月間、インターネットスイープ等の取組への参画状況 ・CCJと正規提携する海外の消費者相談機関等が管轄する国・地域の数 ・OECD/CCPにおける日本人職員の割合 ・国際シンポジウム等の開催件数</p>	<p>海外の国・地域・機関等との連携を強化するために、以下の取組を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・デジタル化の進展などに伴う新たな消費者被害の発生や、新型コロナウイルス感染症への対応など、日々変化する消費者政策の課題について海外との情報共有や連携の強化を図るため、二国間・地域間における政策対話等を実施するほか、OECDを始めとした国際機関の取組へ積極的な参画を図る。 ・国境を越えた不正取引への取組を推進するため、ICPENにおける取組への積極的な参画などを通じて海外の消費者関係法執行機関との連携を図る。 ・個別の越境消費者トラブルの解決を促進するため、海外の消費者政策当局を含む関係機関に対しCCJとの連携を積極的に打診する。 ・OECD/CCPにおいて我が国の消費者政策に裨益するプロジェクトを積極的に推進するとともに、消費者政策における我が国の国際的プレゼンスを向上させるため、OECD/CCPに日本人職員を積極的に派遣する。 ・国際共同研究等を通じ国際的な消費者行政に関する知見を積み上げるとともに、その成果を国内外に情報発信するため、消費者庁新未来創造戦略本部において、国際シンポジウム等を毎年行う。 	<p>令和2年度</p>	<p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅲ(2)③ 二国間・地域間・多国間における政策対話・協力等の実施 消費者問題に係る二国間・地域間の情報共有や連携の強化を図るとともに、OECD消費者政策委員会等、国際機関への参画を通じ、グローバル化する消費者問題について、多国間における情報共有や連携の強化を図る。</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅲ(2)④ 海外消費者関係法執行機関との連携 国境を越えた不正取引への取組を推進するため、海外の消費者関係法執行機関との連携を図る。</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅲ(2)⑤ 消費者庁新未来創造戦略本部の機能を活用した国際共同研究等の推進 令和2年度に、新たな未来に向けた消費者行政の発展・創造及び発信・交流の恒常的な拠点として徳島県に発足する「消費者庁新未来創造戦略本部」において、海外の消費者政策の動向や研究成果を長期的な消費者政策にいかせるよう、国際共同研究等を実施する。</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅴ(2)③ 消費者庁新未来創造戦略本部の機能の発揮 海外の消費者政策の動向や研究成果を長期的な消費者政策にいかせるよう、国際共同研究等を実施する。</p>

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(1))

達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
	平成30年度	令和元年度				
(1)消費者政策企画・立案	12,541千円 (14,482千円)	11,613千円 (13,135千円)	16,129千円	1	消費者基本計画の検証・評価及び見直し 消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向け、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。	0001
(2)消費者財産被害に係るすきま事案等への対応	27,756千円 (23,072千円)	26,772千円 (17,845千円)	26,505千円	2	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等に関する情報の通知やPIO-NET等で収集される情報を的確に分析するため、独立行政法人国民生活センターとの情報共有、意見交換等を実施し、加えて、集約・分析した財産分野の消費者事故等に関する情報を庁内及び関係行政機関等と共有する。 また、財産分野の消費者事故等について、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、消費者安全法に基づく消費者に対する注意喚起や事業者に対する勧告などの法執行を行う。	0002
(3)消費者行政新未来創造オフィスを活用した実証事業	15,938千円 (1,608千円)	12,435千円 (10,013千円)	27,124千円	3	消費者のデジタル化への対応を検討するために、徳島県をフィールドに以下の取組を行う。 ・SNSを活用した消費生活相談の実現に向けて、実証実験を行う。結果を踏まえ、相談員向けマニュアルを作成する。 ・「消費者のデジタル化への対応に関する検討会」取りまとめを踏まえ、eラーニングやオンライン授業に対応した、啓発用の教材を開発する。 ・ゲーム依存に関する相談が本人や家族から寄せられた際に、医療機関や自治体等の適正な窓口につなぐための、オンラインゲームに関する消費生活相談員向けのマニュアル作成することを目的としてアドバイザー会議を開催する。	0003
(4)消費者政策関係情報調査経費	23,541千円 (24,408千円)	22,973千円 (24,750千円)	10,388千円	1	デジタル技術の活用が消費生活にもたらす新たな課題への対応が求められている中、消費者が注意すべき事項や知っておくべき事柄等について幅広く議論することを目的に、検討会等を開催する。さらに、検討した結果を広く普及するための啓発冊子を作成し、一般消費者への情報提供を行う。 また、普及しつつあるキャッシュレス決済に関わる消費者問題について把握し、解決策の検討にいかすことを目的に、実態調査を行う。	0004
(5)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	12,400千円 (11,664千円)	11,294千円 (11,557千円)	5,647千円	1	新技術・サービスの出現やグローバル化によって変化の大きいインターネット技術・サービスに関連する消費者問題や政策的課題に迅速かつ有効な対策を講ずるためには、消費者取引の実態を把握するとともに、今後発生し得る消費者トラブルの芽を早期に発見し、その潜在的なリスクを分析することが求められる。そこで、調査実施時点における最新のインターネット技術・サービスや消費者トラブルのうち、特に優先的な対応が求められるテーマを抽出し、動向調査を実施する。調査結果は、行政機関・事業者・消費者相談関係者が情報共有・意見交換を行い、事業者等による柔軟かつ機動的な取組を促す場である「インターネット消費者取引連絡会」で報告し、消費者庁ウェブサイトで公表することで、消費者への情報提供を行っている。	0005

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(1))

<p>(6)消費者行政に係る国際的対応</p>	<p>72,480千円 (51,590千円)</p>	<p>124,392千円 (105,584千円)</p>	<p>115,384千円</p>	<p>4</p>	<p>1. 二国間・多国間における国際連携協力への取組 国境を越える様々な消費者問題に迅速かつ適切に対応するため、消費者行政担当当局間における円滑な情報共有等を含めた協力関係を構築することが重要となっている。こうしたことから、各国消費者行政機関との間で協力関係構築のための協議・意見交換等を行う。</p> <p>2. 「越境消費者センター(CCJ)」の連携先拡大 「越境消費者センター(CCJ)」の更なる機能強化を図るため、国際連携体制を拡充・強化することは不可欠である。そこで、我が国が今後早期に連携すべき国等を選定した上で、連携実現の足掛かりとするため、窓口となり得る当該国の機関の把握や消費者相談の実態等を明らかにし、我が国との連携を実現するために必要となる具体的な対応を実施する。</p>	<p>0006</p>
-------------------------	--------------------------------	----------------------------------	------------------	----------	--	-------------

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(2))

施策名	消費生活に関する制度の企画・立案・推進	担当部局名	消費者制度課	作成責任者名	消費者制度課長 黒木 理恵
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
施策の概要	<p>1. 消費者契約に関する制度の企画立案</p> <p>①消費者契約法(平成12年法律第61号)に関し、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方を検討するとともに、説明会の実施や広報資料の配布等によって消費者契約法の周知・啓発活動を実施する。</p> <p>②取引デジタルプラットフォームが介在する消費者取引に関する法的枠組み等の環境整備に向けた検討をする。</p> <p>2. 公益通報者保護制度の推進</p> <p>①公益通報者保護法(平成16年法律第122号)を改正し、これに基づく法整備として、内部通報に適切に対応するために必要な体制の整備について定める指針の策定や公益通報者保護法改正法の施行に向けた準備を行う。</p> <p>②説明会の実施や広報資料の配布等によって、公益通報者保護法改正法を含め公益通報者保護制度の周知・啓発、内部通報体制の整備等の促進に努める。</p> <p>3. 消費者団体訴訟制度の推進</p> <p>①適格消費者団体及び特定適格消費者団体について認定・監督を適切に行うとともに、団体が業務を円滑に実施できるように必要な支援を実施する。</p> <p>②説明会の実施や広報資料の配布等によって、被害回復を含めた消費者団体訴訟制度の周知・啓発に取り組む。</p>				
達成すべき目標	<p>1. 消費者契約に関する制度の企画立案</p> <p>①平成30年改正での審議において衆参両院の委員会で付された附帯決議や消費者委員会の答申の付言に記載された事項等について、消費者契約法の見直しを行う。また、消費者契約法の認知度を向上させる。</p> <p>②消費者契約に関する新たな政策課題についても検討を進める。</p> <p>2. 公益通報者保護制度の推進</p> <p>①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、公益通報者保護法を改正し、これに伴う法整備を実施する。</p> <p>②公益通報者保護法改正法を含め公益通報者保護制度の周知・啓発により、事業者や行政機関における公益通報窓口の整備等を促進する。</p> <p>3. 消費者団体訴訟制度の推進</p> <p>消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(平成25年法律第96号)に基づく消費者団体訴訟制度の適切かつ実効的な運用等により、消費者団体訴訟制度が消費者の紛争解決のための枠組みとして活用されるように推進する。</p>				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	<p>○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号Ⅰ(2)①ウ、Ⅰ(4)①、Ⅱ(4)①、Ⅲ(1)①イ</p> <p>○経済財政運営と改革の基本方針2020(令和2年7月17日閣議決定)「…プラットフォーム事業者の自主的取組を促す方向で消費者保護に必要な法的枠組み等環境整備や、相談体制を整備する。」</p> <p>○2020年度成長戦略フォローアップ(令和2年7月17日閣議決定)「デジタルプラットフォーム事業者が介在する消費者取引について…事業者の自主的取組を促す方向で消費者保護に必要な法的枠組み等環境整備を行う。」</p> <p>○施政方針演説(令和3年1月18日)「ネット通販トラブルの増加を踏まえ、デジタルプラットフォーム企業に対し、違法商品、危険商品の出品停止を求めます。」</p>				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 消費者契約法の認知度	説明会等の実施、広報資料の配布、法の見直し等により、消費者契約法の認知度を向上させるほか、消費者契約に関する新たな政策課題についても検討を進める。取引デジタルプラットフォームが介在する消費者取引に関する法整備に向けた検討をする。 (法の認知度:50%)	令和6年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(2)①ウ 消費者契約法の見直しに向けた対応 施策番号Ⅲ(1)①イ デジタル・プラットフォームを介した取引における消費者利益の確保		

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(2))

測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
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	説明会の実施、広報資料の配布、法の見直し等により、公益通報者保護法の認知度を向上させる。 (大企業労働者における法の認知度:65%、中小企業労働者における法の認知度:55%)	令和6年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(4)① 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進
3 市区町村及び中小企業の内部通報窓口の設置率	「消費者行政新未来創造戦略本部」における先進的な取組の実施及びその効果の検証・分析により、市区町村及び中小企業の通報窓口の整備を市区町村及び中小企業の通報窓口の整備を促進させる。また、法の見直し等により、当該通報窓口の整備を促進させる施策を立案する。 (市区町村の内部通報窓口の設置率:75%、中小企業の内部通報窓口の設置率:55%)	令和6年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(4)① 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進
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。	認証取得事業者数を増やす。 (認証取得事業者数:300社)	令和6年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(4)① 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進
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	説明会の実施や広報資料の配布等により、消費者団体訴訟制度の認知度を向上させる。 (消費者団体訴訟制度の認知度:40%、適格消費者団体の認知度:30%、特定適格消費者団体の認知度:25%)	令和6年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(4)① 消費者団体訴訟制度の推進
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	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、当該制度の実効性向上に向けた見直しを含む環境整備等を行う。	令和2年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(4)① 消費者団体訴訟制度の推進

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(2))

達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
	平成30年度	令和元年度				
(1)消費者契約法の見直し	11,126千円 (12,055千円)	13,940千円 (10,386千円)	14,920千円	1	消費者契約法に関し、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。	0007
(2)消費者団体訴訟制度の周知・広報	14,197千円 (11,626千円)	11,329千円 (6,730千円)	6,631千円	5	消費者団体訴訟制度の適切かつ実効的な周知・広報活動を行う。	0008
(3)適格消費者団体等に対する支援	57,370千円 (37,603千円)	52,907千円 (40,020千円)	46,310千円	6	適格消費者団体及び特定適格消費者団体の適切な認定・監督並びに団体が業務を円滑に実施できるための必要な支援を実施する。	0009
(4)デジタル・プラットフォームを介した取引における消費者利益の確保	-	-	-	1	デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に向けて消費者利益を確保する。	-
(5)内部通報制度に係る認証制度の普及	28,753千円 (37,800千円)	28,027千円 (34,683千円)	14,473千円	4	内部通報制度に係る認証制度の普及	0010
(6)通報窓口の整備促進	35,039千円 (19,368千円)	35,071千円 (38,332千円)	47,620千円	2、3	<p>通報窓口の整備促進</p> <p>①説明会の実施や広報資料の配付等によって、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。</p> <p>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>	0011

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(3))

施策名	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	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
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
施策の概要	<p>○消費者教育・普及啓発 平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)及び「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更)に基づき、消費者教育・普及啓発を総合的、体系的、効果的に推進する。 特に、喫緊の課題である成年年齢引下げを見据え、若年者への消費者教育の充実を図る。</p> <p>○エンカル消費 地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮して自ら考える消費行動、いわゆるエンカル消費に関する普及啓発を行う。</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)及び「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」(令和2年3月31日閣議決定)に基づき、食品ロス削減月間(10月)を中心として、消費者に食品ロスの問題及び家庭で実践できる食品ロスの削減方法等についての普及啓発を実施することにより、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進する。</p>				
達成すべき目標	<p>○消費者教育・普及啓発 ライフステージに応じた体系的な消費者教育の機会が提供され、消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与する。</p> <p>○エンカル消費 多様な主体と連携し、エンカル消費の機運を醸成する。</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>				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	<p>○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号Ⅰ(3)①、Ⅱ(1)①、Ⅱ(1)②、Ⅱ(3)①、Ⅲ(1)③ウ、Ⅲ(3)①、Ⅳ(1)①、Ⅳ(1)②、Ⅳ(1)③、Ⅳ(1)④、Ⅳ(1)⑥、Ⅳ(1)⑦、Ⅳ(1)⑧</p> <p>○消費者教育の推進に関する基本的な方針(平成25年6月28日閣議決定、平成30年3月20日変更)</p> <p>○食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針(令和2年3月31日閣議決定)</p>				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 「社会への扉」で取り扱っている知識に関する理解度調査における正解割合(検討中)	「社会への扉」で取り扱っている知識に関する理解度の向上を図り、もって消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう育成支援を推進する。	検討中	<p>○消費者教育の推進に関する基本的な方針 高等学校段階までに、売買契約の基礎や契約の重要性やそれを守ることの意義、売買契約の仕組みについての理解、消費者被害の背景とその対応についての理解などの知識及び技能を身に付けるよう、消費者教育をより実践的に実施することが必要</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(3)① 成年年齢引下げを見据えた総合的な対応の推進 施策番号Ⅳ(1)① 「消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)」等に基づく消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制の整備 施策番号Ⅳ(1)② 学校における消費者教育の推進 施策番号Ⅳ(1)⑥ 金融経済教育の推進</p>		

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(3))

測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
2 消費者教育ポータルサイトへのアクセス件数	消費者教育ポータルサイトへのアクセス件数の向上を図り、もって消費者が消費生活に関する知識を習得し適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を身に付けるとともに、主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう育成支援を推進する。	令和4年度	<p>○消費者教育の推進に関する基本的な方針 消費者教育ポータルサイトの機能を継続的に整備し、認知を高め、情報の集約を図る(消費者基本計画工程表施策番号Ⅳ(1)①のKPI⑤に設定)</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(3)① 成年年齢引下げを見据えた総合的な対応の推進 施策番号Ⅱ(3)① エシカル消費の普及啓発 施策番号Ⅲ(1)③ウ デジタル化に対応した消費者教育・普及啓発の推進 施策番号Ⅳ(1)① 「消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)」等に基づく消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制の整備 施策番号Ⅳ(1)② 学校における消費者教育の推進 施策番号Ⅳ(1)③ 地域における消費者教育の推進 施策番号Ⅳ(1)④ 多様な主体(家庭、事業者・事業者団体)による消費者教育の推進 施策番号Ⅳ(1)⑥ 金融経済教育の推進</p>
3 エシカル消費特設サイトへのアクセス件数	エシカル消費特設サイトへのアクセス件数の向上を図り、もってエシカル消費の機運醸成を推進する。	令和4年度	<p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(3)① エシカル消費の普及啓発 エシカル消費につながる商品の開発・提供、認証ラベル等について消費者が必要とする情報が適切に提供される環境作りの検討</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅳ(1)⑧ エシカル消費の普及啓発【再掲】</p>
4 食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合	食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上にすることを通じ、国民運動としての食品ロスの削減を推進する。	令和6年度	<p>○食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針 食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%とする(消費者基本計画工程表施策番号Ⅱ(1)①のKPI①に設定)</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(1)① 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進 施策番号Ⅱ(1)② 食育の推進 施策番号Ⅳ(1)⑦ 食育の推進【再掲】</p>

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(3))

達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
	平成30年度	令和元年度				
(1)消費者月間 ※令和3年度行政事業レビューの事業単位としては設定なし	57百万円の内数 (63.9百万円の内数)	9,745千円 (13,326千円)	9,215千円	1, 2	○毎年5月の「消費者月間」に、消費者団体、事業者、行政等が一体となって消費者問題に関する事業を集中的に実施 ○消費者支援活動に顕著な功績があった者を表彰する「消費者支援功労者表彰」を実施	0012
(2)エシカル消費の普及・啓発	57百万円の内数 (63.9百万円の内数)	17,443千円 (60,739千円)	18,150千円	3	○地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮して自ら考える消費行動、いわゆるエシカル消費に関するイベントを開催 ○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 ○教材の作成・普及、特設サイトの運営・充実	0013
(3)若年者消費者教育教材の普及促進	57百万円の内数 (63.9百万円の内数)	33,318千円 (20,141千円)	67,814千円	1, 2	○「社会への扉」等の教材を用いた実践的な消費者教育の実施(教師用解説書、活用事例集、確認シート、パワーポイント版等のツールの提供を含む。) ○消費者教育の基盤整備として、関連の教材や実践事例等に関する情報等を集約した消費者教育ポータルサイトの活用促進 ○「消費者教育推進会議」における、地域における消費者教育の推進に向けた支援策等の検討 ○障害者に対する消費者教育の基盤整備(特別支援学校向け教材の作成等)	0014
(4)食品ロスの削減の推進	0千円 (0千円)	0千円 (0千円)	31,586千円	4	○消費者等への普及啓発(食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための教材作成等を実施) ○食品ロス削減推進大賞の実施 ○諸外国の実態調査(諸外国における食品の提供・寄附の実態とそれに関連する制度等に関する調査) ○食品ロスの削減に関する取組状況の調査 ○10月の「食品ロス削減月間」に、関係省と連携し、集中的な普及啓発の実施	新02-0001

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(4))

施策名	地方消費者行政の推進	担当部局名	地方協力課	作成責任者名	地方協力課長 小堀 厚司
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
施策の概要	<p>消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定)を踏まえ策定された「地方消費者行政強化作戦2020」(令和2年4月)に基づき、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制を全国的に整備することを目指し、地方公共団体における消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を地方消費者行政のための交付金を通じて支援する。</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。				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	<p>○消費者基本計画第5章5(3)</p> <p>○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号I(1)③ウ、I(2)②カ、I(3)②、I(3)③、I(3)④、I(4)④、I(4)⑧、Ⅲ(2)①、Ⅲ(2)②、Ⅳ(1)①、Ⅳ(1)②、Ⅳ(1)③、Ⅴ(1)②、Ⅴ(2)④、Ⅴ(3)①、Ⅴ(3)②、Ⅴ(3)③、Ⅴ(3)④、Ⅴ(3)⑤、Ⅴ(3)⑥、Ⅴ(3)⑦、Ⅴ(3)⑧</p> <p>○地方消費者行政強化作戦2020(令和2年4月)</p>				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 若年者の消費者ホットライン188の認知度30%以上(全国)	消費者ホットライン188について、様々な機会を捉え、多様な媒体を利用して周知することにより、認知度の向上及び利用の促進を図る。	令和6年度	○消費者基本計画 第5章5(3) 地方における体制整備 さらに、今なお消費者ホットラインの認知度に課題があることを踏まえた取組を継続するとともに、若年層を中心として、コミュニケーション手段に変化が見られること等を踏まえ、電話での相談が苦手又は困難な人のためにSNSでの消費生活相談の実施を進める。		
2 若年者の消費生活センターの認知度75%以上(全国)			○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅴ(3)⑤ 消費者ホットラインの運用及び認知度の向上 ○地方消費者行政強化作戦2020 3-2 若年者の消費者ホットライン188の認知度30%以上(全国) 3-3 若年者の消費生活センターの認知度75%以上(全国)		
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
3 都道府県等消費者行政担当課長会議の実施(年1回)	都道府県等消費者行政担当課長会議及び消費者行政ブロック会議等を引き続き開催し、国と地方の意見交換や情報共有を図る。都道府県だけでなく市区町村も含めた「現場」の相談員等と意見交換を行う。	令和2年度	○消費者基本計画 第5章5(3) 地方における体制整備 見守りネットワークでの取組を含め、地方の消費者行政担当部局や消費生活センターが地方公共団体の関係部局、福祉・防犯等に関するNPOを始めとする多様な関係部門・関係者と連携し、中心的役割を果たすことで、地方における消費者行政の位置付けを更に高めていく。		
4 消費者行政ブロック会議の実施(全6ブロック)			○消費者基本計画工程表 施策番号Ⅴ(3)③ 地方公共団体との政策・措置に関する情報等の共有		
5 消費生活センター所長会議への出席(全7ブロック)					
6 地方公共団体の首長等への直接的な働きかけ(年間7地域)					

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(4))

測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
7 消費生活センター設置都道府県人口カバー率90%以上	どこに住んでいても質の高い消費生活相談・救済を受けられる地域体制を全国的に整備することなどにより、地域における消費者被害を救済・防止し、消費者の安全・安心を確保すべく、「地方消費者行政強化作戦2020」の達成状況を地方消費者行政強化交付金の交付額の算定に反映させるというインセンティブを地方公共団体に対して付与するとともに、同交付金の活用を働き掛けるなどして、地方公共団体の取組を、財政面を中心に支援する。	令和6年度	<p>○消費者基本計画 第5章5(3) 地方における体制整備 引き続き、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することを目指し、今期消費者基本計画を踏まえ、地方消費者行政強化作戦を改定し、強化作戦2020を定める。 この際、消費者庁は、地方消費者行政が自治事務であることを踏まえ、地方公共団体の自主性・自立性が十分に発揮されることに留意するとともに、地方消費者行政のための交付金等を通じて、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援する。</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号V(3)① 地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等</p> <p>○地方消費者行政強化作戦2020 1-1 設置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上 2-1 配置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上</p>
8 消費生活相談員配置都道府県人口カバー率90%以上			
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
9 地方モデル事業の実施	地方消費者行政におけるモデルとなる行政手法を創出し、それらの優良事例を蓄積し全国的に横展開を図ることで、他の地方公共団体における自主財源による積極的な取組を促進する。	令和2年度	<p>○消費者基本計画 第5章5(3) 地方における体制整備 この際、消費者庁は、地方消費者行政が自治事務であることを踏まえ、地方公共団体の自主性・自立性が十分に発揮されることに留意するとともに、地方消費者行政のための交付金等を通じて、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援する。</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号V(3)① 地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等</p>
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
10 消費生活相談員資格保有率75%以上	どこにいても質の高い相談・救済を受けられる社会基盤作りのため、消費生活相談員の養成、レベルアップに向けた支援を行うとともに消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者等の被害を防止のための「地域の見守りネットワーク」の構築を支援する。	令和6年度	<p>○消費者基本計画 第5章5(3) 地方における体制整備 あわせて、高齢者、認知症や障害等により判断力が十分でない人など消費者被害に遭いやすい人の見守り活動などを行う見守りネットワークについて、人口規模にかかわらず、より多くの高齢者等の消費者が見守られる体制を構築するとともに、地域の見守り活動の充実を図ることを目指して、目標を強化作戦2020に盛り込み、地方公共団体を支援する。 (中略)また、消費生活相談員資格試験制度の周知・運用、高齢者・障害者等の特性に応じたきめ細やかな対応の確保、法執行力の向上等を目的として消費者行政関係職員を対象に実施される研修の機会の確保、国の重要政策課題に係る情報の迅速かつ的確な提供等により、消費者行政に携わる者の資質向上を図る。いわゆる雇止めの見直しを含め、消費生活相談員として適切な人材の確保に向け処遇改善等を図る。</p> <p>○消費者基本計画工程表 施策番号V(3)① 地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等 施策番号V(3)② 地域の見守りネットワークの構築</p> <p>○地方消費者行政強化作戦2020 2-2 相談員資格保有率75%以上 4-1 設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上 4-2 地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用する市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上</p>
11 消費者安全確保地域協議会の設置都道府県内人口カバー率50%以上			
12 消費生活協力員・協力団体を活用する都道府県内人口カバー率50%以上			

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(4))

達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
	平成30年度	令和元年度				
(1)消費者ホットラインの運用等	91,025千円 (83,932千円)	98,025千円 (101,443千円)	120,266千円	1、2	消費者ホットラインの円滑な運用に向けて、各通信事業者における必要な設備の運営等及び消費者ホットラインの認知度向上に向けた広報を実施するものである。なお、本ホットラインについては、平成27年7月から3桁化(188)している。	0015
(2)地方公共団体との連携等に必要な経費	75,934千円 (63,705千円)	70,007千円 (52,437千円)	65,534千円	3、4、5、6	地方公共団体や消費者問題に取り組む消費者団体を始め、福祉、環境、子育て等の多様な分野で活躍する主体との「顔の見える関係」を構築すべく、「消費者行政ブロック会議」、「地方消費者フォーラム」、「都道府県等消費者行政担当課長会議」、「法令執行担当者研修」を開催するほか現場関係者との意見交換を行う。また、今後の地方消費者行政支援の施策の検討に活用するため、地方における消費者行政や消費者団体等の現状を把握するための調査等を行う。	0016
(3)地方消費者行政強化交付金	3,550,000千円 (1,885,310千円)	3,350,000千円 (2,726,210千円)	2,000,000千円	7、8	都道府県及び市町村等の消費者行政の強化及び推進のために必要な経費を交付し、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的に取り組む地方公共団体を支援する事業及び消費生活相談体制の維持・充実、消費者問題解決力の高い地域社会作り等による消費者行政推進に向けた地方公共団体の取組を支援する。	0017
(4)地方モデル事業	—	—	95,931千円	9	国が公募した民間事業者・団体等をプラットフォームとして、新たな手法により、SDGsへの対応や消費者問題に関する各種制度改正等の地方消費者行政が直面する課題解決につながる先進的モデル事業を実施する。さらに、実施した本事業の成果を、優良事例として全国的に横展開することで、他の地域の関係者の積極的な取組を促進する。	新02-0002
(5)地方消費者行政人材育成事業	—	—	82,578千円	10、11、12	・消費者安全法に基づく消費生活相談員資格を取得可能とする、全国どこでも受講可能な養成講座の実施 ・消費生活相談員として勤務する可能性の高い者の掘り起こし ・消費生活相談員資格試験合格者のマッチング ・消費生活協力員・協力団体の養成に向けた講座の実施	新02-0003

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(5))

施策名	消費者の安全確保のための施策の推進	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
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
施策の概要	<ul style="list-style-type: none"> 行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を集約するとともに、医療機関を含む多様な主体から事故情報を幅広く収集する。 集約した事故情報を定期的に公表するとともに、事故情報を分析し、消費者への注意喚起、事業者への働き掛け等の対応を行う。 緊急の対応が必要な場合には、「消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応要綱」に定める手順に基づき、関係省庁が相互に十分な連絡及び連携を図り、迅速かつ的確に対応する。 食品の安全性に関し、時宜に合ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め、自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、継続してリスクコミュニケーションを推進する。 消費者安全調査委員会は、生命身体事故等の中から、発生・拡大の防止及び被害の軽減を図るために原因を究明する必要がある事故を選定し、調査を実施する。被害の発生・拡大防止のために講ずべき施策・措置については、関係行政機関の長に勧告・意見を行う。 				
達成すべき目標	<ul style="list-style-type: none"> 生命・身体被害に係る消費者事故等を確実に集約し、事故に関する情報を迅速かつ効果的に発信することにより、消費者事故等による被害の発生又は拡大を防止する。 食品の安全性に関するリスクコミュニケーションを一層促進することにより、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め自らの判断により適切な消費行動を行うことができるような取組を推進する。 生命身体事故等の原因を究明し、講ずべき施策・措置について、関係行政機関の長に勧告・意見を行い、生命身体事故等の発生・拡大を防止する。 				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号I(1)①エ、I(1)②ア、I(1)②イ、I(1)②ウ、I(1)③ア、I(1)③エ、I(1)④ア、I(1)④エ、I(1)④オ、I(4)②				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 事故情報データベースへの年間登録件数及び1か月当たりの平均アクセス数	<ul style="list-style-type: none"> 消費者安全法に基づく事故情報の通知、消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の報告及びPIO-NETに登録された危害・危険情報を確実に集約し、集約した事故情報を国民に向けて公開し、事故の予防及び被害の拡大防止を図る。 子供の事故防止に向け、保護者等の事故防止意識を高めるための啓発活動等を行い、不慮の事故による死者数の減少を目指す。 	令和2年度	消費者基本計画工程表 施策番号I(1)①エ 子供の不慮の事故を防止するための取組 施策番号I(1)②ア 事故情報の収集、公表及び注意喚起等 施策番号I(1)②イ 緊急時における消費者の安全確保 施策番号I(1)③エ 消費生活用製品安全法に基づく事故情報の分析と原因の調査・究明等 施策番号I(4)② 製造物責任法の適切な運用確保に向けた環境整備に関する裁判例の収集・分析等		
2 14歳以下の子供の不慮の事故による死者数					
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
3 食品中の放射性物質に関する理解度(福島県産食品の購入をためらう人の割合)	<ul style="list-style-type: none"> 消費者が自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組む。特に放射性物質に関するリスクコミュニケーションに関して、東京電力福島第一原子力発電所事故に係る風評被害の払拭を目指す。 	令和2年度	消費者基本計画工程表 施策番号I(1)④ア 食品安全に関する関係府省庁等の連携の推進 施策番号I(1)④エ 食品の安全性に関するリスクコミュニケーションの推進 施策番号I(1)④オ 食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進		
4 意見交換会参加者の理解度(アンケート結果)					
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
5 勧告・意見件数	<ul style="list-style-type: none"> 消費者安全調査委員会は、被害の発生・拡大を防止するため、積極的に他機関と連携を行いつつ、事故等原因調査等を実施し、早期に関係行政機関の長等に勧告・意見を行う。 勧告・意見に対する関係行政機関の取組状況を適時・適切にフォローアップし、生命身体事故等の発生・拡大防止を図る。 	令和2年度	消費者基本計画工程表 施策番号I(1)③ア 消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施		
6 勧告・意見先の関係行政機関で取組がなされた件数					

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(5))

測定指標	目標		目標年度		測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)	
	平成30年度	令和元年度	令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
7 リコール情報サイトへの1か月当たりの平均アクセス数及び配信サービス登録件数	<ul style="list-style-type: none"> いわゆる「リコール」に関する情報を広く周知するため、リコール情報サイトへのアクセス数及びメール配信サービスの登録件数の前年度比増を目指すとともに、リコール情報サイトへの登録情報の充実を図る。 リコール対象製品による消費者事故の件数を把握し、リコール製品による事故の防止するための取組を行う。 		令和2年度		消費者基本計画工程表 施策番号 I(1)②ウ リコール情報の周知強化	
8 リコール製品に関する重大事故等の通知及び重大製品事故の報告件数						
達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
(1)消費者安全確保のための施策の推進	108,573千円 (89,544千円)	107,183千円 (86,731千円)	105,391千円	1	<ul style="list-style-type: none"> 行政機関や事業者から関係法令の規定に基づき事故情報を集約するとともに、医療機関を含め多様な主体から事故情報を幅広く収集する。 集約、収集した事故情報は定期的に公表するとともに、事故情報を点検し、消費者への注意喚起、事業者への働き掛け等を行う。 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と連携し的確に対応する。 製造物責任法に関する裁判例を収集、分析した上で、論点別に裁判例を抽出、整理、公表する。 	0018
(2)リスクコミュニケーション等の推進	35,971千円 (34,618千円)	35,456千円 (36,363千円)	28,287千円	3、4	<ul style="list-style-type: none"> 食品安全に関する正確な情報を様々な手法を用いて理解が深まるように双方向のリスクコミュニケーションに努める。 特に、東京電力福島第一原子力発電所事故を踏まえ、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に重点的に取り組むため、消費者と専門家が共に参加する意見交換会の開催や、分かりやすい情報提供のための啓発ツールの作成やその提供等を含めたリスクコミュニケーションに取り組む。 	0019
(3)消費者事故の調査	95,900千円 (64,778千円)	92,769千円 (76,429千円)	90,152千円	5、6	<ul style="list-style-type: none"> 生命身体事故等の中から、発生・拡大の防止及び被害の軽減を図るために原因を究明する必要がある事故を選定し、調査を実施する。 被害の発生・拡大防止のために講ずべき施策・措置について、関係行政機関の長に勧告・意見を行う。 	0020
(4)子どもの事故防止に関する取組の推進	14,947千円 (2,575千円)	6,214千円 (4,748千円)	6,316千円	2	<ul style="list-style-type: none"> 子供の事故に関する情報等の分析を基に、保護者等へ向けた注意喚起等の情報提供を行う。 子供の事故防止に資する啓発資料を作成し、消費者庁、地方公共団体等の行う普及啓発活動に活用する。 保護者等の事故防止に関連する意識や対策の実施等につき調査を行い、分析結果を政策の企画立案に活用する。 関係省庁で連携し、事故防止対策の取組を推進する。 	0021
(5)リコール情報周知の推進	11,095千円 (11,434千円)	7,928千円 (2,027千円)	9,135千円	7、8	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活に関するリコール情報を収集し、消費者が分野横断的にリコール情報を確認できる「消費者庁リコール情報サイト」を運営し、リコール情報の周知することにより、リコール製品による消費者事故の発生・拡大防止を図る。 	0022

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(6))

施策名	消費者取引対策の推進	担当部局名	取引対策課	作成責任者名	取引対策課長 笹路 健
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
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>また、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律案を第204回国会に提出。</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>				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号 I(1)①カ、I(2)①ア、I(2)②セ、I(2)②チ、I(2)⑥コ、I(2)⑨ア、I(2)⑨イ				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 国の特定商取引法及び預託法執行状況(行政処分件数)	高齢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。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。	令和2年度	<p>消費者基本計画工程表 施策番号 I(2)①ア 特定商取引法等の執行強化等</p> <ul style="list-style-type: none"> ・特定商取引法及び預託法の執行強化 悪質商法等による消費者被害を防止するため、関係機関等とも連携し、特定商取引法及び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62号。以下「預託法」という。)を厳正かつ適切に執行する。 ・特定商取引法及び預託法の見直し 消費者のせい弱性を狙った悪質商法への対策強化、経済のデジタル化・国際化に対応したルール整備について、有識者による「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」を開催して議論を行い、令和2年度夏までに一定の結論を得た上で、具体的な制度設計を行う。その際には、悪質なお試し商法・定期購入といった詐欺的な通信販売に対する実効的な対策についても検討を行い、具体的な制度設計を行う。 ・悪質ないわゆる「販売預託商法」に対する対処 悪質ないわゆる「販売預託商法」に対して、特定商取引法及び預託法に基づき迅速かつ厳正に対処するとともに、上記の検討委員会にて実効的な法制度の在り方や体制強化を含む法執行の在り方について令和2年度夏までに一定の結論を得た上で、具体的な制度設計を行う。また、悪質ないわゆる「販売預託商法」に対して関係機関等と連携強化を継続して実施・検討していく。 		
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
2 特定商取引法の周知・啓発	特定商取引法について、消費者や事業者への周知や啓発を行う。	令和2年度	<p>消費者基本計画工程表 施策番号 I(2)②セ 美容医療サービス等の消費者被害防止 平成29年12月から、一定の美容医療契約が特定継続的役務提供として特定商取引法の規制対象とされたことに伴い、継続して、特定商取引法の執行を厳正に実施するほか、周知・啓発活動を実施する。</p> <p>施策番号 I(2)②チ 電気・ガスの小売供給に係る取引の適正化 消費者トラブルの状況を注視し、必要に応じて関係法令(特定商取引法など)を厳正に執行する。</p>		

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(6))

測定指標	目標		目標年度		測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)	
	目標	目標年度	目標年度	目標年度		
3 特定電子メール法の厳正な執行(警告メール(行政指導)の件数及び措置命令(行政処分)の件数)	総務省と連携しつつ、特定電子メール法を厳正かつ適切に運用する。		令和2年度		消費者基本計画工程表 施策番号I(2)⑨イ 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律に基づく行政処分等の実施 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)に基づき、行政処分や行政指導の実施により、同法に違反する特定電子メールに起因した消費者被害を削減する。	
4 不適切な広告の改善に向けた通信販売事業者等に対する特定商取引法の執行状況(通信販売事業者に対する行政指導件数及び行政処分件数)	通信販売業者に対して特定商取引法に基づき適切な措置を講ずるとともに、インターネット・サービス・プロバイダなどに対して、関連情報を提供し、適切な対応を促す。		令和2年度		消費者基本計画工程表 施策番号I(2)⑨ア 特定商取引法の通信販売での不法行為への対応 悪質な通信販売事業者に対して、特定商取引法に違反する事実が認められた場合には、迅速かつ厳正に対処する。また、特定商取引法の執行を補完する取組として、通信販売に係る特定商取引法の周知・啓発を実施するほか、通信販売事業者に対し、不適切な広告の改善を促すとともに、インターネット・サービス・プロバイダなどに対し、ウェブサイトの削除等を促す。 また、通信販売広告の監視強化のため、関係団体との情報交換を機動的に実施する。	
5 模倣品の通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況(行政指導件数)	特定商取引法に違反しているおそれのある模倣品の販売業者に対し、同法に基づき適切な措置を講ずる。		令和2年度		消費者基本計画工程表 施策番号I(2)⑥コ 模倣品被害の防止 越境取引やインターネット取引などでの模倣品被害を防止するため、関係行政機関が連携して取締りの強化等を行うとともに、取引の関係者にも協力を呼び掛ける。	
6 危険ドラッグの通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況(行政指導件数)	関係機関と連携しつつ、特定商取引法に違反しているおそれのある危険ドラッグの通信販売サイトに対し、同法に基づき適切な措置を講ずるとともに、関係機関に対する情報提供を行う。		令和2年度		消費者基本計画工程表 施策番号I(1)①カ 薬物乱用防止対策の推進 関係機関と連携しつつ、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。)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、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。	
達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
	平成30年度	令和元年度				
(1)インターネット通信販売等適正化事業	84,641千円 (80,271千円)	90,896千円 (67,446千円)	81,571千円	4、5、6	インターネット通信販売等における事業者の特定商取引法上の広告表示義務の遵守状況等の調査業務の一部を外部に委託し、その調査結果等も踏まえ事業者に対する行政処分等を行うほか、インターネット・サービス・プロバイダー等に対して違法な広告表示の情報を提供しウェブサイトの閉鎖を求める等の措置を講ずる。	0023
(2)消費者取引の対策	177,678千円 (116,489千円)	149,401千円 (102,748千円)	149,941千円	1、2、4、5、6	特定商取引法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(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。	0024

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(7))

施策名	消費者表示対策の推進	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
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
施策の概要	①不当景品類及び不当表示防止法(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。 ②景品表示法等について事業者等に対して普及啓発を行うこと等により、違反行為の未然防止を図る。 ③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(以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。)のうち転嫁阻害表示に係る違反行為の監視及び厳正な対処を行う。				
達成すべき目標	①景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行うとともに、違反行為について公表・注意喚起することにより、一般消費者の利益を確保する。 ②景品表示法等について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令順守の取組支援等を行い、違反行為の未然防止を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。 ③消費税転嫁対策特別措置法に違反する転嫁阻害表示について監視を行い、適切に法執行することにより、一般消費者の利益を確保する。				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号Ⅰ(1)④ク、Ⅰ(2)③ア、Ⅰ(2)④ア、Ⅰ(2)④イ、Ⅰ(2)⑤イ、Ⅰ(2)⑤ウ、Ⅰ(2)⑤エ、Ⅰ(2)⑨オ、Ⅱ(4)②、Ⅱ(4)③、Ⅲ(3)①				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 景品表示法に違反する行為への厳正な対処によるこれらの排除に係る状況及び保護された消費者利益の状況 <参考値> ・措置命令件数 ・課徴金納付命令件数 ・行政指導件数	景品表示法に違反する表示等に厳正に対処してこれらを排除し、また、これらについて広く一般消費者に公表して注意喚起させることにより、一般消費者の利益を確保する。	令和2年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅰ(2)③ア 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充 不当な表示を行う事業者に対し、必要に応じて都道府県や事業所管省庁等と連携し、課徴金制度の運用を含め、景品表示法を迅速かつ的確に運用するとともに、必要に応じ同法の執行体制の拡充を図る。また、課徴金制度の施行状況に係る評価及び必要に応じた制度の見直しを行う。 施策番号Ⅰ(2)⑨オ 電気通信サービスにおける広告表示等の適正化関連 携帯電話料金の低廉化に向けた環境整備を図るため、関係省庁が連携・協力してモバイル市場の健全な発展に向けた取組を推進する。 施策番号Ⅲ(3)① 新型コロナウイルス感染症の拡大等の緊急時における対応の強化関連 新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする商品の表示に関し、当該表示を行った事業者に対する改善要請、再発防止の指導及び措置命令を行うとともに消費者に対する注意喚起を実施。		
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
2 景品表示法等に関する講演会等の参加事業者数・理解度、事業者からの相談への対応件数	景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣するなどして、同法の普及啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応するなど法令遵守の取組を支援することにより、違反行為の未然防止を行う。	令和2年度	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(4)② 景品表示法の普及啓発 景品表示法の説明会への講師派遣を行うことに加え、同法のパンフレットを広く配布することなどを通じ、様々な業界に対して、同法の普及啓発を図るとともに、社内規程の策定や景品表示法第26条及び同条に基づく指針等を踏まえた表示等に関する事業者のコンプライアンス体制の整備、事業者団体による自主基準の策定など、事業者、事業者団体における法令遵守の取組を積極的に支援促進する。 施策番号Ⅰ(2)④ア 家庭用品の品質表示の普及啓発、適正な運用及び見直し 一般消費者の利益を保護するために、国民生活センターや消費者センター等の関係機関と連携し、説明会への講師派遣等を通じ、家庭用品品質表示法(昭和37年法律第104号)の普及啓発活動を継続的に行うとともに、家庭用品の品質に関する表示の適正化に向けて適切に対応する。 施策番号Ⅱ(4)③ 公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用のための支援 不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するため、公正競争規約(景品表示法第31条の規定に基づく協定又は規約)の積極的な活用、円滑な運用が行われるよう引き続き関連団体等を支援する。		

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(7))

測定指標	目標		目標年度		測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
	達成手段		補正後予算額(執行額)	令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
	平成30年度	令和元年度					
3 消費税転嫁対策特別措置法に基づく執行状況	消費税転嫁対策特別措置法の規定に基づき、効果的かつ効率的に執行を行う。		令和2年度		消費税転嫁対策特別措置法の規定に違反する行為を未然に防止するため、同法で禁止されている消費税分を値引きする等の宣伝や広告等に係る基本的な考え方や具体的な事例を用いて普及啓発活動を実施する。 また、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。		
(1)違反事件調査	63,056千円 (46,323千円)	62,823千円 (53,774千円)	63,850千円	1	景品表示法の規定に基づき、一般消費者を誤認させる表示について厳正な法執行を行うとともに、消費者に対する公表・注意喚起を行う。	0025	
(2)電子商取引表示調査	1,048千円 (480千円)	872千円 (466千円)	725千円	-	一般消費者(定員50名)を「電子商取引表示調査員」として委嘱し、一定の研修を行った上で、インターネット上の広告表示に係る消費者としての体験、見聞の結果(景品表示法に違反する疑いのある行為についての情報を含む)等を消費者庁表示対策課に報告をさせ、各調査員から寄せられた情報を、景品表示法違反被疑事案の端緒情報、インターネット上の広告表示の傾向の把握等に活用する。	0026	
(3)普及啓発等	93,842千円 (59,227千円)	88,276千円 (64,204千円)	81,912千円	2	・景品表示法等に係るガイドラインや違反事例の周知等による普及・啓発活動を実施し、事業者及び事業者団体における法令遵守の取組を積極的に支援する。 ・景品表示法違反の未然防止等の観点から、公正競争規約が積極的に活用され、適切な運用が行われるよう関連団体等を支援する。 ・家庭用品品質表示法について、品質表示を行う対象品目及び表示内容の標準に関する見直しの検討を行い、必要に応じて規程等の改正を行う。 ・住宅の品質確保の促進等に関する法律(住宅品質法)の規定に基づく住宅性能表示制度の普及を行うとともに、消費者のニーズや評価技術の進歩に応じた評価方法の充実を図る。	0027	
(4)消費税価格転嫁対策	35,876千円 (27,882千円)	35,021千円 (25,605千円)	34,652千円	3	・消費税転嫁対策特別措置法の規定に違反する行為を未然に防止するため、同法で禁止されている消費税分を値引きする等の宣伝や広告等に係る基本的な考え方や具体的な事例について普及・啓発活動を実施する。 ・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し、同法に違反する行為を行っている事業者に対しては勧告を行うなど、厳正に対処する。	0028	

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(8))

施策名	食品表示の企画・立案・推進	担当部局名	食品表示企画課	作成責任者名	食品表示企画課長 五十嵐 麻衣子
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
施策の概要	食品表示法(平成25年法律第70号)等に基づく食品の表示制度を適切に企画・立案・運用する。				
達成すべき目標	食品表示は、食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会の確保に関し重要な役割を果たしているため、食品表示に関する制度を適切に企画・立案・運用し、消費者の利益の増進を図る。				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	○消費者基本計画(令和2年3月31日閣議決定) ○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号I(2)⑤ア				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 食品表示制度の普及啓発(講師派遣回数)	食品表示制度の適切な運用及び普及啓発を実施するとともに、実態を踏まえた制度の見直しの検討を行い、必要に応じて改正を行う。	令和6年度	令和2年度から全面施行される食品表示法に基づく新たな食品表示制度について、適切な運用を図るとともに、消費者の更なる食品表示の活用に向け、戦略的な普及啓発に取り組む。		
2 消費者意向調査における食品表示制度の理解度			食物アレルギーについては、食物アレルギーに対する社会的関心が高まっていることから、食物アレルギーを持つ消費者が安心して食品を喫食できるよう、アレルギー物質を含む食品に関する表示の充実を図るための措置を講ずることを目的として、おおむね3年おきに実施している実態調査の結果を基に対象品目の見直しを検討するとともに、正しくアレルギー表示が行われるように事業者に対し普及啓発を図る。		
3 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス数			ゲノム編集技術応用食品については、食品がそれに該当するか知りたいという消費者ニーズがあるため、厚生労働省に届出されたゲノム編集技術応用食品であることが明らかな場合には、事業者に対し積極的に表示等の情報提供を行うよう働き掛けを行う。今後、流通実態や諸外国の表示制度に関する情報収集も随時行った上で、新たな知見等が得られた場合には、必要に応じて表示の取扱いの見直しを検討することとする。また、ゲノム編集技術応用食品については、ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いについて関係行政機関等と連携して消費者や事業者へ普及啓発を行う。		
4 実態を踏まえて速やかに改正した食品表示基準等、改訂した通知及びQ&Aの総数(保健機能食品及び特別用途食品制度を除く)			令和4年度に全面施行される加工食品の原料原産地表示制度、令和5年度に施行される遺伝子組換え食品表示制度等についても、事業者が速やかに従前の制度から新しい制度に移行できるよう関係機関が連携して事業者に対する周知を図るとともに、消費者への普及啓発により理解促進を図る。		

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(8))

測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
5 機能性表示食品の公表件数(撤回を除く累積)	保健機能食品及び特別用途食品制度の適切な運用及び普及啓発を実施するとともに、実態を踏まえた制度の見直しの検討を行い、必要に応じて改正を行う。	令和6年度	保健機能食品及び特別用途食品については、その制度を適切に運用するとともに、消費者及び事業者に対し、積極的な普及啓発を行い、理解促進を図る。
6 特定保健用食品の許可等件数(失効を除く累積)			
7 特別用途食品の許可等件数(失効を除く累積)			
8 買上調査における製品中の成分の含有量が申請等資料の記載どおり適切に含有されていた品目数			
9 消費者意向調査における保健機能食品制度の理解度			
10 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス数			
11 実態を踏まえて速やかに改正した食品表示基準等、改訂した通知及びQ&Aの総数(食品表示制度を除く)			
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)
12 報告書を踏まえた適時適切な調査の実施件数	消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするために必要な調査・検討を実施する。	令和4年度	消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、食品表示の全体像に関する報告書(令和元年8月消費者委員会食品表示部会)を踏まえ、消費者の表示の利活用の実態等の現状把握を行うことを目的とした調査等を実施し、その結果を踏まえた検討を行う。

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-8)

達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
	平成30年度	令和元年度				
(1) 食品表示制度の企画・立案のための事務経費	180,349千円 (156,576千円)	107,207千円 (77,499千円)	101,266千円	1、3、4、10	食品表示に関する制度の企画・立案・運用を行うため、有識者による検討会等の実施、食品表示制度に係るセミナー等の職員の出張、国際的な食品規格策定を行うCODEX委員会等の国際会議への出席等を行う。	0029
(2) 食品表示制度の検討・担保に必要な経費	180,349千円 (156,576千円)	43,376千円 (54,882千円)	33,495千円	2、3、4、9、10、12	今後の食品表示制度の適正な運用や監視業務に必要となることが想定されるアレルギー物質を含む食品や遺伝子組換え食品の検査法の開発等を行うとともに、食品に機能性を表示するための機能性関与成分の分析方法について国の試験研究機関による検証を実施する。また、消費者の食品表示の活用状況及び消費者から求められる政策ニーズを把握することを目的に、消費者を対象とした大規模な意向調査を実施する。	0030
(3) 食品表示制度(保健機能食品制度等を除く。)の適正化・充実	71,829千円 (80,021千円)	11,990千円 (4,656千円)	10,092千円	3、4	事業者の対応状況に関する実態を把握するため、市販品の表示実態調査や食品関連事業者の理解度調査等を実施する。	0031
(4) 食品表示制度の普及・啓発	71,829千円 (80,021千円)	21,100千円 (15,296千円)	17,835千円	1、2、3、9、10	食品表示は消費者が自主的かつ合理的な選択のためのツールとしての機能を有していることから、保健機能等を有する様々な食品も登場している現状において、食品表示からどのような情報を得ることができるか消費者が理解し、活用してもらうため、表示事項一般に関する消費者へのセミナーや普及啓発資料の作成等を行い、消費者、事業者等への普及啓発を行い、円滑な施行とその定着を図る。	0032
(5) 保健機能食品制度等の適正化・充実	71,829千円 (80,021千円)	16,000千円 (29,403千円)	13,312千円	5、6、7、9、10、11	保健機能食品制度等における種々の課題等への対応に必要な調査(諸外国における制度や国内外の表示の実態等の状況、国際基準や科学的知見の情報収集、整理等)を実施し、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく関係府令、それらの運用通知の改正等につなげ、保健機能食品制度等の適切な運用を図る。	0033
(6) 買上調査による検証事業	16,000千円 (15,651千円)	16,000千円 (16,660千円)	13,500千円	5、6、7、8、10	機能性表示食品については、事業者の責任において機能性表示ができる事前届出制度を設けており、本制度を利用して販売される機能性表示食品について、表示されている成分が適切に含有されているか等のチェックを行う必要がある。また、特別用途食品(特定保健用食品を除く。)及び特定保健用食品については、消費者庁が許可するものであるが、申請書等のおり栄養成分や関与成分が含有されているかチェックを行う必要がある。そこで、販売されている商品を買上げ、関与成分等の含有量の分析を実施した上で、各成分が規定値どおり含まれているかの確認及び検証を行い、表示の適正化を図る。	0034
(7) 特定保健用食品データベースの運用	3,888千円 (5,862千円)	3,888千円 (3,841千円)	3,888千円	6、9	消費者に対して商品選択に資する情報提供を行うため、データベースの安定的な運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載を行う。	0035
(8) 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	31,150千円 (31,150千円)	47,096千円 (46,460千円)	56,127千円	3、5、10	消費者等が必要な情報を簡便に閲覧できるとともに、事業者がオンライン上で届出手続を行うことを可能とするために構築した製造所固有記号制度及び機能性表示食品制度に係る届出データベースを適正に運用する。	0036

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(9))

施策名	物価対策の推進	担当部局名	参事官(調査・物価等担当)	作成責任者名	参事官 吉田 充志	
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月	
施策の概要	各種公共料金の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や関係省庁との協議において、消費者に与える影響を十分考慮すべく所要の調整を行う。また、生活関連物資等の価格動向等を把握するため、物価モニター調査を行い消費者への情報提供などを行う。なお、災害等の緊急時においては、関係府省庁連携の下で生活関連物資等の価格動向の調査・監視を行うとともに、需給・価格動向についての国民への情報提供等を行う。					
達成すべき目標	公共料金等の適正性の確保、緊急時の生活関連物資等の価格安定などを図り、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営を目指す。					
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号I(2)⑧イ					
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)			
1 物価モニター掲載ページへのアクセス数	物価モニター調査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。	令和2年度	物価モニター調査及び公共料金に関する調査の実施並びに消費者への情報提供			
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)			
2 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	消費者委員会と連携して、公共料金の決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金適正性の確保に向けた課題の検討、及び値上げされた電気料金のフォローアップに資する材料を整理する。	令和2年度	消費者基本計画工程表 施策番号I(2)⑧イ 公共料金等の決定過程の透明性及び料金の適正性の確保 各省庁が所管する公共料金等について、決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性の確保に向けた課題を検討し、実施する。			
達成手段	補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度 行政事業レビュー 事業番号
	平成30年度	令和元年度				
(1)物価モニター調査	67,404千円 (49,664千円)	91,183千円 (64,870千円)	62,798千円	1	<ul style="list-style-type: none"> 公共料金等の改定に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や関係省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮すべく所要の調整を行う。 生活関連物資等の価格動向及び消費や物価動向についての意識の変化等を正確・迅速に把握することを目的に物価モニター調査を実施し、その結果について公表するとともに、関係省庁等へ情報提供を行う。 消費税率引上げに伴う便乗値上げに関する情報及び相談を受け付けるために設置された窓口を活用するとともに、消費税率引上げ前後においては、物価モニター調査の規模を拡大して実施する。 災害等の緊急時において、関係府省と連携し、生活関連物資等の需給・価格動向を調査するとともに、需給・価格動向についての国民への情報提供や冷静な行動の呼び掛け等を行う。必要に応じ、生活二法(買占め防止法及び国民生活安定緊急措置法)に基づく対応を検討・実施する。 	0037

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(10))

施策名	消費者政策の推進に関する調査・分析	担当部局名	参事官(調査・物価等担当)	作成責任者名	参事官 吉田 充志
政策体系上の位置付け	(政策分野)消費者政策 (政策)消費者政策の推進			政策評価 実施予定時期	令和3年8月
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や優良事例表彰の実施等を通じて、事業者における取組の推進を図る。</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。				
目標設定の考え方・根拠 (施策に係る内閣の重要政策)	○消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定)施策番号Ⅱ(3)②、Ⅴ(1)③、Ⅴ(2)②				
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
1 消費者意識基本調査掲載ページアクセス数	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。	令和2年度	<p>消費者基本計画工程表 施策番号Ⅴ(2)② 消費者政策の企画立案のための調査の実施とその成果の活用</p> <p>①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等を毎年度継続的に実施する。</p> <p>②既存の消費者事故等情報やPIO-NET 情報等を活用した、消費者被害額を毎年度継続的に推計する。</p>		
測定指標	目標	目標年度	測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
2 消費者白書掲載ページアクセス数	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。	令和2年度	<p>消費者基本計画工程表 施策番号Ⅴ(2)② 消費者政策の企画立案のための調査の実施とその成果の活用</p> <p>①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等を毎年度継続的に実施する。</p> <p>②既存の消費者事故等情報やPIO-NET 情報等を活用した、消費者被害額を毎年度継続的に推計する。</p>		

令和2年度実施施策に係る事前分析表

(消費者庁2-(10))

測定指標	目標		目標年度		測定指標及び目標の設定根拠(消費者基本計画該当施策等)		
3 消費者志向自主宣言事業者数	<p>消費者志向経営の広範な普及を図るため、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進するとともに、消費者志向経営に対する意識喚起を目的としたシンポジウムや事業者の経営者層向けセミナーを開催する。また、優良事例表彰を実施し、事業者の消費者志向経営の優良な取組事例を広く発信することで、消費者・社会の理解促進や事業者の取組の促進を図る。 「消費者庁新未来創造戦略本部」においても、地域の事業者・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。</p>		令和2年度		<p>消費者基本計画工程表 施策番号Ⅱ(3)② 消費者志向経営の推進 消費者志向経営の広範な普及を図るために、社会的気運を高めるための全国的な推進活動として、次の取組を展開する。 ・消費者志向経営推進に向けた自主宣言・フォローアップ活動等 事業者団体、消費者団体及び行政機関(消費者庁)によって構成される消費者志向経営推進組織(プラットフォーム)により、消費者志向経営の広範な普及に向けた活動を展開する。 具体的には、事業者が自主的に消費者志向経営を行うことを自主宣言・公表し、宣言内容に基づいて取組を実施し、その結果をフォローアップして公表する「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」への参加の呼び掛けを行う。また、優良事例の表彰を実施すること等を通じ、事業者の取組を消費者に分かりやすく情報提供することで事業者の取組状況を可視化することや、消費者・社会の理解の促進と、事業者の取組の促進を図る。なお、令和2年度に自主宣言の参加事業者拡大に向けたチェックリスト及び表彰の実施に当たっての客観的評価指標の検討を行うこととしており、これらの検討結果を踏まえ、令和3年度から、推進活動の在り方について見直しを行う。その後は見直し後の進捗状況等を踏まえ、更なる推進に取り組む。 ・経営者層向けセミナー(トップセミナー)の開催 経営者層向けに各種のセミナー等を開催し、消費者志向経営の一層の普及を図る。 ・事業者の管理職・担当者の資質向上に向けた研修等の開催 事業者の管理職や担当者向けの研修を開催し、消費者の視点を業務にいかすため、消費者問題や関係法令などの基本的な知識の習得や、参加者による業種を超えた交流等を行う。 事業者や事業者団体に対し、自主的な取組の促進のため、消費者行政に関わる情報提供を実施する。 消費者団体と事業者団体の相互の連携を図るため、意見交換の場を設ける。「消費者庁新未来創造戦略本部」において、地域の事業者・消費者・行政機関等と連携し、地方の事業者への普及・啓発を行う。</p>		
達成手段		補正後予算額(執行額)		令和2年度当初予算額	関連する指標	達成手段の概要等	令和2年度行政事業レビュー事業番号
		平成30年度	令和元年度				
(1)消費者志向経営の推進		7,943千円 (5,653千円)	4,920千円 (2,261千円)	9,985千円	3	持続可能な開発目標「SDGs」等といった社会価値向上の達成に資するためにも、事業者に対して消費者志向経営(愛称・サステナブル経営)の推進を図る。	0038
(2)消費者白書及び消費者意識基本調査		90,525千円 (72,445千円)	85,867千円 (84,436千円)	55,566千円	1、2	消費者の意識や行動、様々な政策ニーズについて、包括的な意識調査を行い、その結果を踏まえ、消費者問題の現状や課題、政府の取組等の全体像を分かりやすくまとめた消費者白書を作成し、公表する。ほかに消費者被害・トラブル額の推計等も行っており、消費者白書作成にも当該データ等を利用している。 消費者安全法の規定に基づき、消費者庁に集約された消費者事故等に関する情報の集約及び分析を行い、その取りまとめ結果を公表し、庁内及び関係行政機関、地方公共団体等と共有し、適切に消費者に対して提供する。	0039