

令和2年度消費者庁政策評価書について（要旨）

令和3年8月
消費者庁

1. 消費者庁における政策評価について

（1）政策評価基本計画

- ・政策評価の実施に関する方針、実施体制等について定める
- ・消費者庁では、計画期間を平成30年4月1日～令和5年3月31日とする消費者庁における政策評価に関する基本計画（平成30年3月12日消費者庁長官決定。令和3年6月28日一部改正。）を策定

（2）政策評価実施計画

- ・毎年度、当該年度における事後評価の対象としようとする政策、評価方式等を定める
- ・消費者庁では、令和2年度消費者庁政策評価実施計画（令和3年3月30日消費者庁長官決定）を策定

（3）事前分析表

- ・毎年度、各施策の目標や手段、要するコスト等を分かりやすく一覧性のある形であらかじめ整理（平成24年度から導入）
- ・消費者庁では、令和2年度政策評価事前分析表を作成

（4）政策評価書（実績評価方式）

- ・上記（1）～（3）に基づき、各年度の施策の実績を評価
- ・令和2年度消費者庁政策評価書の対象期間は、令和2年4月1日～令和3年3月31日

※令和2年度の施策に関する政策評価の流れ

令和2年度	<p>政策の実施</p> <p>↓</p>	<ul style="list-style-type: none">・実施計画の策定・事前分析表の作成
令和3年度	<p>政策評価の実施</p> <p>↓</p> <p>評価結果の政策への反映 (予算要求、機構・定員要求、その他具体的取組の実施)</p>	<ul style="list-style-type: none">・政策評価書の作成
令和4年度		<ul style="list-style-type: none">・評価結果の政策への反映状況取りまとめ ⇒総務省において国会報告

2. 消費者庁政策評価体系（令和2年度）

<政策名>

消費者政策の推進

<施策名>

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

※令和3年7月1日に、参事官（調査・物価等担当）が廃止され、参事官（調査研究・国際担当）及び参事官（公益通報・協働担当）が新設された。これに伴い、上記施策のうち、「(1) 消費者政策の企画・立案・推進及び調整」については消費者政策課に加え、参事官（調査研究・国際担当）が、「(2) 消費生活に関する制度の企画・立案・推進」については消費者制度課に加え、参事官（公益通報・協働担当）が、「(9) 物価対策の推進」については参事官（公益通報・協働担当）が、「(10) 消費者政策の推進に関する調査・分析」については参事官（調査研究・国際担当）及び参事官（公益通報・協働担当）が評価を実施した。

3. 政策評価の結果

○各施策とも、消費者基本計画に盛り込まれた施策に沿って基本目標を設定しており、令和2年度においても進捗があったものと評価できるが、消費者行政を取り巻く課題は依然山積している。

⇒各施策の評価結果の要旨については別紙参照

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

各施策の評価結果(要旨)

(別紙)

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
<p>(1)消費者政策の企画・立案・推進及び調整</p>	<p>消費者の利益の擁護及び増進を図る。具体的には、「消費者基本計画工程表」に基づく個別施策を推進するとともに、工程表を毎年度改定し、関係行政機関の消費者行政に関する取組について新規施策の追加や進捗状況に応じた見直しを行い、消費者政策の推進状況を見える化して国民の検証・評価に供する。</p>	<p>○目標達成 全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。</p>	<p>国民の消費生活の安定及び向上を確保するため、引き続き、消費者政策の企画・立案・推進及び調整を推進していく。なお、令和2年度の目標は達成したものの、今後とも消費者被害の防止や消費者への情報提供を始めとする新たな課題が生じることが想定されることから、その時々々の社会状況に応じて機動的に必要な施策に取り組んでいく。</p>
<p>(2)消費生活に関する制度の企画・立案・推進</p>	<p>1. 消費者契約に関する制度の企画立案 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。 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 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。 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 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>	<p>○相当程度進展あり 測定指標6、7は目標(令和2年度末)を達成していないが、測定指標1～5は目標(令和6年度)に比して令和2年度末までに十分な実績を得ている。特に、測定指標5の適格消費者団体及び特定適格消費者団体の認知度については、目標を超過達成できた。したがって、全体として、「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>【施策】 施策及び目標は妥当なものであり、次期も同様のものとする。</p> <p>【測定指標】 次期も同様のものとする。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
<p>(3)消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進</p>	<p>○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>○エンカール消費 多様な主体と連携し、エンカー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>	<p>○相当程度進展あり 消費者教育・普及啓発については、令和4年4月からの成年年齢引下げに向け、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、新たな測定指標は検討中ではあるものの(1.)、参考指標として掲げている高等学校等での「社会への扉」等の活用実績は前年比で増加している。</p> <p>エンカール消費については、理解及び行動の促進が重要であるところ、特設サイトへのアクセス件数について昨年度の10月からの数値ではあるものの5万件以上となっており、目標値(令和3年度:100,000PV)の達成が見込める実績となっている(3.)。</p> <p>食品ロスの削減の推進については、国民運動として取組を進めていくことが重要であるところ、食品ロス削減に取り組む人の割合(4.)は前年度比で着実に増加している。</p> <p>以上のとおり、令和2年度に達成すべき目標との関係では相当程度の進展があったことに鑑みて、「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>【施策】 消費者教育に関する施策については、令和2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3年度においても、「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンに関係省庁と連携して取り組むとともに、社会のデジタル化等も踏まえた全世代への消費者教育の推進等のための取組を進める。</p> <p>エンカール消費に関する施策については、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、広くエンカール消費を知ってもらうための取組を進めたほか、消費者の関心を実際の行動に結び付けるための取組も強化していく。</p> <p>食品ロスの削減に関する施策については、基本方針に沿って令和3年度も引き続き表彰施策や消費者等への普及啓発にも取り組み、多様な主体が連携した、国民運動としての食品ロス削減を推進していく。</p> <p>【目標及び測定指標】 消費者教育に係る施策については、施策の進捗状況や社会経済情勢を踏まえ、その重点や手法について、必要な見直しを行いながら推進していく必要があり、目標及び測定指標についても、それに応じて適宜見直しを行うこととする。</p>
<p>(4)地方消費者行政の推進</p>	<p>地方公共団体と連携しながら、地方消費者行政の充実・強化を支援することにより、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上を図る。</p>	<p>○相当程度進展あり 測定指標1・2について、目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指しており、特に測定指標2については目標値の75%に対して現時点で約70%に達し、ある程度の進展が見られる。</p> <p>測定指標3～6について、測定指標3及び5は目標値を達成している。さらに、測定指標4及び6については目標値未達又は昨年比に比べて減少しているが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響から中止又は書面開催とせざるを得なかったものであり、政策の目標である地方公共団体との意見交換は可能な限り実施された。</p> <p>測定指標7・8について、目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指している。なお、政策の目標である地域における消費者被害の救済・防止に向けた地方公共団体への財政面を中心とした支援については消費者行政強化交付金を始めとした支援を実施しており、消費者被害の救済・防止に向けた支援が実施されている。</p> <p>測定指標9について、実績値として8件の事業を実施し、優良事例を全国へ横展開することができた。</p> <p>測定指標10～12について目標達成に向けた更なる取組が必要であるものの、同指標は令和6年度の達成を目指している。なお、例えば消費者安全確保地域協議会の設置数は令和2年度の1年間で265から327に増加するなど相当程度に地域の見守りネットワークの構築が進展した。</p>	<p>【施策】 ・「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>・地方消費者行政の強化に向けて、引き続き国と地方の協働が求められることから、地方との連携・交流を推進し、「消費者行政ブロック会議」、「執行専門研修」等の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながら、より効率的に実施する。</p> <p>・令和2年4月に策定した「地方消費者行政強化作戦2020」の政策目標を達成するため、地方消費者行政の充実・強化のための交付金等による支援、消費者庁直轄事業による課題への対応、研修等による技術支援を通じて、地方公共団体の取組を支援できるよう努める。</p> <p>・令和2年度から事業を開始した「地方モデル事業」及び「地方消費者行政人材育成事業」については、今後もより一層の成果が得られるよう、積極的に事業内容の改善及びその運用に努める。</p> <p>【測定指標】 ・「地方消費者行政強化作戦2020」等を踏まえ、引き続き現在の指標を継続して実施する予定である。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(5)消費者の安全確保のための施策の推進	<p>生命・身体被害に係る消費者事故等を確実に集約し、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。</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>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・意見をを行い、生命身体事故等の発生・拡大を防止する。</p>	<p>○目標達成</p> <p>全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】</p> <p>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】</p> <p>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にも国民に分かりやすいものとして活用できるよう適切に設定することとする。</p>
(6)消費者取引対策の推進	<p>特定商取引法の消費者及び事業者等への周知・啓発を行うとともに、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、違反行為に対し厳正かつ適切に行政処分等を行うことにより、取引の公正と消費者利益の保護を図る。</p> <p>併せて、特定商品等の預託等取引契約に関する法律や特定電子メールの送信の適正化等に関する法律等の所管法令を厳正かつ適切に執行することにより、消費者利益の保護を図る。</p>	<p>○目標達成</p> <p>全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。</p>	<p>【施策】</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>
(7)消費者表示対策の推進	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	<p>○目標達成</p> <p>全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】</p> <p>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。</p> <p>【測定指標】</p> <p>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。</p>
(8)食品表示の企画・立案・推進	<p>食品表示は、食品を摂取する際の安全性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。</p>	<p>○相当程度進展あり</p> <p>測定指標1、3及び10は本年度の実績が前年度を下回ったものの、1はコロナ禍という要因により件数が減ったがオンラインを組み合わせで対応し得る方法で普及啓発を実施しており、3と10は平成29年度～令和元年度までの3か年平均で400万件であることを踏まえると恒常的にアクセスされていると判断できる。また、測定指標2、9のほとんどが前年度から横ばいとなっている。測定指標6、7は事業者からの新規商品の許可件数であり、前年度とほぼ変わらないが、既に販売されている商品の変更申請は多数受け付け、再度許可手続きを行っていることから、制度を適切に運用していると判断できる。さらに、測定指標5は前年度より大幅に件数が伸びている。測定指標4については、実態を踏まえて速やかに食品表示基準等の改正に対応しており、測定指標8についても、買上げ対象商品の表示値はおおむね妥当であることが確認できた。以上より施策全体としては、「相当程度進展あり」と判断した。</p>	<p>【施策】</p> <p>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】</p> <p>いずれの測定指標についても、施策効果を測定するために適切であり、継続的に取り組むべきものであることから、令和3年度以降も同様の指標を設定する予定である。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(9)物価対策の推進	公共料金等の適正性の確保、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。	○目標達成 いずれも令和2年度に設定した目標を達成することができた。したがって、本施策は「目標達成」と判断した。	【施策】 令和2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3年度以降も引き続き実施していく。 【測定指標】 継続的に取り組むべきものであり、令和3年度以降も同様の指標を設定する予定である。
(10)消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者の利益の擁護及び増進に関する政策を推進する上で有用な各種調査・分析を実施するとともに、事業者における消費者志向経営の推進を図ることで、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	○目標達成 いずれも令和2年度に設定した目標を達成することができた。したがって、本施策は「目標達成」と判断した。	【施策】 令和2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3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3年度以降も同様の指標を設定する予定である。