

令和2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※	6
(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	10
(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課	14
(5) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	19
(6) 消費者取引対策の推進	取引対策課	23
(7) 消費者表示対策の推進	表示対策課	26
(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	29
(9) 物価対策の推進	参事官（調査・物価等担当）※	33
(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）※	35

※ 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。

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(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					
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30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	165	210	201	192
		補正予算 (b)	-0	-0	862	
		繰越し等 (c)	-	-	-232	
		合計 (a+b+c)	165	209	831	
執行額 (百万円)		127	183	805		
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 (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	令和2年度	施策の進捗状況 (実績)	達成
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	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 		<p>【消費者基本計画工程表】 令和2年7月7日、消費者基本計画工程表を消費者政策会議決定した。本工程表では、153の施策を5本の柱に整理し、本年度から令和6年度までの取組予定とKPI (重要業績評価指標) を明示した。</p> <p>【インターネット消費者取引連絡会】 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た。その配布資料及び議事要旨については、消費者トラブルの未然防止に資するよう、消費者庁ウェブサイトにおいて公開し、広く情報提供を行っている。</p> <p>【ギャンブル依存症対策】 ギャンブル等依存症問題啓発週間に合わせ、消費者庁ウェブサイトの情報を更新するとともに、啓発資料について地方公共団体などに周知したほか、消費者庁公式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。また、ギャンブル等に関する消費行動等に関する意識調査も実施し、令和3年6月、消費者庁ウェブサイトにおいて公表した。</p> <p>【消費者トラブルの実態調査】 キャッシュレス決済及び消費者とAIの関わりの実態把握のための調査を実施した。特に、消費者とAIの関わり等については、調査結果を踏まえ、「AI活用ハンドブック～AIをかきこく使いこなすために～」を作成し、都道府県・政令指定都市消費者行政担当課67箇所、都道府県消費生活センター67箇所、消費者団体等32箇所の計166箇所へ成果物の配布を行った。</p> <p>【コロナ対応】 新型コロナウイルス感染症に関する悪質商法等に対する注意喚起策として、テレビCM、新聞広告、オンラインシンポジウム等を内容とする消費者被害防止キャンペーンを実施した。</p> <p>以上の取組を実施することにより、消費者を取り巻く環境変化に柔軟な対応ができるように、消費者政策の基本的な方向性を示すことができた。</p>	○

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（続き）	参考指標	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	令和2年度
	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	4	4	4	4	4	4
	ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度（本人向け）	—	—	—	—	—	8.2%
	ギャンブル等依存症対策啓発チラシの認知度（家族向け）	—	—	—	—	—	5.3%
	実態調査を踏まえた成果物の配布実績	—	—	—	—	—	166箇所

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
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）	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。	令和2年度	虚偽・誇大なアフィリエイト広告に関する事案等34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。 （※34件のうち19件は、特定商取引に関する法律に基づく行政処分と併せて当該注意喚起を実施した件数）				○			
			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	令和2年度
			実績値	9件	10件	10件		12件	13件	34件

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）				達成	
3 消費者のデジタル化への対応状況	消費者のデジタル化への対応を推進するため、以下の取組を行う。 ・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。	令和2年度	【SNS相談】 徳島県及び広島市において、令和2年11月1日～令和3年1月31日の期間、無料通信アプリ「LINE」を活用した消費生活相談窓口を試験的に開設し、相談を受け付けた。その結果を踏まえ、相談員向けマニュアル（案）を作成した。 【デジタル教材】 有識者会議を3回行い、議論を踏まえて啓発用デジタル教材「デジタル消費生活へのスタートライン」を開発した。 以上の取組を実施することにより、消費者が社会・経済のデジタル化に対応し、安心・安全に取引を行うための環境整備の基礎を構築した。				○	
			参考指標	令和2年度				
			SNS相談に関する実証実験の実施状況	徳島県及び広島市において、3か月間の実証実験を実施し、消費生活相談員向けマニュアル（案）を作成。今後、SNS相談の本実装に向けて、マニュアル（案）を基に、フィールドを拡大しつつ更なる実証を実施予定。				
デジタル教材の開発・活用状況	「デジタル消費生活へのスタートライン」を開発し、令和3年4月に消費者庁ウェブサイトにおいて公表済み。幅広い世代への普及啓発に活用してもらうことを想定しており、令和3年7月時点で、既に複数の高等学校、消費生活センター等における授業、出前講座等に活用されている。							

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
4 海外の国・地域・機関等との連携状況	<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>新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、旅費を伴う国際会議への参画等が減少したが、他方でデジタル取引に関連する消費者問題への注目度は上がっており、以下のような時機に応じた取組を実施することで、海外の国・地域・機関等との連携を強化することができた。</p> <p>経済協力開発機構（OECD）の消費者政策委員会（CCP）において、日本からの拠出金を活用して「デジタル時代の消費者の弱い弱性」及び「オンライン上の悪質商法」の国際的な消費者取引に係る諸問題に関し、国際研究プロジェクトを開始した。プロジェクト内容については会合の場などを通じて適宜コメントをしているところであり、議論をリードできるよう引き続き取り組みたい。また、OECD/CCPには日本人職員を継続して派遣している。</p> <p>令和2年5月に開催された消費者保護及び執行のための国際ネットワーク（ICPEN）の総会においては、「消費者教育に関するアワード」が実施され、「持続可能な消費部門」において、「食品ロス削減の取組」が第2位を獲得した。</p> <p>国民生活センター越境消費者センター（CCJ）と正規提携（MoU締結）する海外の消費者相談機関等が管轄する国・地域は26に達しており、27つ目も先方の手続待ちとなっている。</p> <p>さらに、令和2年7月に開設した新未来創造戦略本部において、消費者行政の発展・創造及び発信・交流の拠点としてふさわしい機能を発揮するため、国際共同研究等を実施するとともに、令和3年3月には「アジア地域におけるウィズコロナ、ポストコロナでの消費生活相談と消費者教育について」をテーマに、東南アジア4か国との国際シンポジウムを開催した。</p>					○
	参考指標	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	令和2年度	
	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	8	9	7	10	13	6	
	ICPENにおける本会合、詐欺防止月間、インターネットスweep等の取組への参画状況	4	4	4	3	3	4	
	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	17	21	23	24	26	26	
	OECD/CCPにおける日本人職員の割合	33%	33%	33%	25%	33%	20%	
国際シンポジウム等の開催件数						1		

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>(実績値が減少等した測定指標) 新型コロナウイルス感染症等の影響により、国際分野で実績値が減少した参考指標もあるが、時機に応じた対応をし成果を上げているため、目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性・効率性) 達成手段「消費者政策企画・立案」に関しては(測定指標1関係)、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、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「消費者財産被害に係るすき間事案等への対応」に関しては(測定指標2関係)、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、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「消費者行政新未来創造オフィスを活用した実証事業」に関しては(測定指標3関係)、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「消費者が被る財産的被害に係る実態把握・対策の検討」に関しては(測定指標1関係)、限られた当初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、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「消費者行政に係る国際的な連携の強化」に関しては(測定指標4関係)、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いる。消費者行政・消費生活の分野においても重要である、海外の国・地域・機関等との連携及び国際化の進展に適切に対応したものと評価される。 達成手段「新型コロナウイルス感染症に関する消費者被害防止のための情報発信」に関しては(測定指標1関係)、補正予算により、喫緊の課題であるコロナ対応として、新型コロナウイルス感染症に関する注意喚起の広報事業を機動的に行っており、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。</p> <p>(注) なお、令和3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。 ・消費者政策関係情報調査経費 ・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 →「消費者が被る財産的被害に係る実態把握・対策の検討」 ・消費者行政に係る国際的対応 →「消費者行政に係る国際的な連携の強化」 「新型コロナウイルス感染症に関する消費者被害防止のための情報発信」(新設)</p>
	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。

学識経験を有する者の知見の活用	<p>・消費者行政の最も根幹をなす部分を担う施策と思うが、その基本計画工程表に係る事柄と、個々特定の施策が「並列」して記載されていることには違和感がある。「基本計画工程表」に掲げられている数多くの個別施策のうち、当面、最も力を注ぐべき重点分野に関する整理を介在させたい。いくつかの代表的な個別施策が、その位置付けを明らかにして挙げられるという構成がとられるべきではないか。 →令和2年度の評価書においては、消費生活のデジタル化に重点的に対応すべきとの認識の下、各測定指標における関連施策の評価においても、デジタル化への対応に関する観点を含めて記載したところ、令和3年度以降の政策評価における構成については御指摘を踏まえて改めて検討してまいりたい。</p> <p>・ギャンブル依存症については、IR推進政策との関係で現在、世論を二分する論点になっていることもあり、政策の基礎となる(消費者行動に関わる)データ収集、(消費者政策に関わる)諸外国の状況の調査等、必要な活動を消費者庁においても積極的に行うことを要望する。 →御指摘を踏まえ、今後のギャンブル依存症対策について、内閣官房ギャンブル等依存症対策推進本部事務局を始めとする関係府省庁との役割分担を含めて検討してまいりたい。</p> <p>・測定指標3の参考指標「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」について、実証実験等の実施有無だけを記載するのではなく、取組の結果を踏まえた今後の方針等、可能な範囲で内容を充実させるべきではないか。 →御指摘を踏まえ、SNS相談の実証実験の結果を踏まえた今後の対応方針、デジタル教材の活用状況を追記する等、今年度の評価書を一部修正した。</p> <p>・OECD等の活動を通じて、諸外国との情報交換、政策連携等、有効な施策の追求が必要だろう。 →御指摘も踏まえ、今後ともOECD等の活動を当庁としての有効な施策につなげられるよう検討してまいりたい。</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>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 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） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/pdf/basic_plan_200708_0001.pdf
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>消費者政策課 参事官（調査研究・国際担当）</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者政策課長 吉田 恭子 参事官（調査研究・国際担当） 小島 宗一郎</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和3年8月</p>
--------------	----------------------------------	---------------	--	-----------------	---------------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(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																																		
<p>施策の概要</p>	<p>1. 消費者契約に関する制度の企画立案 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。 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 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。 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 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。 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>																																		
<p>達成すべき目標</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（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>																																		
<p>施策の予算額・執行額等</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>区分</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> <th>令和2年度</th> <th>令和3年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>当初予算 (a)</td> <td>147</td> <td>141</td> <td>130</td> <td>142</td> </tr> <tr> <td>補正予算 (b)</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td></td> </tr> <tr> <td>繰越し等 (c)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>合計 (a+b+c)</td> <td>147</td> <td>141</td> <td>130</td> <td></td> </tr> <tr> <td>執行額 (百万円)</td> <td>118</td> <td>130</td> <td>80</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	当初予算 (a)	147	141	130	142	補正予算 (b)	0	0	0		繰越し等 (c)	-	-	-		合計 (a+b+c)	147	141	130		執行額 (百万円)	118	130	80					
区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度																															
当初予算 (a)	147	141	130	142																															
補正予算 (b)	0	0	0																																
繰越し等 (c)	-	-	-																																
合計 (a+b+c)	147	141	130																																
執行額 (百万円)	118	130	80																																
<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（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 ○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。」 ○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。」 ○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	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
1 消費者契約法の認知度	<p>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%）</p>		<p>消費者契約法の概要を記載したリーフレットを全国の消費者団体、消費生活センター等に配布した。令和2年度に関しては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、講師派遣やパンフレット配布部数は減少したものの、令和2年度以前より継続的に実施している政府広報の活用などによる効果的かつ効率的な普及啓発活動により消費者契約法の認知度向上につながったものと考えられる。また、消費者契約法の見直しとして「消費者契約に関する検討会」を開催し検討を行った。 また「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関する検討会」での議論を踏まえ「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案」を国会に提出した（令和3年4月に成立）。</p>				○			
			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	令和2年度
			実績値						38%	45%
測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
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	<p>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%）</p>		<p>公益通報者保護制度について、各種団体へ講師を派遣するなど、周知・啓発に努めた。 ※令和3年度にはこちらの成果指標を測定する調査を実施予定</p>				—			
			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	令和2年度
			実績値		大企業 46% 中小企業 43%					
測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成			
3 市区町村及び中小企業の内部通報窓口の設置率	<p>「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%）</p>		<p>徳島県内市町村、愛媛県内市町及び香川県内市町における内部職員等からの通報窓口及び外部の労働者等からの通報窓口の整備率が100%となったほか、高知県内市町村における通報窓口の整備率も大幅に向上した。 ※令和3年度にはこちらの成果指標を測定する調査を実施予定</p>				—			
			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	令和2年度
			実績値	市区町村： 52.1%	市区町村： 52.4% 中小企業： 40.2%	市区町村： 55.1%		市区町村： 54.8%		

測定指標	目標	令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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)			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2年度末時点において合計101社である。 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とりつつ、改正法や認証制度の内容を分かりやすく説明した動画を作成しYouTube配信を行うなど、認証制度の一層の周知に尽力した。 ※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、所定のマークの使用を許諾する制度。 また、令和2年10月から「公益通報者保護法に基づく指針等に関する検討会」を開催し、通報対応体制整備に関する指針の内容の検討を行った。				○
		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	令和2年度
		実績値				0社	56社	101社

測定指標	目標	令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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%)			具体的な事案に焦点を当てた差止請求事例リーフレットを新たに作成し、消費者団体訴訟制度パンフレットとともに地方自治体や全国の適格消費者団体等約4,300の関係機関への配布を行い、実際の事案に焦点を当てた分かりやすい周知広報に努めたことが、認知度の向上に寄与したと考えられ、消費者裁判手続特例法に基づいて訴訟が提起された最初の事案である東京医科大学の事案を始め、訴訟事案が出始めている。				○
		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	令和2年度
		実績値		特定適格消費者団体 6.7%	消費者団体訴訟制度 13.9% 適格消費者団体 8.2% 特定適格消費者団体 6.3%		消費者団体訴訟制度 22.6% 適格消費者団体 25.2% 特定適格消費者団体 20.7%	消費者団体訴訟制度 37.2% 適格消費者団体 37.8% 特定適格消費者団体 35.2%

測定指標	目標	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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。 (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：毎年度50件、特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数：2件)			令和2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30件、特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数は1件であった。 また、「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」を開催し、同法の施行状況を踏まえた検討を開始した。				×
		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	令和2年度
		実績値	測定指標6 7件	6件	16件	20件	56件	30件
7 特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数	測定指標6					1件	1件	
	測定指標7							

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 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。
	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(消費者契約法などの消費者契約に関する制度の企画立案、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「消費者契約に関する制度の企画立案」では周知広報を行い、消費者契約法の認知度が向上した。また、消費者契約法の見直しに係る検討会を実施したほか、消費者契約に関する新たな課題として、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ついて検討し、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律案」を国会に提出(令和3年4月に成立)することで消費者保護の制度の充実を図った。「消費者団体訴訟制度に関する環境整備」では、消費者団体訴訟制度の見直しに係る検討を行ったほか、消費者団体訴訟制度の周知広報等を行い、適格消費者団体等の認知度が向上するなど、いずれも一定の成果が上がっている。今後は、更に消費者契約法及び消費者裁判手続特例法の見直しについて検討を進めるとともに、引き続き、消費者、消費生活相談員等への一層の周知広報に努める。また、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」については、円滑な施行に向けて必要な体制・環境の整備を図っていく。</p> <p>達成手段である予算事業「内部通報制度に係る認証制度の普及」では通報対応体制整備に関する指針の内容の検討を行った。「通報窓口の整備促進」では、公益通報者保護制度について各種団体への講師を派遣するなど周知・啓発に努め、いずれも一定の成果を上げることができた。今後は、公益通報者保護法が令和4年度に施行されることを踏まえ、引き続き、啓発動画の作成や研修会等を通じて周知を行い、制度の認知度向上に努めるとともに、民間事業者における内部通報制度の整備・運用の更なる促進のため、内部通報認証制度に関する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>(注) なお、令和3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> <ul style="list-style-type: none"> ・「消費者契約法の見直し」→「消費者契約に関する制度の企画立案」 ・「適格消費者団体等に対する支援」及び「消費者団体訴訟制度の周知・広報」→「消費者団体訴訟制度に関する環境整備」 	
	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>	

学識経験を有する者の知見の活用	<p>※翌年度以降、政策評価有識者懇談会において、有識者による点検を実施予定。</p> <p>なお、昨年度の点検を受けて、消費者契約法の認知度(測定指標1)に関して、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」の令和4年4月1日施行に先立って、政府広報の活用により普及啓発活動を実施した。</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>【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/ 消費者庁「令和2年度消費者団体訴訟制度等の調査」</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/pdf/research_190909_0004.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3年3月31日時点) https://wcmsmark.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/ 消費者庁「令和2年度消費者団体訴訟制度等の調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/assets/consumer_system_cms101_210421_04.pdf</p>
---------------------------	---

担当部局名	消費者制度課 参事官(公益通報・協働担当)	作成責任者名	消費者制度課長 黒木 理恵 参事官(公益通報・協働担当) 檜橋 康英	政策評価実施時期	令和3年8月
-------	--------------------------	--------	---	----------	--------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(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					
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>○エシカル消費 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、いわゆるエシ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>○エシカル消費 多様な主体と連携し、エシ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>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	57	62	127	159
		補正予算 (b)	-	-	-	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	57	62	127	
執行額 (百万円)		64	94	74		
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（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	※目標年度検討中		施策の進捗状況（実績）			達成
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。			「社会への扉」で扱っている消費生活上の知識等について、若年者の理解、浸透状況に関する調査を今年度実施予定。			—
	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	令和2年度
	実績値						
	参考指標（実績値）	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	令和2年度
	全高等学校等での「社会への扉」等の活用実績				38%	67%	86%

測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
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。		<p>令和2年度のアクセス数は前年度から減少しているものの、令和2年度においては、関係省庁で実施する生活者・消費者向けの教育を一覧にまとめたリンク集を作成・公表したほか、新規教材等の掲載件数は、93件と前年度（76件）から増加しており、学校、地域において授業等を実施する担い手や自ら学習する消費者に向けた支援を充実させている。</p> <p>なお、担い手等に向けた支援を更に強化するため、消費者教育のポータルサイトの改修について検討を進めている。</p> <p>※平成29年度から集計方法が変更されている。</p>				×
	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	令和2年度
	実績値	8,978,877	7,001,798	2,246,775	1,981,195	1,490,866	1,232,306
	参考指標（実績値）	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	令和2年度
	新規教材等の掲載件数	29件	43件	56件	98件	76件	93件
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成
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。		<p>令和2年10月にエシカル消費特設サイトを開設し、その中で、エシカル消費の基本的な考え方のほか、各主体の取組や実践事例を掲載し情報発信を強化した。</p>				○
	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	令和2年度
	実績値						50,118件
測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）				達成
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%以上にするを通じ、国民運動としての食品ロスの削減を推進する。		<p>食品ロス問題の認知度向上のため、消費者庁ウェブサイトでの周知や、食品ロス削減推進大賞の創設、賞味期限の愛称・通称コンテスト等を行った。令和3年3月に実施した「消費者の意識に関する調査」における「食品ロスを認知して削減に取り組む消費者の割合」は、76.6%となり、わずかながら増加した。</p>				○
	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	令和2年度
	実績値		62.4%	71.8%	71.0%	76.5%	76.6%

	<p>目標達成度合いの測定結果</p>	<p>(各行政機関共通区分)</p> <p>(判断根拠)</p>	<p>相当程度進展あり</p> <p>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>エシカル消費については、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>評価結果</p>	<p>施策の分析</p>	<p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標2については、掲載する新規教育教材等の数は着実に増加しコンテンツの充実化は図られているものの、サイトの利便性が高くないため減少したと考えられる。この点について課題が指摘されており、令和2年度に見直しの方向性について検討を実施したところであり、今年度と同サイトの改修を行い、アクセシビリティの向上に取り組んでいく。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段「消費者教育・普及啓発」により、特に、令和4年4月からの成年年齢引下げという喫緊の課題に向けて、平成30年度から令和2年度までの3年間を集中強化期間とする「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、若年者(特に高校生等を対象)への消費者教育教材の普及による、実践的な消費者教育の授業等を促進した。また、「社会への扉」では理解が難しいとの声から、特別支援学校向けの教材開発や、中学生向けの教材開発にも取り組んだほか、コロナ禍でデジタル化が進んだことも踏まえ、動画教材も作成し、地方公共団体等に周知する等、きめ細かな対応を行った。</p> <p>また、達成手段「エシカル消費の普及・啓発」により、団体や事業者等と協働しながら、啓発資料の充実に取り組んだほか、より実践に結び付ける観点からパンフレットを制作し、地方公共団体に配布した。また、小学校等で活用できる教材開発にも取り組み、特設サイトの開設を含め、消費者への普及啓発を強化した。なお、昨年度まで開催していたエシカル・ラボについては、エシカル消費についてより多くの消費者に認知していただく端緒として実施してきたが、令和2年度以降は費用対効果も考慮して、上記のような取組を進めた。</p> <p>達成手段「食品ロス削減推進」により、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に沿って、食品ロス削減推進大賞を創設したほか、賞味期限の愛称・通称コンテスト等消費者を巻き込んだ取組を実施した。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んだ。</p> <p>これらに鑑みれば、各達成手段は、施策の目標達成に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3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>「消費者月間」及び「若年者消費者教育教材の普及促進」 →「消費者教育・普及啓発」</p>	
	<p>次期目標等への反映の方向性</p>	<p>【施策】</p> <p>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>エシカ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、広くエシカ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】</p> <p>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>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・測定指標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について、授業実施後の正解割合や追跡調査における正解割合等、複数の算定方法が考えられるため、複数の算定結果を併記して分析を充実させる等、算定方法についての工夫が必要ではないか。 →調査手法の詳細は現在検討中であり、一定の制約もある中、意義のある調査とすべく、御指摘を踏まえ検討を進めてまいりたい。 ・測定指標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」について、直近の実績が目標水準80%に近い値となっているため、新たな指標への代替・指標の追加を検討する必要があるのではないか。例えば、食品ロスの削減に向けた行動を、食品ロスの削減度合いに応じてレベル分けし、より削減に資する行動に目標値を設定すること等が考えられる。 ・測定指標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」に関して、既に「削減に取り組む消費者」が8割近くになってきたことを踏まえると、本事業の契機となっている膨大な量の食品ロスに、目立った変化(改善)が見えてくる時期でもあるはずであり、それが「業績」として示されるべきである。それがいまだに見えてきていないとすれば、「削減に取り組む消費者」の捉え方に誤りがあるか、それとも食品ロスの「主犯」は、意識調査の対象となった個人・家庭ではなく、「企業がらみ」の部分であって、事業の「的」を変える必要性が明らかになるのではないか。 →食品ロスは家庭系・事業系双方から発生しており、2030年度に2000年度と比べそれぞれ半減する目標を掲げて、関係省庁で取り組んでいるところ。 国民各層が食品ロス削減の問題を「我が事」として捉え「行動」し、国民運動として取り組むことが重要であるが、消費者庁としてはまずは現在の測定指標の目標を達成すべく取組を推進してまいりたい。 併せて、家庭系食品ロスの発生源については必ずしも明確に整理されている訳ではないため、食品ロス発生源の把握・調査も検討してまいりたい。 ・短期的なアウトカム（アクセス件数等）と中長期的なアウトカム（消費者行動の変化）とのリンクを意識した、さらに詰めた政策推敲が求められる。 →御指摘を踏まえ、短期的なアウトカムと中長期的なアウトカムとのリンクを意識して、取組を推進してまいりたい。 ・青少年への教育、啓蒙についての取組の更なる充実を求める。 →御指摘を踏まえ、若年者への消費者教育を推進してまいりたい。
------------------------	--

<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"> ・消費者教育推進会議 https://www.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 ・エシカル消費特設サイト https://www.ethical.caa.go.jp/
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>消費者教育推進課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>消費者教育推進課長 吉村 紀一郎</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和3年8月</p>
--------------	-----------------	---------------	-----------------------------	----------------------	---------------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁2-④)

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（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。					
施策の予算額・執行額等	区分		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	3,049	2,742	2,738	2,526
		補正予算 (b)	1,150	1,150	1,601	
		繰越し等 (c)	50	0	-226	
		合計 (a+b+c)	4,249	3,892	4,113	
執行額 (百万円)		3,520	3,215	3,264		
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	令和6年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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。			SNSへの広告配信や鉄道・バスを利用した交通広告の実施をするなど、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。				○
2 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1	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	令和2年度
		実績値		4.7%	4.9%	9.3%	7.2%	17.9%
	測定指標2	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	令和2年度
		実績値					69.8%	

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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	令和2年4月に「都道府県等消費者行政担当課長会議」を、コロナウィルス感染拡大の影響に鑑みて書面開催、令和2年10月から11月にかけて、「地方消費者行政ブロック会議」を、全国を3ブロックに分けてオンラインにて開催し、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を図った。これらにより、地方消費者行政の充実・強化に向けた検討を進めることができた。					○
4 消費者行政ブロック会議の実施（全6ブロック）		加えて、可能な限り、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をするとともに、今後の課題等についても意見交換を行った。 なお、「地方消費者行政ブロック会議」について、関東ブロックは実開催予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響に鑑みて開催を中止し、書類送付等により代替した。						

測定指標	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	令和2年度	
		実績値	1回	1回	1回	1回	1回	1回
5 消費生活センター所長会議への出席（全7ブロック）	測定指標3	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	令和2年度
		実績値	6回	6回	6回	6回	5回	4回
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）	測定指標4	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	令和2年度
		実績値	7回	7回	7回	7回	6回	7回
測定指標5	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	令和2年度	
	実績値	7回	7回	7回	7回	6回	7回	
測定指標6	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	令和2年度	
	実績値				47自治体	41自治体	21自治体	

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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	測定指標7の消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率が90%以上になった都道府県数は26都道府県であった。 また、測定指標8の消費生活相談員配置市区町村の都道府県内人口カバー率が90%以上になった都道府県数は39都道府県であった（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）。					○

測定指標	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	令和2年度	
		実績値					26都道府県	26都道府県
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7	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	令和2年度
		実績値					38都道府県	39都道府県

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）	達成
9 地方モデル事業の実施			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、地方消費者行政の更なる充実・強化に向けた取組を支援し、さらに事業成果を全国的に横展開することで、他の地域における自発的かつ積極的な取組を促進した。	○
	年度	令和2年度		
	実績値	地域の現場における課題の解決に向けて、民間事業者、消費者団体等の関係団体が協働し、地方消費者行政活性化のモデルを構築する。令和2年度は、8事業を実施し、成果を公表した。		

測定指標	目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）	達成
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・救済が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2年度に「消費生活相談員担い手確保事業」を実施し、相談員育成に取り組んでいる。 消費者安全確保地域協議会を設置した自治体は、令和2年度末までに327自治体となっている（令和3年3月31日時点の状況を記載）。また、令和2年度には見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）総合情報サイトを開設し、設置事例・活用事例の掲載や、見守りガイドブック等の情報提供を行っている。今後各地方公共団体での活用が期待される。	○
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				

測定指標	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	令和2年度
		実績値			26都道府県	26都道府県	26都道府県
測定指標11	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	令和2年度
	実績値					7都道府県	14都道府県
測定指標12	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	令和2年度
	実績値					1都道府県	1都道府県

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)	相当程度進展あり
		(判断根拠)	<p>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、ある程度の進展がみられる。</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>

評価結果	<p>施策の分析</p>	<p>(実数値が減少等している測定指標) 測定指標1については令和2年度の値を現在整理中である。測定指標2については毎年度調査する必要はないと考えられ、令和2年度は調査していない。測定指標4及び6については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る。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者ホットラインの運用等」及び(2)「地方公共団体との連携等の推進」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。</p> <p>達成手段(3)「地方消費者行政強化交付金」については、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2020」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>達成手段(4)「地方モデル事業」については、各地の消費生活センターにおいて大きな課題となっていた相談対応困難者(高圧的な相談者)に対する対応マニュアルの作成など、企画競争により地方消費者行政におけるモデルとなり得る事業を選出しており、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いることから有効性、効率性が認められる。</p> <p>達成手段(5)「地方消費者行政人材育成事業」については、消費生活相談員資格試験合格者を100名以上輩出した消費生活相談員担い手確保事業を始め、それぞれの事業者の選定においても適切な入札による透明性、公平性を図り、適切な成果を出していることから、有効性、効率性が認められる。</p> <p>(注) なお、令和3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「地方公共団体との連携等に必要経費」は「地方公共団体との連携等の推進」に名称変更している。</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) 新型コロナウイルス感染症の拡大により、測定指標4を始めとした地方公共団体との直接の意見交換及び先進的モデル事業等における事業内容の計画変更を余儀なくされた。しかし、いずれもオンラインによる意見交換等を実施することによりその影響を最小化した。</p>
	<p>次期目標等への反映の方向性</p>	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「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。 ・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。 ・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。 ・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>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「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>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・予算について、各年度、7～8億程度が予算の不用額がみられ、この額は、各年度の「補正予算額」の過半に相当するものであり、看過すべきではないように思われる。 →不用額は、地方消費者行政推進事業(地方消費者行政強化交付金、地方消費者行政推進交付金)が大半を占めている。 地方消費者行政推進事業において、地方自治体からの申請を元に行われる「交付決定額」は、「予算額」と比べて、例年90%程度であった。「執行額」は、入札による費用効率化や、年度当初の事業計画からの修正等により、例年、「交付決定額」の90%強となっている。特に令和2年度に不用額が7～8億円程度となった背景としては、新型コロナウイルス感染症拡大に起因する事業のキャンセル等の影響から、「執行額」が84%と例年よりも低下したことが挙げられる。 他方で、「交付決定額」は、令和2年度は予算額に対して94%、令和3年度(令和3年8月現在)で97.2%と満額に近い水準になることが見込まれており、改善している。「執行額」についても、年度当初の交付決定額に対し一定の残余が出ることは免れないが、令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の影響が減少することが見込まれることから、不用額は大幅に縮小することが期待される。引き続き、御指摘いただいた不用額が発生しないよう事業の運用等について改善を行っていく。 	

<p>学識経験を有する者の知見の活用（続き）</p>	<p>・測定指標 1、2「若年者の消費者ホットライン188の認知度30%以上（全国）」「若年者の消費生活センターの認知度75%以上（全国）」について、施策のターゲットを踏まえた、より適切な指標の検討が必要ではないか。例えば、相談・救済を受けられる機関・ホットラインを全く認知していない若年者を減少させたいということであれば、不認知度の減少を指標・目標として設定することが考えられる。また、そうではなく、相談・救済のより詳しい情報（消費者ホットライン188等）を認知してもらいたい（そのような啓発段階にある）ということであれば、消費者ホットライン188の年代別認知度を指標として設定し、より詳しい分析をすること等が考えられる。</p> <p>→若年層は被害に遭いやすく、また消費者ホットライン188の認知度等が低いことを受け、当該測定指標を地方消費者行政強化作戦2020<政策目標3> 消費者教育の推進に位置付けられている。これを受け、消費者庁としては若年者の消費者ホットライン188の認知度を高めるべく、SNSや交通広告など、若年者が比較的良好に目にする媒体での広報を推進している。なお、御指摘の不認知度及び年代別認知度についても消費者庁が毎年実施する消費者意識基本調査において把握しており、適切に施策に活用しているところである。</p> <p>・測定指標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」について、協議会の設置件数に加えて、設置された協議会の活動内容や活動の充実度合い等を評価できるよう、追加的な指標の検討が必要ではないか。</p> <p>→御指摘のとおり、協議会の設置のみならず、その活動内容等を充実することは重要と考える。このため、消費者庁としては協議会の活動強化に活用できる交付金やガイドブックの作成・普及啓発を実施している。他方で、各地方公共団体の協議会の活動内容等について、適切な指標を設定するには検討を要すると考えられる。</p> <p>・測定指標の一つである「認知度」については、「認知」の意味内容が必ずしも明確でない。その意味内容を明確にすることが、施策の目指すところを示すことにもなるので、検討してほしい。</p> <p>→測定指標 1、2における「認知度」は消費者庁が毎年実施する消費者意識基本調査から引用しているところ、それぞれの意味内容は消費者意識基本調査の当該問の回答選択肢と同一となっている。すなわち、測定指標 1は「188（番号）を知っていた割合」、測定指標 2は「消費生活センター等の名前、業務内容、所在等について知っていた割合（全数から知らないと答えた割合及び無回答割合を引いた割合と同一）」となっている。</p> <p>・「消費生活センター」あるいは「消費生活相談員」の配置の充実は、「どこに住んでいても」ということから好ましいものではあるが、消費者との接触方法が「対面」でなくなり、電話・メール等になっていくと、市区町村別の設置、人口のカバー率といった地理的な要素はあまり有効な指標でなくなっているのではないか。</p> <p>→消費生活相談は地方公共団体の自治事務であり、住民サービスの一環として行われていることから原則として相談者は居住地の消費生活センター等へ相談することが想定されている。したがって、今後、非対面による相談件数が増加するとしても、御指摘の地理的要素は、引き続き一定の有効性を持つものと考えられる。</p> <p>・「施策の分析」欄における、支出の有効性等の評価について、契約手法が一般競争だから、それは「透明・公平」とストレートにはならないはずである。具体的な参入資格等の仕組みを見て初めて分かるものである。また、競争性が「透明・公平」の基礎になるというのであれば企画競争であっても同様のことがいえる。その辺りの整理を改めてお願いしたい。</p> <p>→契約手法と「透明・公平」について、一般競争であれ企画競争であれ、競争性の原理を適用する時点で、御指摘のとおり一定の「透明・公平」が担保されると認識している。他方で、行政の契約として十分な「透明・公平」を有するか否かの判断は、御指摘のとおり具体的な参入資格等の個別事案の条件をもってされるものと考えられるが、今回地方協力課の行ったいずれの施策にかかる契約についても、十分な公告期間、外部有識者を含めた評価等を経た上で実施されており、透明・公平な入札手続であったと整理している。</p> <p>・評価結果に関して、「施策最終年度」の目標値への接近をもって可とする判断が見られるが、計画時点で、途中の各年度ごとの目標値を定めて管理していくべきではないか。</p> <p>→御指摘のとおり、計画の段階において途中年度における達成具合を管理するよう設計することが望ましく、地方消費者行政強化作戦2020においても、その推進はPDCAによる進捗管理を徹底するものとされている。消費者庁としては地方消費者行政強化作戦2020にのっとり、毎年度のPDCAによる進捗管理を実施してまいりますが、各年度の目標値の設計については検討を要すると考える。</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>・地方消費者行政強化作戦2020（令和2年4月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_cooperation_cms201_200331_02.pdf</p> <p>・地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_cooperation_cms201_200331_04.pdf</p> <p>・令和2年度地方消費者行政の現況調査（令和2年11月） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/status_investigation/2020/</p> <p>・見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）総合情報サイト https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/network/</p>

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	政策評価 実施時期	令和3年8月
-------	-------	--------	-----------------	--------------	--------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(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					
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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>					
達成すべき目標	<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・意見を行い、生命身体事故等の発生・拡大を防止する。</p>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	268	252	239	228
		補正予算 (b)	-2	-2	-1	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	266	250	238	
執行額 (百万円)		221	203	167		
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（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</p>					

測定指標	目標	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成
1 事故情報データベースへの年間登録件数（上段）及び1か月当たりの平均アクセス数（下段）	<p>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。</p> <p>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。</p>			<p>関係行政機関から収集した事故情報等を「事故情報データベース」に集約し公開するとともに、被害の重篤度や拡大可能性等を踏まえて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。</p> <p>「子どもを事故から守る！Twitter」及び「子ども安全メールfrom消費者庁」を定期的に配信したほか、子供の事故に関するプレスリリースによる注意喚起を行った。また、令和2年7月20日～26日を「子どもの事故防止週間」とし、関係省庁が連携し集中的な啓発活動を行った。</p>				○
2 14歳以下の子供の不慮の事故による死者数	測定指標 1	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	令和2年度
		実績値	25,960件 9,744件	28,284件 14,960件	26,115件 16,587件	22,578件 21,662件	28,009件 29,089件	23,623件 23,856件
	測定指標 2	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	令和2年度 (概数)
		実績値	351人	293人	258人	287人	259人	217人

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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） ※理解が深まることで福島県産食品の購入をためらう人の割合は減少すると考えられる。	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	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ことができるよう啓発を行う意見交換会等を関係府省と連携して実施した。 小学生とその保護者を対象に食品中の放射性物質に関する動画と学習プログラムを作成し、消費者庁ウェブサイト上に公開した。					○
4 意見交換会参加者の理解度（アンケート結果）	測定指標3	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	令和2年度
		実績値	15.0%	13.2%	12.7%	12.5%	10.7%	8.1%
	測定指標4	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	令和2年度
		実績値	86.7%	83.7%	88.0%	82.2%	91.4%	93.7%
測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
5 勧告・意見項目の年度別件数（上段）及び累計件数（下段）	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がなされているか継続的に確認し、生命身体事故等の発生・拡大防止を図る。	令和2年度	事故等原因調査を行い、その発生・拡大防止のために必要な措置・施策について、関係行政機関の長へ意見を具申した。 具体的に主なものとしては、令和元年8月に発生した水上設置遊具による溺水事故について、早急に調査を行い、令和2年6月に事故等原因調査報告書を公表するとともに、関係行政機関の長へ意見を具申した。					○
6 勧告・意見先の関係行政機関で取組が終了した累計件数（上段）及び勧告・意見項目の累計件数に対する割合（下段）	測定指標5	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	令和2年度
		実績値	16件 46件	37件 83件	24件 107件	28件 135件	7件 142件	33件 175件
	測定指標6	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	令和2年度
		実績値	0件 0%	5件 6%	15件 14%	15件 11%	47件 33%	58件 33%
測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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（上段）及び配信サービス登録件数（下段）	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	リコール対象の製品による消費者事故が発生している現状を踏まえ、リコール情報が消費者に行き届くよう「消費者庁リコール情報サイト」を適切に運用するとともにメール配信サービスによる情報発信を行った。 重大製品事故が発生しているリコール製品については、定期的な公表のほか、「消費者庁リコール情報サイト」にも掲載することで注意喚起を行った。					○
8 リコール製品に関する重大事故等の通知件数（上段）及び重大製品事故の報告件数（下段）	測定指標7	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	令和2年度
		実績値	- 7,432件	- 7,954件	- 8,064件	105万件 8,295件	105万件 9,327件	110万件 9,689件
	測定指標8	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	令和2年度
		実績値	48件 89件	28件 77件	44件 90件	18件 64件	31件 124件	24件 95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>(実績値が減少している測定指標)</p> <p>測定指標1については、事故情報データベースへの年間登録件数と1か月当たりの平均アクセス数の両方が令和元年度に比べ減少しているものの年間登録件数はP10-NETに登録される消費生活相談の件数等に左右されること、アクセス件数は過去の平均件数を踏まえて目標達成とした。</p> <p>測定指標6については、関係行政機関の取組状況に左右されるものであり、実績値は前年度と比べ減少しているものの、過去の平均件数を上回っており、測定指標5の実績値が大幅に増加していることから施策全体では目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性・効率性)</p> <p>達成手段「消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進」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、「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。14歳以下の子供の不慮の事故による死者数は減少傾向にあるところ、その評価は難しいが、当課の取組の成果も寄与しているものと考えている。</p> <p>達成手段「生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言」に関しては、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。</p> <p>達成手段「食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進」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ことが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。福島県産食品の購入をためらう人の割合は年々減少しており、食品中の放射性物質に関する理解が深まっていることが1つの要因になっていると考えられる。</p> <p>達成手段「リコール情報周知の推進」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。その結果、リコール情報サイトへのアクセス数等が増加し、リコール情報をより多くの消費者へ届けることができた。</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>(注) なお、令和3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> <ul style="list-style-type: none"> ・「消費者の安全確保のための施策の推進」及び「子どもの事故防止に関する取組の推進」 →「消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進」 ・「消費者事故の調査」 →「生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言」 ・「リスクコミュニケーション等の推進」 →「食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進」
	次期目標等への反映の方向性	<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>

学識経験を有する者の知見の活用	<ul style="list-style-type: none"> ・各測定指標が政策評価の指標として妥当なものかは再度精査が必要。消費者庁の関わりのみが当該指標に与える要因ではないだろうものもあり、その場合、追加的な説明が必要であろう。→御指摘を踏まえ、施策の分析に追加的な説明を追記した。 ・測定指標2「14歳以下の子供の不慮の事故による死者数」について、外部要因が非常に大きいため、例えばプレスリリース等で注意喚起した事故がどの程度減少したか等、消費者庁の取組と関連する成果に着目した指標の検討が必要ではないか。→これまでも測定指標の在り方について検討を行い、定性的なものから定量的なものに改善してきたが、御指摘を踏まえ、今後も適切な測定指標の在り方について検討する。 ・達成手段の有効性・効率性について、各指標の進捗状況と記載内容が類似しているため、各施策の進捗により明らかになった課題の内容や課題への対応方針等、より分析的な内容を記載する必要があるのではないかと。→御指摘を踏まえ、施策の分析に追記した。 ・消費者安全調査委員会による「勧告・意見」が、対象行政機関による「取組」に結び付けられたかは、単に、件数を示すのではなく、勧告・意見と取組との対応関係を示して「消込み」作業を行っていくべきものと思う。その際には、「適時」の取組が望ましいことはいうまでもないが、「検討中」といった整理も当然あっても良いものと思われるところ、「勧告・意見」が各機関に真摯に受け止められて施策が推進されていることを示す指標を目指すべき。→御指摘を踏まえ、勧告・意見項目の累計件数に対する関係行政機関による取組の累計件数の割合を指標として設定した。
-----------------	---

<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) ・ 事故情報データベース https://www.jikojoho.caa.go.jp/ai-national/ ・ 消費者安全法及び消費生活用製品安全法に基づく事故情報の集約、公表（2020年度）等 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/release/2020/ ・ 消費者への注意喚起（2020年度） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/2020/ (測定指標 2) ・ 厚生労働省「人口動態統計」（令和2年は概数） https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003411659 https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/geppo/nengai20/index.html ・ 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/ (測定指標 3) ・ 風評被害に関する消費者意識の実態調査について https://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding_food_and_radiation/#harmful_rumor (測定指標 4) ・ リスクコミュニケーション会場アンケート結果（非公表） (測定指標 5) ・ 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/ (測定指標 6) ・ 消費者安全調査委員会 報告書/経過報告/評価書（各事案の「意見後の動き」） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ (測定指標 7) ・ 消費者庁リコール情報サイト https://www.recall.caa.go.jp/ (測定指標 8) ・ 消費者安全法及び消費生活用製品安全法に基づく事故情報の公表（2020年度） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/release/2020/</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 大森 崇利	政策評価 実施時期	令和3年8月
-------	--------	--------	------------------	--------------	--------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁2-⑥)

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>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>併せて、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30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	262	240	232	229
		補正予算 (b)	-	-	28	
		繰越し等 (c)	-	-	-28	
		合計 (a+b+c)	262	240	232	
執行額 (百万円)		196	170	166		
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（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	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
1 国の特定商取引法及び預託法執行状況（行政処分件数）	<p>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。</p>		<p>令和2年度における国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分件数は89件となり過去最多であった昨年度と同数であった。なお、売上高10億円以上の事業者等に対する行政処分は11件であった。さらに、令和2年度に国が行った特定商取引法及び預託法に基づく行政処分によって、推計として少なくとも約2,024億円の消費者被害の拡大を防ぐことができた。このように、重大事案に重点的に取り組み、特定商取引法及び預託法に基づき、厳正かつ適切に行政処分を行うこと等によって、悪質事業者による消費者被害の拡大防止等が図られた。</p> <p>個別事案について都道府県との共同調査を積極的に行い、都道府県と同日付けで6件の行政処分を行った。</p> <p>また、法執行担当者向け研修（新型コロナウイルス感染症拡大による影響を考慮しオンライン（録画）での開催）を実施し、特定商取引法執行に係る知見やノウハウの共有を図るなど、関係機関における執行業務を支援した。</p>					○
（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	測定指標1	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	令和2年度
		実績値	34件	32件	34件	58件	89件	89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）	参考指標1	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	令和2年度
		実績値	5件	21件	15件	20件	44件	11件
	参考指標2	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	令和2年度
		実績値	50件	34件	37件	72件	87件	52件

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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。		<p>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い、令和2年度（令和2年8月）に報告書を取りまとめた。</p> <p>上記報告書も踏まえ「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回通常国会に提出した（令和3年6月に成立）。</p> <p>また、改正法に関して消費者や事業者の方々等に対して説明等を実施することによって、周知や啓発を行った。</p>					○
測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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。		<p>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、行政指導を行ったことにより、消費者利益の保護等が図られた。</p>					○
	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	令和2年度	
	実績値（行政指導）	3,388件	3,409件	3,458件	5,747件	6,042件	7,055件	
	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	令和2年度	
	実績値（行政処分）	7件	0件	2件	0件	0件	0件	
測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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。		<p>特定商取引法上の広告表示義務等に違反していた通信販売業者に対し、1,105件の行政指導を行うとともに、近年消費生活相談が急増している詐欺的な定期購入商法に関連する8件の行政処分を行ったことにより、消費者利益の保護等が図られた。</p>					○
	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	令和2年度	
	実績値（行政指導）	1,083件	1,019件	1,310件	1,459件	1,023件	1,105件	
	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	令和2年度	
	実績値（行政処分）	0件	0件	2件	4件	5件	8件	
測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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。		<p>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等に違反していたサイトの販売事業者に対して、行政指導を行ったことにより、消費者利益の保護等が図られた。</p>					○
	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	令和2年度	
	実績値		160件	79件	93件	99件	113件	
測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）					達成
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。		<p>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等に違反していたサイトの販売事業者に対して、行政指導を行ったことにより、消費者利益の保護等が図られた。</p>					○
	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	令和2年度	
	実績値	5件	10件	1件	1件	4件	3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)	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。
	施策の分析	<p>(実績値が減少した測定指標) 測定指標6について、令和元年度と比較すると1件、行政指導が減少しているものの、個別の違反状況に応じた適切な法執行が行われている。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 「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」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2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：89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11件であった。さらに、「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」を開催し、有識者の意見等を踏まえ、第204回通常国会に「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」を提出するなど、消費者の利便性の確保と消費者保護の観点から積極的に制度改革に取り組んだ。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>	
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】 取引の公正の確保及び消費者の利益の保護を図るため、引き続き特定商取引法及び預託法等の厳正な執行を図る。</p> <p>【測定指標】 測定指標1、3、4、5、6について、引き続き厳正な執行を行っていく。</p>	

学識経験を有する者の知見の活用	※翌年度以降、政策評価有識者懇談会において、有識者による点検を実施予定。
-----------------	--------------------------------------

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>【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3年4月1日現在） https://www.no-trouble.caa.go.jp/pdf/20210401ac01.pdf</p>
---------------------------	--

担当部局名	取引対策課	作成責任者名	取引対策課長 奥山 剛	政策評価実施時期	令和3年8月
-------	-------	--------	----------------	----------	--------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁2-⑦)

施策名	消費者表示対策の推進					
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。					
施策の予算額・執行額等	区分		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	193	188	180	176
		補正予算 (b)	-	-1	17	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	193	187	197	
執行額 (百万円)		134	144	133		
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（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）⑤オ、Ⅱ（4）②、Ⅱ（4）③、Ⅲ（3）①					

測定指標	目標	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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	景品表示法に違反する表示等について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年度においては、不当表示等に対して景品表示法の規定に基づく措置命令・課徴金納付命令を行い、これを公表（合計48件）、積極的な行政指導を実施（176件）及び一般消費者への注意喚起を実施（例えば新型コロナウイルスへの効果を標榜する商品について4回実施）するなど、一般消費者の利益確保を行った。				○
	参考指標（実績値）	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	令和2年度	
	措置命令件数	13件	27件	50件	46件	40件	33件	
	課徴金納付命令件数		1件	19件	20件	17件	15件	
	行政指導件数	178件	138件	179件	216件	202件	176件	
	景品表示法課徴金額		4.9億円	3.9億円	5.1億円	4.7億円	11.7億円	
措置命令によって保護された消費者利益 (注：算出方法は「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」欄参照。)		388.3億円	429.5億円	147.4億円	204.8億円	1,417億円		

測定指標	目標	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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。			事業者団体が主催する説明会への講師派遣等を通じて景品表示法等に係る普及啓発にも努めるなど、一般消費者による自主的かつ合理的な選択の確保に向けた各種取組を行った。				○
	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	令和2年度	
	景品表示法等の説明会等への講師派遣状況（講師派遣件数）（実数値）	168件	172件	174件	154件	136件	76件	
	景品表示法等の説明会等の参加事業者の理解度（アンケート）（実数値）		91%	95%	95%	83.20%	82.80%	
景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談への対応状況（相談件数）（実数値）	22,294件	22,763件	21,884件	21,756件	20,605件	22,026件		

測定指標	目標	令和2年度	施策の進捗状況（実績）				達成
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。				○	
	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	令和2年度
	指導件数（実数値）	145件	120件	50件	84件	84件	66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)
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2年度単年で見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年間で見て引き続き高い執行水準にあるといえ、また、措置命令により保護された消費者利益は令和2年度は1,417億円と高水準にあり、一般消費者の利益を確保するという定性的な目標の達成に十分寄与しているといえることから、目標達成とした。</p> <p>なお、「措置命令により保護された消費者利益」は、措置命令の対象商品の売上額を基に推計したものであり、商品の単価が高いほど推計値は高くなる傾向にある（令和2年度においては、比較的単価が高く売上が大きい案件があったことから、前年度に比べ推計値が大幅に大きくなっている。）。</p> <p>測定指標2については、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う説明会等の開催中止が多く見られたことなどから講師派遣数は前年度に比べ減少したが、景品表示法等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、令和2年度単年で見た場合の件数は前年度に比べ減少しているが、これは、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ほか、前年と比べ総額表示が浸透していったことにも起因する（参考として、中小企業庁が実施する消費税の転嫁状況に関するモニタリング調査において、「全て転嫁できている」と回答した事業者の割合は平成30年度88.1%、令和元年度88.5%、令和2年度90.5%）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「表示適正化のための普及・啓発等」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利活用により関係行政機関との連携が強化された。また、達成手段「不当表示等違反事件調査」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、これらの達成手段は、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「消費税価格表示事件調査」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、いずれも有効かつ効率的に寄与したものと考えられる。</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>新型コロナウイルス感染症の拡大に乗じ、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、一般消費者への注意喚起を4回にわたって行ったほか、措置命令だけでなく指導案件の公表を行うなど、消費者被害の防止に努めた。</p> <p>このほか、携帯電話に関して、「頭金」の表示について総務省と連名で消費者に対して注意喚起を行ったほか、表示の総点検を行い、携帯大手各社に対して分かりやすい表示を要請した。</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> <p>(注) なお、令和3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> <ul style="list-style-type: none"> ・違反事件調査 →「不当表示等違反事件調査」 ・普及啓発等 →「表示適正化のための普及・啓発等」 ・消費税転嫁対策 →「消費税価格表示事件調査」
	次期目標等への反映の方向性	<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い。</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い。</p>

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<p>・測定指標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」について、「措置命令によって保護された消費者利益」が令和2年度は前年度比7倍となっている。各年度で金額の変動が大きい為、変動の背景・状況を丁寧に分析し記載する必要があるのではないか。 →指摘を踏まえ、施策の分析欄に変動の背景等を記載。</p> <p>・参考指標として表示されている「保護された消費者利益」の欄に注目した。これは、対処のとられた時期が早ければ、つまり「迅速な執行」(「施策の分析」欄にある表現)に比例して大きくなるはずのものであり、行政サイドの素早い措置の必要性を示すものになる。もちろん、この数字の「極大化」のみが事業の目的となっておかしくない結果になりかねないが、「適切な対応」というだけでなく、「適時適切な対応」が求められることを常に意識させる指標として機能させることができるのではないか。 →御指摘の数字は、措置件数のほか、違反行為の対象となった商品の価格水準によっても大きく変動するものであるため、必ずしも「適時適切な対応」を意識させる指標として機能するものにはならないことから、参考指標として記載しているところ、この点について、施策の分析欄の記載を修正した。 「適時適切な対応」については、件数のみで表すことが困難であることから、例えば令和2年度においては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に対し積極的に改善要請や注意喚起を行ったことを記載するなど、件数に表れない年度ごとの事情に則した定性的な分析を施策の分析欄に記載している。</p> <p>・違反摘発件数の変化をどう評価するかは難しい。違反防止の取組の効果を問題にするならば件数増加は逆のメッセージになるし、それ自体が違反防止の手段だというならば積極的な評価になる。その他、関連指標の意味するところのより詰めた説明が求められる。 →不当表示事案は、取締りを行っても常に新しい違反行為が出てくるものであり、件数を防止の取組の効果や違反防止手段としての指標と捉えて説明することは困難であるほか、例えば、1つの不当表示を複数の供給事業者が行っていた場合は件数が増えるなど、件数は外的要因に左右されるため、評価の指標とすることは困難であることから、測定指標にはせず、参考指標と位置付けている。</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】 景品表示法関連報道発表資料 2020年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2020/ その他の景品表示法関連の公表資料 2020年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2020/ 令和2年度における景品表示法の運用状況及び表示等の適正化への取組 https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_210721_01.pdf</p> <p>【測定指標2】 その他の景品表示法関連の公表資料 2020年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2020/</p> <p>【「措置命令を行ったことにより保護された消費者利益」の算出方法】 措置命令を行わなかった場合に、不当表示がその後1年間継続したと仮定し、その間に当該商品に対して消費者が支払ったであろう金額の合計を課徴金算定基礎額を基に推計。</p>
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>表示対策課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>表示対策課長 南 雅晴</p>	<p>政策評価 実施時期</p>	<p>令和3年8月</p>
--------------	--------------	---------------	------------------------	----------------------	---------------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁2-⑧)

施策名	食品表示の企画・立案・推進					
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。					
施策の予算額・執行額等	区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	283	267	250	248
		補正予算 (b)	-17	-0	122	
		繰越し等 (c)	-	-	-122	
		合計 (a+b+c)	267	266	250	
執行額 (百万円)	268	249	244			
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（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					

目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）						達成
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。		食品表示制度の普及啓発について、コロナ禍という外的要因により講師派遣依頼が減ったため、前年度より件数が減少したものの、オンラインによる開催に対応する等、コロナ禍においても適切に普及啓発を実施した。 食品表示に関する消費者意向調査を実施し、食品表示制度の理解度（%）を測定した結果、測定指標2のほとんどが前年度から横ばいとなっている。 また、食品表示基準等必要な食品表示制度、関係する通知等の改正に対応するとともに、消費者、事業者へ周知した。 総じて目標に対して適切に取り組んだと判断した。						○
測定指標	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	令和2年度	
1 食品表示制度の普及啓発（講師派遣回数）	測定指標1	実績値	22	74	165	170	138	47
2 消費者意向調査における食品表示制度の理解度 ※実績値には各年度の「理解度／目標値（達成度）」を記載	測定指標2-①（期限表示）	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	令和2年度
		実績値			55.0/57.3 (96.0%)	54.1/60.6 (89.3%)	56.7/60.8 (93.3%)	55.4/60.1 (92.2%)
	測定指標2-②（食品添加物）	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	令和2年度
		実績値			20.1/43.5 (46.2%)	21.3/46.5 (45.8%)	22.4/46.0 (48.7%)	22.3/46.0 (48.5%)
	測定指標2-③（アレルギー）	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	令和2年度
		実績値			31.7/21.1 (150.2%)	32.1/22.8 (140.8%)	46.3/23.3 (198.7%)	48.5/24.6 (197.2%)
	測定指標2-④（栄養成分）	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	令和2年度
		実績値			38.7/35.0 (111%)	38.1/38.7 (98.4%)	40.4/39.3 (103%)	37.9/39.9 (95.0%)
	測定指標2-⑤（遺伝子組換え食品（分別流通生産管理））	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	令和2年度
		実績値			9.8/32.5 (30.2%)	12.0/35.3 (34.0%)	12.5/34.1 (36.7%)	12.8/35.1 (36.5%)
	測定指標2-⑥（遺伝子組換え食品（不分別））	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	令和2年度
	実績値			11.2/32.5 (34.5%)	8.9/35.3 (25.2%)	8.9/34.1 (26.1%)	9.9/35.1 (28.2%)	
測定指標2-⑦（原料原産地表示（対象品目））	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	令和2年度	
	実績値			11.5/50.4 (22.6%)	12.0/53.2 (22.6%)	12.1/52.5 (23.0%)	12.6/52.2 (24.1%)	
測定指標2-⑧（原料原産地表示（対象原材料））	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	令和2年度	
	実績値			15.1/50.4 (30.0%)	13.0/53.2 (24.4%)	13.7/52.5 (26.1%)	14.1/52.2 (27.0%)	
測定指標2-⑨（原料原産地表示（製造地表示））	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	令和2年度	
	実績値			16.4/50.4 (32.5%)	17.3/53.2 (32.5%)	18.2/52.5 (34.7%)	19.2/52.2 (36.8%)	
測定指標2-⑩（原料原産地表示（又は表示））	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	令和2年度	
	実績値			10.6/50.4 (21.0%)	12.6/53.2 (23.7%)	12.7/52.5 (24.2%)	14.2/52.2 (27.2%)	
測定指標2-⑪（原料原産地表示（大括り表示））	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	令和2年度	
	実績値			35.5/50.4 (70.4%)	24.5/53.2 (46.1%)	23.2/52.5 (44.2%)	27.5/52.2 (52.7%)	

測定指標		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	令和2年度
3 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス数	測定指標3	実績値			1,093,010	4,620,724	7,110,019	5,790,729
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）	測定指標4（府省令等）	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	令和2年度
		実績値	4	0	2	5	8	7
	測定指標4（通知及びQ&A）	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	令和2年度
		実績値	6	3	6	5	9	6
目標	令和6年度	施策の進捗状況（実績）						達成
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。		<p>機能性表示食品については、令和2年度末時点で、3,486件を公表した。特別用途食品（特定保健用食品を除く。）については69件、特定保健用食品については1,071件の表示許可等を行った。令和元年度に引き続き、令和2年度も買上調査を実施し、関与成分等の表示値の妥当性に問題点がないことを確認した。</p> <p>食品表示に関する消費者意向調査を実施し、食品表示制度の理解度（%）を測定した結果、測定指標9について前年度から横ばいとなっている。</p> <p>食品表示基準等必要な食品表示制度等の改正に的確に対応するとともに、制度改正内容について消費者、事業者に周知した。</p> <p>総じて目標に対して適切に取り組んだと判断した。</p>						○
測定指標		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	令和2年度
5 機能性表示食品の公表件数（撤回を除く累積）	測定指標5	実績値	272	815	1,269	1,735	2,568	3,486
6 特定保健用食品の許可等件数（失効を除く累積）	測定指標6	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	令和2年度
		実績値	1,238	1,119	1,081	1,067	1,072	1,071
7 特別用途食品の許可等件数（失効を除く累積）	測定指標7	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	令和2年度
		実績値	64	54	53	62	68	69
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	測定指標8	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	令和2年度
		実績値			98/100	100/100	104/105	101/102
9 消費者意向調査における保健機能食品制度の理解度 ※実績値には各年度の「理解度/目標値（達成度）」を記載	測定指標9-①（特定保健用食品）	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	令和2年度
		実績値			32.2/41.9（76.8%）	34.7/42.6（81.5%）	33.6/42.9（78.3%）	33.1/42.6（77.7%）
	測定指標9-②（栄養機能食品）	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	令和2年度
		実績値			8.1/43.9（18.5%）	10.4/44.8（23.2%）	11.0/45.2（24.3%）	10.9/45.3（24.1%）
	測定指標9-③（機能性表示食品）	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	令和2年度
		実績値			15.3/40.7（37.6%）	16.9/42.0（40.2%）	17.4/42.5（40.9%）	17.2/42.7（40.3%）
10 食品表示基準等に関するサイトへのアクセス数	測定指標10	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	令和2年度
		実績値			1,093,010	4,620,724	7,110,019	5,790,729
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11-①（府省令等）	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	令和2年度
		実績値	1	1	1	1	2	2
	測定指標11-②（通知及びQ&A）	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	令和2年度
		実績値	9	8	10	10	15	21
測定指標	目標	令和4年度	施策の進捗状況（実績）				達成	
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。		分かりやすく活用される食品表示の検討のために必要な調査を実施した。				○	
	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	令和2年度	
	実績値						2	

<p>目標達成度合いの測定結果</p>	<p>(各行政機関共通区分)</p> <p>(判断根拠)</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て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>評価結果</p>	<p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標 1はコロナ禍という外的要因により講師派遣依頼が減ったため、前年度より件数が減少しているが、オンラインによる開催に対応する等、コロナ禍においても適切に普及啓発を実施した。</p> <p>測定指標 4は件数が前年度を上回ることが目標ではなく、実態を踏まえて速やかに対応していることが重要であり、改正に当たっては消費者の意向、事業者の実行可能性等を踏まえ、速やかに対応した。</p> <p>測定指標 3 及び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、令和2年度も恒常的にアクセスされていると判断できる。</p> <p>なお、令和元年度は食品表示基準の完全施行が令和2年4月に迫っていたこと、食物アレルギー表示の推奨品目にアーモンドを追加したこと、ゲノム編集技術応用食品の表示の考え方に係る公表など、事業者が対応する必要があり、かつ世間の注目度が高い案件があったため、他の年度に比較して件数が一時的に伸びたと思われる。したがって、前年度よりアクセス件数が減少しても問題はないと考えられる。</p> <p>測定指標 2 及び9は一部微減している項目もあるが、ほぼ前年度から横ばいとなっていることから、普及啓発に引き続き着実に取り組む必要があると考えられる。</p> <p>測定指標 6 及び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。</p> <p>測定指標 8は成分の含有量が資料の記載通りに含有されていなかった品目が1点あったものの、当該1点は単一の農林水産物のみが原材料である加工食品であり、商品の特性上、関与成分の含有量が下回る可能性がある製品であることから、買上対象商品の表示値はおおむね妥当であったと評価できる。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段「食品表示制度の検討・担保」を活用し、今後食品表示制度の対象となることが想定される食品についての表示の適正性を確保するため、監視等に必要な検査法の開発及び食品表示制度における課題を検討する際に必要な消費者の意向等の調査を適切に実施した。</p> <p>達成手段「食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・充実」を活用し、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及び令和3年度で経過措置期間が終了する新たな加工食品の原料原産地表示制度及び事業者の対応状況に関する実態調査など必要な調査等を把握することにより、制度を適切に運用した。</p> <p>達成手段「食品表示制度の普及・啓発」を活用し、食品表示制度について、消費者基本計画及び食品表示法の一部を改正する法律の附帯決議を踏まえ、消費者の安全・安心、健康作りの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するため、食品表示が消費者に十分に活用されるように、消費者に対する戦略的な周知普及を行った。</p> <p>達成手段「保健機能食品制度等の適正化・充実」を活用し、食品表示法及び健康増進法に基づく食品表示制度のうち、食品の機能性を表示する特定保健用食品、機能性表示食品及び栄養機能食品に係る制度、栄養成分表示制度、並びに、病者用食品等の特別用途食品に係る制度について、必要な検討や調査等を行うことにより、制度を適切に運用した。</p> <p>達成手段「機能性表示食品等の買上調査等による検証」を活用し、平成27年度から施行された食品表示法の規定に基づく機能性表示食品制度に加え、消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品制度を適切に運用する方法の一つとして、販売されている製品中の関与成分等の含有量の分析・検証等を実施した。</p> <p>達成手段「特定保健用食品データベースの運用」を活用し、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所が保有する特定保健用食品データベースの安定的な運用を実施した。</p> <p>達成手段「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」を活用し、製造所固有記号制度及び機能性表示食品制度について、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とともに、政府方針である「デジタル・ガバメント実行計画」におけるオンライン化促進へ対応した。</p> <p>達成手段「食品表示対策の推進」を活用し、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への講師を派遣する等、食品表示に関する制度を適正に企画・立案・運用した。</p> <p>(注) なお、令和3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> <ul style="list-style-type: none"> ・食品表示制度の検討・担保に必要な経費 →「食品表示制度の検討・担保」 ・買上調査による検証事業 →「機能性表示食品等の買上調査等による検証」 ・食品表示制度の企画・立案のための事務経費 →「食品表示対策の推進」 	<p>施策の分析</p>

評価結果	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】 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>
------	---------------	---

学識経験を有する者の知見の活用	<p>※翌年度以降、政策評価有識者懇談会において、有識者による点検を実施予定。</p> <p>なお、昨年度に「改訂しなければならないことを把握後、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。」との指摘を受けて、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、今回は測定指標4及び11について、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」に変更した。</p> <p>また、「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。」との指摘を受けて、今回測定指標を立てるに当たってはできる限り重複がないように設定した。</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>【測定指標2、9】 令和2年度食品表示に関する消費者意向調査（令和3年7月8日公表） https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2020/assets/food_labeling_cms201_210708_01.pdf</p> <p>【測定指標12】 「わかりやすい食品表示」の啓発とガイドライン作成プロジェクト（令和3年3月31日公表） https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/advancedmodel/index.html</p> <p>アプリケーションを活用した食品表示実証調査事業（令和3年6月21日公表） https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2020/assets/food_labeling_cms202_210621_01.pdf</p>
---------------------------	---

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 谷口 正範	政策評価 実施時期	令和3年8月
-------	---------	--------	-------------------	--------------	--------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁2-⑨)

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。					
施策の予算額・執行額等	区分		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	67	91	63	60
		補正予算 (b)	0	-	0	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	67	91	63	
執行額 (百万円)		50	65	58		
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（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	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成	
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。			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。				○	
		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		令和2年度
		実績値	181,920回	178,838回	194,478回	263,913回	305,369回		250,885回
測定指標	目標	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成	
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。			消費者利益を擁護する観点から、賠償負担金・廃炉円滑化負担金の算入に伴う電力託送料金変更案の算定に関して消費者委員会へ付議し、同委員会の意見を踏まえ、資源エネルギー庁に対し意見表明を行うとともに、その他の公共料金の新設・改定に当たっては、関係省庁からの協議に対し、公共料金等の決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金適正性の観点から検討を行い、適切に対応した。				○	

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)	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。
	施策の分析	<p>(実績値が減少している測定指標)</p> <p>測定指標1については、消費税率引上げ前後に規模を拡大して調査を実施した令和元年度と比較するとアクセス数が減少しているが、おおむね平成30年度並みの高水準であるため、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「生活関連物資等の価格等の把握」により、物価モニター調査を毎月実施し、物価動向を把握するとともに、コロナ禍における買い置きや品薄についての考え方、コロナ禍におけるインターネットでの買物等に関する意識調査を実施し、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による消費者の意識・行動の変化を迅速に把握した。調査結果は毎月消費者庁ウェブサイト公表し広く情報提供を行っている。さらに、物価モニター調査の調査データは行政機関及び独立行政法人等から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。</p> <p>また、公共料金等の改定については、賠償負担金・廃炉円滑化負担金の算入に伴う電力託送料金変更案の算定に関して、消費者委員会に付議を行い、同委員会の意見を踏まえて資源エネルギー庁に意見表明を行う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の感染拡大に伴うマスク等の生活関連物資等の需要の急増に対応するため、関係府省庁と連携し、国民に冷静な対応等の呼び掛けを実施するとともに、特にマスク及びアルコール消毒製品については、国民生活安定緊急措置法に基づき転売を禁止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> <p>(注) なお、令和3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> <ul style="list-style-type: none"> ・物価モニター調査 <p>→「生活関連物資等の価格等の把握」</p>	
次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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。</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3年度以降も同様の指標を設定する予定である。</p>		

学識経験を有する者の知見の活用	※翌年度以降、政策評価有識者懇談会において、有識者による点検を実施予定。
-----------------	--------------------------------------

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>【測定指標1】</p> <p>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2】</p> <p>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>
---------------------------	--

担当部局名	参事官(公益通報・協働担当)	作成責任者名	参事官(公益通報・協働担当) 檜橋 康英	政策評価実施時期	令和3年8月
-------	----------------	--------	-------------------------	----------	--------

令和2年度実施施策に係る政策評価書

(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					
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。					
施策の予算額・執行額等	区分		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算 (a)	99	91	66	61
		補正予算 (b)	-1	0	0	
		繰越し等 (c)	-	-	-	
		合計 (a+b+c)	98	91	66	
執行額 (百万円)		77	87	61		
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（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	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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。	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。						○
		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	令和2年度
		実績値	62,654件	79,261件	74,423件	78,590件	108,479件	83,453件
測定指標	目標	令和2年度		施策の進捗状況（実績）				達成
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年版消費者白書は「つくる責任、つかう責任、減らす責任」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。						○
		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	令和2年度
		実績値	1,807,485件	2,730,332件	2,953,463件	4,879,673件	3,505,588件	2,939,590件

測定指標		目標	令和2年度		施策の進捗状況（実績）			達成	
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。</p> <p>「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>			<p>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、令和2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。</p> <p>「消費者庁新未来創造戦略本部」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。</p>			○	
		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	令和2年度	
		実績値		43事業者	78事業者	101事業者	153事業者	191事業者	
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）	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。	
	施策の分析	<p>（実績値が減少している測定指標） 測定指標1及び2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、測定指標1については平成30年度以前、測定指標2については平成29年度以前の実績と比較すると依然高水準であるため、目標達成とした。</p> <p>（達成手段の有効性、効率性） 達成手段「消費者志向経営の推進」により、消費者志向経営優良事例表彰の開催等を通じて、消費者志向経営について普及・啓発を行うとともに、事業者における消費者志向経営に関する取組に関して広く情報提供を実施した。また、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、地方の企業へ消費者志向経営の普及・啓発を行った。消費者志向経営の取組推進やその普及啓発を実施することで、消費者志向経営が社会の基本認識となることにつながり、健全な市場の実現や消費者被害の未然防止、消費者の安全・安心の確保に寄与する。</p> <p>達成手段「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」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2月6日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消費者白書を提供するとともに消費者庁ウェブサイト公表し、広く国民に情報提供を行った。消費者意識基本調査の実施や消費者被害・トラブル額の推計の実施、消費者白書の作成・公表により情報提供を行うことで、消費者問題に対する国民や関係機関の理解が深まるとともに、消費者問題の現状や求められるニーズを的確に捉えた適切かつ効果的な消費者政策の企画立案につながる。</p> <p>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取組を実施することができたため、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>（注）なお、令和3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。 ・消費者白書及び消費者意識基本調査 →「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」</p>							
	次期目標等への反映の方向性	<p>【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。</p> <p>【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。</p>							
学識経験を有する者の知見の活用	※翌年度以降、政策評価有識者懇談会において、有識者による点検を実施予定。								

<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「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「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（調査研究・国際担当） 参事官（公益通報・協働担当）</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>参事官（調査研究・国際担当） 小島 宗一郎 参事官（公益通報・協働担当） 檜橋 康英</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和3年8月</p>
--------------	--	---------------	---	-----------------	---------------