#### 消費者庁において令和2年度に実施した政策評価の結果の政策への反映状況について

#### <規制の事前評価>

政策名:

(担当部局名) (ページ)

特定商取引分野及び預託等取引分野における規制

評価(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)

取引対策課 1

#### <実績評価方式による事後評価>

政策名:	消費者政策の推進	(担当部局名)	(ページ)
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	3
	(2)消費生活に関する制度の企画・立案・推進	消費者制度課	4
	(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	5
	(4) 地方消費者行政の推進	地方協力課	6
	(5)消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	7
	(6)消費者取引対策の推進	取引対策課	8
	(7)消費者表示対策の推進	表示対策課	9
	(8) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	10
	(9) 物価対策の推進	参事官 (調査・物価等担当)	11
	(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)	12

消費者庁 事前評価 担当課:取引対策課

#### 特定商取引分野及び預託等取引分野における規制評価(消費者被害の防止及びその回復の促進を図る 施策名 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) 特定商取引分野においては、近年、電子商取引の市場規模が拡大する中、特にインターネット上の 通信販売において、初回に無料又は低額な金額を提示し、2回目以降に高額な金額を支払わせるなどの、顧客の意に反して契約の申込みを行わせるといった「詐欺的な定期購入商法」が問題となってい ることなどを背景として、定期購入に関する相談が急増しており(2015年には4,141件だったのに対 し、2020年には56,302件※1となっている)、消費者トラブルが増加している。また、通信販売に限 らず、特定商取引に関する法律(以下「特定商取引法」という。)に違反する事業者の中には、あら ゆる手段で処分逃れを画策するような悪質な事業者も存在している。 預託等取引分野においては、販売を伴う預託等取引契約(以下「販売預託」という。)により、安 愚楽牧場事件、ジャパンライフ事件などの大規模かつ深刻な消費者被害(被害額の例としては、安愚 楽牧場事件が被害総額約4,200億円、ジャパンライフ事件が被害総額約2,000億円※2) が発生してい 上記のような状況を踏まえ、法改正により以下のような各種規制の新設及び拡充を行う。 ①特定商取引法の改正 規制の目的・内容 ・通信販売における表示義務等の強化、通信販売の契約解除時の不実告知の禁止 • 必要性 ・行政処分に係る執行権限の拡充(業務禁止命令の対象範囲拡大、立入検査対象の拡大等) ②特定商品等の預託等取引契約に関する法律(以下「預託法」という。)の改正 特定商品制の撤廃 ・販売預託の原則禁止 預託等取引に係る規定整備 このような規制の新設及び拡充を行わない場合、将来的な予測として、消費者の脆弱性に付け込む 悪質商法による消費者被害の拡大は必至であり、そのような消費者被害を生じさせている悪質事業者 に対する行政処分の実効性を確保することも困難となる。 ※1: 当庁公表資料「詐欺的な定期購入商法をめぐる状況」から引用。件数は、2020年12月31日まで にPIO-NETに登録された件数。 ※2:被害総額は、内閣府消費者委員会公表資料「いわゆる「販売預託商法」に関する消費者問題に ついての調査報告」から引用。 「遵守費用」 ①特定商取引法について ・今回の改正は通信販売に関する既存の義務や規制の実効性を強化し、担保するためのものであるた これに伴う新たな遵守費用は発生しない。 ②預託法について ・販売預託を行おうとする事業者が内閣総理大臣の確認を受ける場合には、申請書を提出しなければ ならないところ、当該申請書の作成及び添付書類の準備等を行う必要がある。申請書の作成等につい ては、費用がかかるものであるが、定められた様式により事前に届け出る制度であり、新たに発生す る遵守費用は限定的であると考える。 「行政費用」 ①特定商取引法について ・特定商取引法の執行は国及び都道府県において行われているところ、今回の改正は既存の取引類型 における義務等の強化や、既存の規制を前提にその実効性を確保するためのものであり、これに伴う 行政事務の費用の著しい増加は見込まれない。 ②預託法について 直接的な費用の把 ・販売預託の原則禁止に伴い、内閣総理大臣の確認を受けた場合に限り例外的に販売預託に係る契約 握 の勧誘等及び締結が可能となるところ、当該確認を求める事業者が出てきた場合には、確認に係る事 務が発生する。しかしながら、物品の管理上のリスクも高い方法である販売預託を、事業のために必 要な出資を得る手段として選択する経済合理性は極めて乏しく、正業として確認を求めてくる事業者 が多数出てくることは想定し難いことも踏まえると、これに伴う行政事務の費用の著しい増加は見込 一方で、今回の預託法改正により、事業者からの問合せや事業者への監視強化のために対 まれない。 応する人員は新たに必要となることが想定される (おおむね、416,203円(国家公務員の平均給与月額※6)×3名(預託法関係の業務に従事する職員 数の見込み) =1,248,609円(月額)) ※6:国家公務員の平均給与月額については、人事院公表資料令和2年国家公務員給与等実態調査 (調査結果の概要)による。 ・特定商品制が廃止され、原則として全ての物品が預託法の対象となることから事業者に対する監視 の強化が求められるため、これまで消費者庁のみで行っていた預託法の執行について、特定商取引法 と同様に経済産業局への権限委任を行うことを想定しているなど、監視のための経費負担の若干の増 加が見込まれる。 特定商取引法及び預託法の改正による義務や禁止規定の新設、執行権限の強化による処分の実効性 直接的な効果(便 の確保等を図ることで、消費者の脆弱性に付け込む悪質事業者による高額・広範に被害をもたらす大 益)の把握 規模な消費者被害の防止に資する効果が期待される。 消費者をだまして不当に利益を得ている事業者は、公正な競争を阻害しているものであり、そう 副次的な影響及び いった悪質行為への規制を強化することは、むしろ公正な競争を活性化させることに資するものであ 波及的な影響の把 り、競争に負の影響を及ぼすものではない。 握

消費者庁 事前評価 担当課:取引対策課

費用と効果(便 益)の把握	今回の規制の新設及び拡充を行った場合、特定商取引法関係では、現行法下の施行規則やガイドラインに沿って適正な表示を行う事業者には特段の新たな費用負担は生じない見込みである。預託法関係についても、販売預託を行おうとする事業者が内閣総理大臣の確認を受けるに当たり、確認の申請に係る書類作成に必要なコストが生じるものの、事業者にとって不当に高額なものではない。また、行政側の費用については、対応の強化による費用増は一定程度生ずるものの、規制の新設及び拡充により、高額・広範に被害をもたらす大規模な消費者被害を防止するという点について一定の効果が期待できることから、費用と効果の関係から検討した場合も規制の導入等が必要不可欠であるといえる。
代替案との比較	法改正による規制の新設及び拡充によらない場合、事業者又は業界団体による自主規制の強化を促す方策が考えられるが、そもそも自主規制を遵守する意識のない悪質事業者に対しては、何らの効果も期待できず、消費者被害の更なる拡大(多額の金銭的損害の発生)も懸念される。 したがって、採用案による規制の新設及び拡充を行う必要がある。
評価結果の政策へ の反映内容	<制度改正> ①特定商取引法の改正 ・通信販売における表示義務等の強化、通信販売の契約解除時の不実告知の禁止 ・行政処分に係る執行権限の拡充(業務禁止命令の対象範囲拡大、立入検査対象の拡大等) ②特定商品等の預託等取引契約に関する法律(以下「預託法」という。)の改正 ・特定商品制の撤廃 ・販売預託の原則禁止 ・預託等取引に係る規定整備 等を内容とする「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」を国会に提出した(令和3年3月提出)。

消費者庁 事後評価(1) 担当部局名:消費者政策課

	<b>/ 月复石儿 一事後計画(「/ / 担当</b> 即何右://月复名以来床
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。
施策に関する 評価結果	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。
評価結果の政策への反映内容	・インターネット消費者取引に関する実態調査を実施するため、令和3年度概算要求(13百万円)を行った。(令和2年度予算額:6百万円、令和3年度予算案額:13百万円)・消費者財産被害事案への対応を継続的に推進するため、令和3年度概算要求(26百万円)を行った。(令和2年度予算額:16百万円、令和3年度予算案額:27百万円)・消費者行政の総合的調整対応を継続的に推進するため、令和3年度概算要求(16百万円)を行った。(令和2年度予算額:16百万円、令和3年度予算案額:27百万円)・消費者行政の国際化を継続的に推進するため、令和3年度概算要求(208百万円)を行った。(令和2年度予算額:115百万円、令和3年度予算額:106百万円)・消費者行政の国際化を継続的に推進するため、令和3年度概算要求(208百万円)を行った。(令和2年度予算額:115百万円、令和3年度予算案額:30百万円)を行った。(令和2年度予算額:27百万円、令和3年度予算案額:30百万円)を行った。(令和2年度予算額:27百万円、令和3年度予算案額:30百万円)を行った。(令和2年度予算額:27百万円、令和3年度予算案額:30百万円)を行った。(令和2年度予算額:27百万円、令和3年度予算案額:30百万円)を行った。(令和2年度予算額:5万元、令和3年度で員要求において定員の時限延長(課長補佐クラス1名)を要求。・国際連携に係る業務実施のため、令和3年度定員要求において定員の時限延長(課長補佐クラス2名)を要求。・消費者財産被害事案への対応を継続的に推進するため、令和3年度において定員の時限延長(課長補佐を要求。・消費者財産被害事案への対応を継続的に推進するため、令和3年度において定員の時限延長(課長補佐を変更。・消費者財産被害事案への対応を継続的に推進するため、令和3年度においては参考値として記載する形式に変更。また、測定指標ごとの目標についても、より具体的な事項については参考値として記載する形式に変更。また、測定指標ごとの目標についても、より具体的な記載に変更。その他の具体的取組>・「インターネット消費者取引連絡会」を開催。(令和2年4月~令和3年2月の期間で注意検護を10号)に基づき、社名公表を伴う注意喚起を実施。(令和2年4月~令和3年1月の期間で注意検証を実施)・令和2年7月豪明時実施)・会配子1月の期間で注意検証を実施(令和2年1月)・金融庁・警察庁等と共同で、身に覚えのないキャッシュレス決済サービスを通じた銀行口座からの不正な出金に関する注意検証を実施。(令和2年1月)・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

消費者庁 事後評価(2) 担当部局名:消費者制度課

	消費者庁 事後評価(2) 担当部局名:消費者制度課
施策名	消費生活に関する制度の企画・立案・推進
施策の概要	1. 消費者契約法の見直し 消費者契約法(平成12年法律第61号)に関し、契約締結過程及び契約条項の内容に係る規律等の在り方 を検討するとともに、消費者契約法の周知・啓発活動を実施する。 2. 公益通報者保護制度の推進 公益通報者保護法(平成16年法律第122号)について、法の周知・啓発を引き続き推進し、事業者や行 政機関における公益通報窓口の整備等を促進するとともに、公益通報者保護法の改正を見据えて検討を進 める。 3. 消費者団体訴訟制度の推進 ①消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(平 成25年法律第96号。以下「消費者裁判手続特例法」という。)の適切かつ実効的な運用を行う。 ②適格消費者団体及び特定適格消費者団体の認定・監督、支援を実施する。
施策に関する 評価結果	測定指標4は目標(令和3年度(3月末まで))に比して令和元年度末までに十分な実績を得ているとはいえないが、測定指標1~3、5は目標(令和2年度)に比して令和元年度末までに十分な実績を得ており、また、測定指標6は目標(令和元年度)を達成している。
	〈予算要求〉 ・消費生活に関する制度の企画・立案・推進のため、令和3年度概算要求(130百万円)を行った。(令和2年度 予算額:68百万円、令和3年度予算案額:60百万円) ・公益通報者保護の推進のため、令和3年度概算要求(84百万円)を行った。(令和2年度予算額:62百万円、令 和3年度予算案額:81百万円) 〈機構・定員要求〉 ・公益通報者保護法改正法の施行準備のため、令和3年度機構要求において1名(企画官(公益通報者保護制度担 当))を要求。 ・公益通報者保護法改正法の施行準備のため、令和3年度定員要求において4名(課長補佐クラス2名、係長クラス2名)の増員を要求。 〈制度改正〉 ・消費者契約法(平成12年法律第61号)について、衆参両院の委員会における附帯決議の趣旨を踏まえ、平成31年2月から「消費者契約法の正に向けた専門技術的側面の研究会」において、注制的・注技術的お観点から民法、商
評価結果の政策へ の反映内容	2月から「消費者契約法改正に向けた専門技術的側面の研究会」において、法制的・法技術的な観点から民法、商法、民事手続法及び経済学の研究者による検討が行われ、令和元年9月に研究会報告書が取りまとめられた。同報告書については、同年10月上旬まで意見募集を実施し、同年12月に結果を公表した。また、上記の報告書を踏まえつつ、令和元年12月から「消費者契約に関する検討会」において、実効性の確保や実務への影響の観点から、消費者団体・事業者団体の関係者を含めて検討が行われているところである。・公益通報者保護法(平成16年法律第122号)について、事業者に対する通報対応体制整備の義務付け等を内容とする公益通報者保護法の一部を改正する法律家が第201回国会で成立した(令和2年6月)。「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(令和2年10月)し、通報対応体制整備に関する指針の内容の検討を行っており、引き続き、公益通報者保護法改正法の円滑な施行に向けて指針の策定等に取り組む。・消費者団体訴訟制度について、消費者裁判手続特例法(平成25年法律第96号)の附則等を踏まえ、令和3年3月から「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」において、民法、民事手続法、法哲学及び法社会学の研究者、並びに、消費者団体・事業者団体の関係者を含めて検討が行われているところである。・デジタルプラットフォームを利用した取引について、令和元年12月から「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」において検討を行い、令和3年1月に報告書を取りまとめた。それを踏まえ、消費者庁では法案の検討を行い、令和3年3月5日に「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者取引の保護に関する法律案」を、国会に提出した。
	〈事前分析表の変更〉・全体として、「施策の概要」と「達成すべき目標」を令和2年度の施策内容に沿うように修正した。・測定指標「消費者契約法の認知度」の「目標」について目標の内容を変更し、目標年度、目標数値を新たに設定した(目標年度:令和6年度、目標数値:50%)。・測定指標「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」の「目標」について、目標年度、目標数値を新たに設定した(目標年度:令和6年度、目標数値: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%)。・測定指標「市区町村及び中小企業の内部通報窓口の設置率」の「目標」について、目標年度、目標数値を新たに設定した(目標年度:令和6年度、目標数値: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%)。・測定指標「内部通報制度に関する認証取得事業者数」の「目標」について、目標年度を新たに設定した(目標年度:令和6年度)。・測定指標「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」の「目標」について、目標年度   同標数値を新たに設定した(目標年度:令和6年度、目標数値: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%)。・測定指標「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」の「目標」について、目標年度を新たに設定した(目標年度:令和2年度)
	・達成手段に「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」を追加した。 < その他の具体的取組 > ・消費者契約法の周知広報のため、リーフレットの消費生活センターや大学等の関係機関への送付や消費生活相談員等を対象とする研修会への講師派遣を行った。 ・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・啓発に努めている。また、従来の公益通報者保護制度相談ダイヤルを拡充する一元的相談窓口を設置(令和3年3月)し、従来の法律に関する相談の他公益通報に係る教示先の特定が難しい事案に関する相談対応等を開始した。

	消費者庁 事後評価(3) 担当部局名:消費者教育推進課 ■
施策名	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進
	〇教育 平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)第9条の規定に基づき、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(以下「基本方針」という。)を策定するとともに、同法第19条の規定に基づき設置した「消費者教育推進会議」を開催し、委員相互の情報の交換及び調整を行い、消費者教育を総合的、体系的、効果的に推進する。 消費者教育の基盤整備として、消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約して提供している消費者教育の基盤整備として、消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約して提供している消費者教育の基盤整備として、消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約して提供している消費者教育の基盤整備として、消費者市民社会の構築」などの4つの領域ごとの目標に対応した消費者教育用副教材を作成する。 「エシカル消費」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を深め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行う。
施策の概要	○普及・啓発 各地の消費者支援活動を推進するため、消費者支援活動に極めて顕著な功績のあった個人又は団体に対して、功績をたたえ顕彰する。 消費者トラブルの減少を図るとともに消費者が主役となる社会作りに向けた機運を高めるため、毎年5 月の消費者月間に、消費者庁、地方公共団体、事業者及び民間団体等が消費者問題に関する事業を集中的に実施し、消費生活に関する知識等の普及・啓発を推進する。
	○食品ロスの削減の推進 令和元年10月に施行された食品ロスの削減の推進に関する法律(令和元年法律第19号)に基づき策定する「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」の下、多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進する。
施策に関する	消費者教育については、令和4年度の成年年齢引下げに向け、若年者への消費者教育の充実が喫緊の課題であるところ、教材「社会への扉」等の活用校(測定指標⑦)について前年度を大きく上回る実績となったほか、教育の担い手向け研修等への講師派遣(同⑥)、消費者教育コーディネーターの配置数(同③)について前年度比増加を達成している。 普及・啓発については、エシカル消費の理解促進が重要であるところ、エシカル・ラボを開催(同⑨)して多くの参加者に啓発を行ったほか、先進的な取組事例を収集して紹介(同⑩)するなど、取組を進め
評価結果	た。 また、食品ロスの削減については、国民運動として取組を進めていくことが重要であるところ、食品ロス削減に取り組む人の割合(同⑪)は令和元年度で76.5%と前年度比5.5%pt増加しており着実に前進している。 その他の測定指標についても、令和元年度に達成すべき目標との関係では相当程度の進展があったことに鑑みて、「相当程度進展あり」と判断した。
	<予算要求> ・消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進経費として、令和3年度概算要求(208百万円)を 行った。 (令和2年度予算額:119百万円、令和3年度予算案額:151百万円)
	<事前分析表の変更> ・施策の概要、達成すべき目標、達成手段について、行政事業レビューとも整合する形で構成を変更。 ・消費者庁政策評価有識者懇談会等の指摘を踏まえ、主要な課題に対して政策効果を測ることができるよう、全体として測定指標を重点化。
評価結果の政策へ の反映内容	<その他の具体的取組> ・消費者教育に関する施策については、令和2年度の取組として、消費者教育推進会議の下に設置した 「全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会」において、都道府県、指定都市及び 中核市における計画・協議会の内容等に係る調査や、地方公共団体等の消費者教育の取組に関するヒアリ ングを行うなどし、取りまとめを行った。また、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴うデジタル化の加 速化も踏まえ、消費者教育推進会議の下に「社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会」を 設置、開催している。
	令和3年度は成年年齢引下げまで残すところ1年間であることから、「社会への扉」等の活用実績等を踏まえ、引き続きアクションプランに基づく実践的な消費者教育を実施するとともに更なる周知・啓発を実施予定。 ・普及・啓発に関する施策については、令和2年度の取組として、特設サイトの開設、新たな啓発資料の作成や各種イベント等への積極的な参画等、情報発信の強化を行った。令和3年度も引き続き情報発信を
	強化予定。 ・食品ロスの削減に関する施策については、令和2年度の取組として、「食品ロス削減推進大賞」や 「「賞味期限」の愛称・通称コンテスト」及び「私の食品ロス削減スローガン&フォトコンテスト」など の優良事例の表彰を新たに実施したほか、地方の基本方針策定の支援として地方自治体への説明会を実施 した。
	令和2年3月に閣議決定された「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」も踏まえ、国民運動としての食品ロス削減に向けて、令和3年度は消費者等への普及啓発のための人材育成や先進的な事例・優良

消費者庁 事後評価(4) 担当部局名:地方協力課

1	消費者庁 事後評価(4) 担当部局名:地方協力課
施策名	地方消費者行政の推進
施策の概要	消費者基本計画(平成27年3月24日閣議決定)に新たに位置付けられた「地方消費者行政強化作戦」 (平成27年3月)に基づき、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保され る地域体制を全国的に整備することを目指し、地方公共団体における消費者行政推進のための計画的・安 定的な取組を地方消費者行政のための交付金を通じて支援する。 消費生活センターの法制上の位置付けや適正な配置、相談員の配置や処遇の望ましい姿、地方との役割 分担等を踏まえた国による人材面、ノウハウ面、情報面、財政面などの支援、連携、協働の在り方につい て、地方消費者行政・消費生活相談体制の実態調査等を踏まえ、全般的に検討を行う。 全国共通の電話番号から身近な相談窓口を案内する「消費者ホットライン」について、その運用や活用 状況を踏まえつつ、消費者の利便に資する形で引き続き運用し、消費生活センターや相談窓口の周知徹底 に努める。
施策に関する 評価結果	測定指標6の「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-4は、消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げることを目標としているが、目標を達成している都道府県は19.1%と、依然として低い。しかし、参考指標4で示しているとおり、研修参加率が80%以上の都道府県は90%を超えており、100%には満たないものの高い水準を維持している。 また、測定指標8「地方消費者行政強化作戦」政策目標5-1は、人口5万人以上の全市町において消費者安全確保地域協議会を設置することを目標としているところ、達成度は22.3%にとどまっているものの、毎年度実績は伸びており、着実に進展しているといえる。 地方公共団体の担当課長や知事等の幹部等との意見交換を積極的に開催した。特に、測定指標11「都道府県知事等の幹部及び消費生活相談員との意見交換(「キャラバン隊」)」について、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中断せざるを得なくなってしまった中でも昨年並みに41回開催することができた。これにより、各地方公共団体に直接、「消費生活センターの設置促進」や「見守りネットワークの設置促進」など、地方消費者行政の更なる充実・強化に向けた要請を行うことができた。 「消費生活センターの設置促進」(測定指標3関連)については、参考指標1「消費生活センター設置カバー率が80%以上の都道府県数」の進捗にもみられるとおり、相当程度進展している。 「消費生活相談員の配置状況」(測定指標4・5関連)については、参考指標3「消費生活相談員配置カバー率が80%以上の都道府県数」を46都道府県が達成しているなど、相当程度進展している。
評価結果の政策への反映内容	

消費者庁 事後評価 (5) 担当部局名:消費者安全課

	仍复名7
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	行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を収集するとともに、医療機関を含む多様な主体から 事故情報を幅広く収集する。 収集した事故情報を定期的に公表するとともに、消費者への注意喚起、事業者への働き掛け等の対応を行う。 緊急事態等の発生時には、「消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応要綱」に定める手順に基づ き、関係省庁が相互に十分な連絡及び連携を図り、迅速かつ的確に対応する。 食品の安全性に関し、時宜にかなったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め、自 らの判断により適切な消費行動が行えるよう、継続してリスクコミュニケーションを推進する。 消費者安全調査委員会は、生命・身体の被害に関する消費者事故等の中から、事故等の発生・拡大の防 止及び被害の軽減を図るために原因を究明する必要がある事故を選定し、調査を行う。
施策に関する評価結果	判定できる測定指標の大半について目標達成と評価した一方で、目標達成と評価することが困難な測定 指標等があったことから、「相当程度進展あり」とした。
評価結果の政策への反映内容	・予算要求> ・消費者安全法等に基づき集約される生命・身体に係る消費者事故等への対応を継続的に推進するため、令和3年度概算要求(98百万円)を行った。(令和2年度予算額:112百万円、令和3年度予算案額:91百万円、・リコール情報の周知強化による事故の再発防止対策の推進のため、令和3年度概算要求(7百万円)を行った。(令和2年度予算額:9百万円、令和3年度予算案額:5百万円、清護者の理解の増進を図る施策を推進するため、令和3年度概算要求(42百万円)を行った。(令和2年度予算額:9百万円、令和3年度予算案額:5百万円、消費者の理解の増進を図る施策を推進するため、令和3年度概算要求(42百万円)を行った。(令和2年度予算額:28百万円、令和3年度予算案額:42百万円、令和3年度予算案額:42百万円)を行った。(令和2年度予算額:90百万円、令和3年度予算案額:89百万円、令和3年度表景要求(42百万円)を行った。(令和2年度予算額:90百万円、令和3年度予算案額:89百万円)を行った。(令和2年度予算額:90百万円、令和3年度予算案額:89百万円)を行った。(令和2年度を募額:90百万円、令和3年度定員要求において課長を調査を受け、事故調査の向上・迅速化のため、令和3年度定員要求において係長級1名を要求。(時限延長)・事故調査を要求(新規)  〈平前公司会事故期)  〈事前分析表の変更〉・昨年度の政策評価を踏まえ、「測定指標」及び「目標」を全体としてアウトカム的要素を含むものに変更した。 〈その他の具体的取組〉・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・

消費者庁 事後評価(6) 担当部局名:取引対策課

施策名	消費者取引対策の推進
施策の概要	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。あわせて、特定商取引に関する法律の一部を改正する法律(平成28年法律第60号)による改正後の特定商取引法(平成29年12月1日施行)の内容について、消費者及び事業者等への周知啓発を行う。
施策に関する 評価結果	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。
評価結果の政策への反映内容	〈予算要求〉・特定商取引法(昭和51年法律第57号)の厳正な執行等を行うため、令和3年度概算要求(271百万円)を行った。(令和2年度予算額:232百万円、令和2年度第3次補正予算額:28百万円、令和3年度予算案額:229百万円) 〈定員要求〉・特定商取引法等の違反被疑事件調査の現代化・デジタル化のためのデジタルフォレンジック調査のため、令和3年度定員要求において増員(課長補佐クラス2名、係長クラス2名)を要求。 〈制度改正〉・高齢化の進展を始めとした社会経済情勢の変化等に対応して、消費者の財産に対する被害の防止及びその回復の促進を図るため、特定商取引法、預託法(昭和61年法律第62号)及び消費者裁判手続特例法の改正を行う「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回国会に提出した。 〈事前分析表の変更〉・消費者基本計画工程表の見直し等を踏まえ、一部の測定指標を変更。・行政事業レビューとも整合する形で達成手段を変更。 〈その他の具体的取組〉・特定商取引法及び預託法の厳正な執行として、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害が生じるおそれのある重大事案に対し重点的に取り組んだ。具体的には、財布又はバッグの偽ブランド品を販売していた通信販売業者である13事業者や健康食品等を販売する通信販売業者に対し業務停止命令等を行った事案や、バイナリーオプション取引に係るUSBメモリの訪問販売業者や連鎖販売業者に対し業務停止命令等を行った事案等がある。

消費者庁 事後評価 (7) 担当部局名:表示対策課

施策名	消費者表示対策の推進
施策の概要	一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するために、 ①不当表示や過大な景品類の提供を禁止・制限する不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。)を運用し、違反行為に対して厳正に対処する。また、事業者による同法の遵守を促すための施策等を実施する。 ②住宅性能の品質表示に関する共通ルールである、住宅の品質確保の促進等に関する法律(平成11年法律第181号。以下「住宅品質確保法」という。)に基づく住宅性能表示基準の普及啓発を図る。 ③家庭用品の品質表示の適正化を図ることを目的とする家庭用品品質表示法(昭和37年法律第104号)を運用し、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図る。 ④健康食品を含めた食品の表示及び広告の適正化を図る。また、関係機関の連携による食品表示の監視及び取締りを図る。 ⑤消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法(平成25年法律第41号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。)の規定に違反するおそれのある表示を監視し、同法の規定に違反する行為を行っている事業者に対しては、厳正に対処する。
施策に関する 評価結果	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。
	〈予算要求〉・景品表示法(昭和37年法律第134号)の厳正な執行等を行うため、令和3年度概算要求(228百万円)を行った。(令和2年度予算額:180百万円、令和3年度予算案額:176百万円) 〈定員要求〉・インターネット広告に係る景品表示法の執行を強化するため、令和3年度定員要求において4名の増員を要求。(課長補佐クラス2名、係長クラス2名)・景品表示法の端緒処理業務に係る体制整備のため、令和3年度定員要求において1名の時限延長を要求。(課長補佐クラス1名)・消費税転嫁対策に係る施行事務を行うため、令和3年度定員要求において4名の時限延長を要求。(課長補佐クラス2名、係長クラス2名)・消費税転嫁対策に係る施行事務を行うため、令和3年度定員要求において4名の時限延長を要求。(課長補佐クラス2名、係長クラス2名)・消費税転嫁対策に係る施行事務を行うため、令和3年度定員要求において4名の時限延長を要求。(課長補佐クラス2名、係長クラス2名)・消費税を変更〉・施策の概要、達成すべき目標及び達成手段について、予算事業と関連付けて端的に表すよう全体的に修正。・測定指標について、達成すべき目標に沿って全体的に修正するとともに、施策の中で特に重要な測定指標に絞って重点化。 〈その他の具体的取組〉・景品表示法に違反する行為を行った事業者に対して、その行為の取りやめ、再発防止策の実施等を命令する措置命令及び金銭的な不利益を課す課徴金納付命令を実施。特に、新型コロナウイルス等に対する措置命令及び金銭的な不利益を課す課徴金納付命令を実施。特に、新型コロナウイルス等に対する表示法に違反する表示について、景品表示法に違反する表示について、景品表示法に違反行為の未然防止等の観点から、商品等に関する表示の方法等について、事業者等からの相談に対応。・景品表示法違反行為の未然防止等の観点から、商品等に関する表示の方法等について、事業者等からの掲読に対応。・景品表示法違反行為の未然防止等の観点から、商品等に関する表示の方法等について、事業者等からの相談に対応。・景品表示法違反行為の未然防止等の書及を発活動を実施。・景品表示法の音及・啓発のため、各種団体主催の表示等に係る講習会等への講師派遣、景品表示法のパンフレットの配布等の普及啓発活動を実施。
	・特定保健用食品の表示に関する公正競争規約の認定を行ったほか、公正競争規約の所要の変更につき公正取引協議会等から相談を受け認定を行うとともに、規約担当職員が各公正取引協議会等に対し規約の適正な運用等について必要な助言等を行うこと等により、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用を促進。 ・公正取引協議会等関連団体が主催する研修会等へ講師を派遣。 ・平成28年度に変更された洗濯表示や、同年度に改正した内閣府令及び告示に合わせて改訂した家庭用品品質表示法ガイドブックを配布するとともに、説明会に講師を派遣し、家庭用品品質表示法(昭和37年法律第104号)の普及啓発を実施。 ・電話での問合せ等に対して、ウェブサイト上の資料の掲載先を案内するなど、住宅性能表示制度の普及啓発を実施。また、国土交通省の所掌に係る内容を含む問合せについては、必要に応じ、同省に対して問合せの内容について情報提供を実施。 ・健康食品も含めた食品の表示・広告について、執行体制の整備や留意事項の周知徹底等により、適正化を推進。特に、新型コロナウイルス等に対する効果を標ぼうする表示について、健康増進法(平成14年法律第103号)に基づき改善要請等を積極的に実施。 ・食品表示に関する取締りについて、関係する行政機関で構成する連絡会議の活用等により連携を図り、効果的かつ効率的な執行を実施。 ・消費税転嫁対策特別措置法(平成25年法律第41号)の規定に違反するおそれのある表示を監視するとともに、同法の規定に違反するおそれのある行為を行っている事業者に対しては、厳正に対処。

消費者庁 事後評価(8) 担当部局名:食品表示企画課

施策名	食品表示の企画・立案・推進
施策の概要	食品表示の適正化を図るため、食品表示法(平成25年法律第70号)等に基づく食品の表示を的確に企画 及び運用する。
施策に関する 評価結果	測定指標1、4、7及び8において本年度の実績が前年度を下回ったものの、測定指標2、3、6、9、10が前年度を上回ったこと、かつ測定指標11は目標を達成したこと、さらに測定指標5においては、実態を踏まえた食品表示基準等の改正、通知の発出及びQ&Aの改訂を着実に実施していることから施策全体としては、「相当程度進展あり」と判断した。
	〈予算要求〉 ・食品表示対策の推進のため、令和3年度概算要求(416百万円)を行った。(令和2年度予算額:250百万円、令和3年度予算案額:248百万円) ・令和2年度3次補正予算において、食品表示のデジタルツールの活用・インターネット販売への対応事業として71百万円、食物アレルギー表示制度の検証推進事業費として50百万円の要求を行った。(令和2年度3次補正予算額:121百万円)
	〈定員要求〉 ・食品表示制度の企画立案業務を適正に行うため、令和3年度定員要求において法令係2名(係長級1名、係員級1名)の令和7年度までの時限延長を要求。 ・食物アレルギー表示制度の企画立案業務を適正に行うため、2名(専門官級1名、係員級1名)新規増を要求。
	<制度改正> ・「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」を踏まえ、「人工」及び「合成」を冠した食品添加物の 用途名(甘味料、着色料及び保存料)及び一括名(香料)について、「人工」及び「合成」の用語を削 除。
	・ふぐの種類について、食品衛生法(昭和22年法律第233号)第6条第2号に基づく通知「ふぐの衛生確保について」(昭和58年環乳第59号厚生省環境衛生局長通知)が改正されたため、ふぐの種類の標準和名のリストから「しろあみふぐ」を削除。 ・有機畜産物について、日本農林規格等に関する法律施行令(昭和26年政令第291号)の改正により、有機畜産物等が指定農林物資として表示規制の対象となったことを踏まえ、該当する告示を引用するよう改
評価結果の政策へ の反映内容	正。 ・玄米及び精米に係る表示について、規制改革実施計画(令和2年7月17日閣議決定)を踏まえ、 ①農産物検査による証明を受けていない場合であっても、産地、品種及び産年の根拠を示す資料の保管を 要件とすることにより、当該産地、品種及び産年の表示を可能とし、 ②農産物検査証明による等、表示事項の根拠の確認方法の表示を可能とするとともに、 ③生産者名等、消費者が食品を選択する上で適切な情報を、一括表示枠内に表示できるよう改正。
	く事前分析表の変更> ·達成目標について、正確性の観点から文言を追加。 ·食品表示制度の普及啓発及び運用に関する測定指標として、「食品表示制度の普及啓発(講師派遣回数・パンフレット配布枚数)」を「食品表示制度の普及啓発(講師派遣回数)」、「消費者意向調査における食品表示制度の認知度」を「1費者意向調査における食品表示制度の理解度」、「消費者意的調査における食品表示制度の理解度」、「実態を踏まえた食品表示基準等の改正、通知の発出及びQ&Aの改訂回数」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(保健機能食品及び特別用途食品制度を除く)」に変更。・保健機能食品及び特別用途食品制度の終め(保健機能食品制度を除く)」に変更。・保健機能食品及び特別用金食品の公表件数(撒回を除く累積)」、「買上調査の対象件数(機能性表示食品の公表件数(累積)」を「農能性表示食品の公表件数(撤回を除く累積)」、「買上調査の対象件数(機能性表示食品、特定保健用食品)」を「買上調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における保健機能食品制度の認知度」を「消費者意向調査における関連を解析した。」と「消費者意向調査における関連を除じませて、「消費者意向調査における製品を開発して、「消費者意向調査における製品を除して、「消費者意向調査における関連を除く、」に関係性表に関する関連を解析を関する関連を解析を関する関連を解析を関する関連を関する関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関連を関する関する関連を関する関する関連を関する関する関連を関する関する関する関連を関する関すを関する関連を関する関する関する関する関する関する関する関する関する関する関する関する関する関

消費者庁 事後評価 (9) 担当部局名:参事官 (調査・物価等担当)

施策名	物価対策の推進
施策の概要	各種公共料金の改定等の内容について、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や関係省庁との協議において、消費者に与える影響を十分考慮すべく所要の調整を行う。また、物価モニター調査及び公共料金に関する調査を行い消費者への情報提供などを行う。なお、災害等の緊急時においては、物価担当官会議を開催し、関係府省庁連携の下で生活関連物資等の価格動向の調査・監視や需給・価格動向について、国民への情報提供を行う。
施策に関する 評価結果	いずれも令和元年度に設定した目標を達成することができた。 したがって、本施策は「目標達成」と判断した。
	<予算要求> ・物価対策の推進のため、令和3年度概算要求(124百万円)を行った。(令和2年度予算額:63百万 円、令和3年度予算案額:60百万円)
	<定員要求> ・物価対策の推進のため、令和3年度定員要求において、増員4名(課長補佐クラス2名、係長クラス2 名)を要求。
評価結果の政策へ の反映内容	<事前分析表の変更> ・達成すべき目標について、新型コロナウイルス感染症の感染拡大への対応等を踏まえて「緊急時の生活関連物資等の価格安定」を追加。 ・測定指標について、アウトカム指標を中心に重点化を図った。 ・行政事業レビューとも整合する形で達成手段の名称を変更。
	<その他の具体的な取組> ・生活関連物資の価格動向や消費者の意識等を把握するため、物価モニター調査を各月1回実施し、調査 結果をウェブサイトで公表することにより、消費者への情報提供を行った。 ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大という緊急時において、生活関連物資等の需要の急増に対応する ため、関係府省と連携し、消費者に冷静な購買活動の呼び掛け等を実施した。また、国民生活安定緊急措 置法(昭和48年法律第121号)に基づき、令和2年3月にマスク、同年5月にアルコール消毒製品の転売 を禁止した(需給のひっ迫が改善されたため、いずれも令和2年8月に転売規制を解除。)。

消費者庁 事後評価 (10) 担当部局名:参事官 (調査・物価等担当)

施策名	消費者政策の推進に関する調査・分析
施策の概要	消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な消費者政策を推進する上で有用な各種調査・分析を行う。 調査結果の公表に加え、政府が前年度に講じた消費者政策の実施状況を取りまとめた、消費者基本法(昭和43年法律第78号)第10条の2の規定に基づく年次報告書(以下「消費者白書」という。)の作成・公表を行う。 消費者安全法(平成21年法律第50号)の規定に基づき、各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び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分及び分析を行い、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。 消費者志向経営の推進に向けた方策の検討・実施を行い、消費者志向自主宣言・フォローアップ活動等を通じて、事業者における取組の推進を図る。
施策に関する評価結果	いずれも令和元年度に設定した目標を達成することができた。 したがって、本施策は「目標達成」と判断した。
評価結果の政策へ の反映内容	〈予算要求〉 ・消費者政策の推進に関する調査・分析の実施のため、令和3年度概算要求(90百万円)を行った。(令和2年度予算額:66百万円、令和3年度予算案額:61百万円) 〈機構要求〉 ・事業者との協働推進のため、令和3年度機構要求において、参事官の新設を要求。 〈事前分析表の変更〉 ・測定指標について、アウトカム指標を中心に重点化を図った。 ・行政事業レビューとも整合する形で達成手段を変更。
	くその他の具体的な取組> ・消費者白書を作成し、ウェブサイトでの公表や冊子により、関係行政機関や関係地方公共団体、国民等へ広く情報提供を行った。 ・「消費者志向経営の推進に関する有識者検討会」を5回開催し、消費者志向経営優良事例表彰の客観的評価軸等の検討や令和2年度優良事例表彰の実施等を行っている。(令和2年2月時点)