

平成 29 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 | 9 |
| (3) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進 | 消費者教育・地方協力課 | 18 |
| (4) 地方消費者行政の推進 | 消費者教育・地方協力課 | 26 |
| (5) 物価対策の推進 | 消費者調査課 | 35 |
| (6) 消費者政策の推進に関する調査・分析 | 消費者調査課 | 38 |
| (7) 消費者の安全確保のための施策の推進 | 消費者安全課 | 43 |
| (8) 消費者取引対策の推進 | 取引対策課 | 49 |
| (9) 消費者表示対策の推進 | 表示対策課 | 53 |
| (10) 食品表示の企画・立案・推進 | 食品表示企画課 | 58 |

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-①)

| | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|-----|
| 施策名 | 消費者政策の企画・立案・推進及び調整 | | | | | |
| 施策の概要 | 消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資するため、消費者政策の計画的な推進を図るための5か年計画である「消費者基本計画」の検証・評価及び見直しを行うなど、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な政策の企画・立案・推進等を行う。消費者政策の推進等について密接な連絡、情報交換、協議等を行うため、関係省庁による連絡会議を機動的に開催するなど、消費者の利益の擁護及び増進の観点から、関係行政機関の調整を行う。 | | | | | |
| 達成すべき目標 | 「消費者基本計画」の検証・評価及び見直しを行うことにより、刻々と変わる消費者を取り巻く環境に柔軟に対応するように、毎年度、最新の施策の追加・拡充や進捗状況に応じた施策の実施時期の見直しについて「消費者基本計画工程表」に反映させる。また、消費者庁が司令塔としての機能を十分に発揮し、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図ることにより、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27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算の 状況 (百万 円) | 当初予算(a) | 136 | 134 | 131 | 165 |
| | | 補正予算(b) | -1 | -0 | - | |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 135 | 134 | 131 | |
| 執行額(百万円) | 98 | 112 | 91 | | | |
| 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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 1(4)⑥、2(2)⑤、3(1)③、3(1)⑤、3(1)⑥、3(2)⑮、3(2)⑰、3(3)④、4(1)④、4(2)⑭、5(1)⑨、5(3)③、5(3)⑤、5(3)⑥、6(1)②、6(1)⑥、6(1)⑧、6(2)⑥ ○消費者基本法(昭和43年法律第78号) | | | | | |

| | | | | | | |
|------|-----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 測定指標 | 1 意見交換会における参加者アンケートの結果からみる参加者の理解度 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 ○ |
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | 関係府省庁と連携して開催した意見交換会計11回のアンケート結果からみる参加者の理解度(「内容について理解することができましたか」の間に「理解できた」、「ほぼできた」と回答した人の割合)は平均約88.0%であった。 | | | 食品の安全性に関し、時宜に適ったテーマを選定し、リスクコミュニケーションを推進する。 特に、食品中の放射性物質に関しては、具体的には、関係府省や地方公共団体、消費者団体等と連携した意見交換会に加え、大消費地での親子参加型イベントに出展する等の取組も行う。 関係府省等、地方公共団体、消費者団体等と連携し、食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進のため、正確な情報提供等を継続して実施し、風評被害の払拭を図る。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 85.4% | 95.1% | 88.1% | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 86.7% | 83.7% | 88.0% | | | |

| 測定指標 | 2 美容医療サービスに関する消費生活相談件数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|------------------------------------|----|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | 地方公共団体及び医療安全支援センターにおける相談(消費生活相談を含む。)及び指導の件数、内容等を把握した。 | | | 消費生活相談の内容等を把握及び分析するとともに、注意喚起を実施する。 | |
| | | 1,789件 | 2,043件 | 2,500件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 2,091件 | 2,077件 | 1,722件 | | |
| | 3 美容医療サービスに関する注意喚起の回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費生活相談の内容等を踏まえ、美容医療サービスを受けるに当たって注意すべき事項等について、厚生労働省等と連携して政府広報オンラインの内容を更新し、消費者庁SNS等により周知した。 | | | ○ | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 3件 | 2件 | | |
| | 4 特定商取引法の適用除外とされている消費者保護関連法の執行状況の調査対象法律本数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 関係省庁の協力を得て、特定商取引に関する法律(以下「特定商取引法」という。)の適用除外とされている法律などの消費者保護関連法の執行状況を把握しており、平成29年度は、新たに「住宅宿泊事業法」について、消費者基本計画工程表の中で公表した。 | | | ○ | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 68本 | 68本 | 69本 | | |
| | 5 消費者安全法の規定に基づく事故情報の収集(通知件数)及び関係機関への情報提供(提供件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者庁に一元的に集約された情報を消費者安全法のみならず特定商取引法、不当景品類及び不当表示防止法等の法執行に活用できるように詳細な分析を行った。また、関係機関が注目すべき情報149件を抽出し、当該情報の関係する行政機関等に提供した。 | | | ○ | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 9,916件 | 9,116件 | 9,172件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 9,385件 | 7,281件 | 8,272件 | | |
| | 6 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) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 写真をインターネット上にアップするだけで簡単にお金が稼げるなどとして消費者を勧誘する事案等10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等を実施した。 | | | ○ | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 5件 | 7件 | 10件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 9件 | 10件 | 10件 | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 7 成年後見制度の周知についての地方公共団体への要請回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 高齢者や障がい者の消費者被害を防止するため、平成29年10月から同年11月までにかけて行われた消費者行政ブロック会議(全6ブロック)において、成年後見制度の活用について周知するよう都道府県等の消費者行政部門に要請した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 地方公共団体が実施する成年後見制度について、国民生活センターや消費生活センター等の様々な経路も活用して周知を行う。 | |
| | | 1回 | 1回 | 1回 | | |
| | 達成 | | | | | |
| | 8 国内商品先物取引に関する消費生活相談件数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 国内商品先物取引に関する消費生活相談件数は、前年度からおおむね横ばいであることを確認した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | リスクの高い取引に関する注意喚起を国民生活センターと連携して実施し、消費者被害を未然防止する。 | |
| | | 82件 | 63件 | 64件 | | |
| | 達成 | | | | | |
| | 9 リスクの高い取引に関する注意喚起(回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| リスクの高い取引(商品先物取引、振り袖の販売・レンタル等)に関して、消費生活相談の状況を確認し、消費者庁ウェブサイト等において注意喚起を実施した。 平成29年度から、商品先物取引だけでなく、社会的関心の高い事案に関しても、注意喚起を実施することとした。 | | | 平成29年度 | ○ | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | リスクの高い取引に関する注意喚起を国民生活センターと連携して実施し、消費者被害を未然防止する。 | |
| 1回 | | 1回 | 12回 | | | |
| 達成 | | | | | | |
| 10 インターネット上の消費者トラブルの注意喚起・情報提供の回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | 平成29年3月に、新生活をスタートする際に発生しやすいトラブルの防止のため、インターネット通販を含む契約時に注意すべきポイントについて公表した。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | インターネット技術・サービスの進展や諸外国の動向等について調査研究を実施し、調査結果を活用した注意喚起等を実施する。 「インターネット消費者取引連絡会」を開催する。 | | |
| | 1回 | 1回 | 1回 | | | |
| 達成 | | | | | | |
| 11 「インターネット消費者取引連絡会」の開催回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | 四半期に1回の頻度で開催した。オブザーバーも含め、出席者とは活発な意見交換等を行い、その配布資料及び議事要旨については、消費者庁ウェブサイトにおいて公開した。平成29年度においては、テーマとして「オンライン動画配信サービス」、「健康関連サービス」、「定期購入」、「スキルシェアリングサービス」を取り上げた。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | インターネット技術・サービスの進展や諸外国の動向等について調査研究を実施し、調査結果を活用した注意喚起等を実施する。 「インターネット消費者取引連絡会」を開催する。 | | |
| | 4回 | 4回 | 4回 | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| 4回 | 4回 | 4回 | | | | |
| 達成 | | | | | | |

| | | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|--------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| | | | | | 平成29年度 | |
| 測定指標 | 12 消費者問題に関連する国の審議会等における委員のうち、消費者の意見を代表する委員が選任されている会議の割合 | 消費者の意見を代表する委員の考え方を整理し、関係省庁へ、消費者関係の有識者の任用を促し、消費者問題に関連する審議会等への選任状況について取りまとめた。 消費者問題に関連する国の審議会等における委員のうち、消費者の意見を代表する委員が選任されている会議の割合は、昨年度より上昇し、12.4%であった。 | | | 消費者問題に関連する国の審議会等における、消費者の意見を代表する委員の選任実績について把握し、任用を見直す時点などでの消費者関係の有識者の任用を促す。 | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 10.7% | 12.4% | | |
| | | | | | | |
| | 13 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 | 平成30年1月に実施した「消費者の意識に関する調査」における「食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合」は71.8%であった。 | | | 消費生活に関する意識調査で「食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合」を向上する。(平成31年度80.0%以上) | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 62.4% | 71.8% | | |
| | | | | | | |
| | 14 多重債務に関する消費生活相談の件数 | 多重債務に関する消費生活相談の件数は25,918件で、ピーク時の4分の1程度まで減少していることを確認した。 | | | 多重債務問題及び消費者向け金融等に関する懇談会によるフォローアップを行いながら、多重債務問題改善プログラムを実施し、多重債務問題の解決を図る。 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 38,278件 | 31,857件 | 30,666件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 29,199件 | 26,062件 | 25,918件 | | |
| | | | | | | |
| | 15 「アジア消費者政策フォーラム」又は「日中韓消費者政策協議会」への参加回数 | 平成29年9月に、「アジア消費者政策フォーラム」に参加し、各国の消費者行政の現状について情報共有及び意見交換を行った。 | | | 二国間・地域間・多国間における消費者問題に関する政策対話等を実施する。 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 1回 | 1回 | 1回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 1回 | 1回 | 1回 | | |
| | 16 経済協力開発機構(OECD)消費者政策委員会等の国際会議への出席回数 | 平成29年4月及び11月に、OECD消費者政策委員会(CCP)本会合に出席し、電子商取引ガイドラインの適用に向けた議論等に参画した。 | | | 経済協力開発機構(OECD)消費者政策委員会等の国際会議に積極的に参画する。 | ○ |
| 平成24年度 | | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| 2回 | | 2回 | 2回 | | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 2回 | 2回 | 2回 | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 17 消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN会合)への出席回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成29年4月及び11月に消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN)会合に出席し、デジタル経済の台頭により生じる新たな消費者問題及びこれらへの対応につき意見交換を行うとともに、参加国との連携を強化した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN会合)への参画や加盟している消費者保護関係機関による「インターネット・スウィープ」への参加により、消費者保護関係機関との国際的な連携を強化する。 | |
| | | 1回 | 2回 | 2回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 2回 | 2回 | 2回 | | | |
| | 達成 | | | | | |
| | 18 「インターネット・スウィープ」への参加回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | | 達成 |
| | | 平成30年2月に、「インターネット・スウィープ」に参加し、参加機関との連携を強化した。平成29年度は「オンライン教育サービスを自ら供給する事業者のサイトにおける、取引条件(キャンセル、取引終了、自動更新等)等の打消し表示」について景品表示法の観点からスウィープ(監視)を行った。 | | | | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 1回 | 1回 | 1回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 1回 | 1回 | 1回 | | | | |
| 19 国際室が参加する国際会議(電話会議を含む。)への庁内他課室国際担当者の参加(人数×回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | 平成29年4月及び11月のOECD消費者政策委員会(CCP)本会合及び電話会議を含む国際会議に、庁内他課室国際担当者と共に参加した。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 消費者庁における国際業務対応の強化のため、庁内の国際担当者間の連携を強化する。 | | |
| | | 7 | 8 | | | |
| | 達成 | | | | | |
| 達成 | | | | | | |
| 20 消費者政策担当課長会議の開催回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | | 目標 | 達成 |
| | 平成29年11月に消費者政策担当課長会議を開催し、関係省庁と消費者政策の重要課題及び消費者基本計画工程表改定に向けた作業の観点を共有した。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 機動的に消費者政策担当課長会議を開催する。 | | |
| | 2回 | 1回 | 2回 | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| 1回 | 1回 | 1回 | | | | |
| 達成 | | | | | | |

| 測定指標 | 21 1相談体制当たりの受付手段の数(電話、FAX、メール、ウェブサイト受付窓口等) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|--------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----------------------------------------------|----|
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成29年度 | |
| | | 消費者庁及び関係府省庁等における消費者からの情報・相談を受け付ける体制の整備状況について調査し、取りまとめ結果を消費者基本計画工程表に整理した。1相談体制当たりの受付手段の数は、昨年度より下降し、1.9であった。 | | | 個々の相談体制・窓口における障害者等を含む消費者からの情報・相談の受付手段の拡充を促す。 | ○ |
| | | | 2.0 | 1.9 | | |
| (参考指標) | 消費者からの情報・相談・提案を受け付ける相談窓口の数 | 実績値 | | | | |
| | | 消費者庁及び関係府省庁等における消費者からの情報・相談を受け付ける体制の整備状況を調査したところ、相談窓口の数は、前年度より3増加し、25となることを確認した。 | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 22 | 25 | | |
| 測定指標 | 22 都道府県等に対する消費生活以外の相談窓口への消費者相談窓口の周知要請回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | 平成29年10月から同年11月までにかけて行われた消費者行政ブロック会議(全6ブロック)において、都道府県等に対し、消費者相談窓口を周知するとともに、消費生活以外の相談窓口と消費生活相談窓口との連携を図るよう要請した。 | | | 消費生活以外の相談窓口へ、誘導先となる消費者相談窓口を周知する。 | ○ |
| | | 1回 | 1回 | 0回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 1回 | 1回 | 1回 | | |

| 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)</p> <p>測定指標1について、参加者属性等を考慮し資料や講演者選定を工夫すること等により、参加者の理解度は、引き続き全体の80%台を維持していることから、目標達成とした。</p> <p>測定指標2について、美容医療に関する消費生活相談は平成26年度には2,500件まで増加したものの、以後減少傾向にあり、関係機関との連携強化の取組が相談件数の減少に寄与していると考えられることから、目標達成とした。具体的な取組として、「医療法等の一部を改正する法律」を円滑に施行するためのガイドライン等を議論すべく厚生労働省で開催された「医療情報の提供内容等のあり方に関する検討会」において、消費者庁もオブザーバーとして参画し、当庁の取組に関する情報提供を実施した。</p> <p>測定指標3について、情報提供の回数は減少しているが、美容医療のトラブルに関する情報は、国民生活センターの注意喚起公表(平成29年12月)、政府広報での記事公開(平成30年3月)といった折に触れて、消費者庁SNS等を利用し、迅速に周知できていることから、目標達成とした。</p> <p>測定指標8について、国内商品先物取引に関する相談件数は微増が認められるが、平成27年度からは減少していることから、目標達成とした。</p> <p>測定指標14について、多重債務に関する消費生活相談件数は平成20年度のピーク時から減少傾向にあり、関係機関と連携した取組が効果を発揮していると考えられることから、目標達成とした。具体的な取組として、相談窓口の整備・強化等の多重債務プログラムを引き続き実施するとともに、平成29年6月及び12月に開催された「多重債務問題及び消費者向け金融等に関する懇談会」において、多重債務に関する相談内容等を報告した。</p> <p>測定指標21について、1相談体制当たりの受付手段の数は、昨年度より下降し、1.9であったが、参考指標に記載したとおり、消費者からの情報・相談・提案を受け付ける相談窓口の数は、前年度より3増加して25となることを確認しており、相談体制の維持・強化は図られていると考えられることから、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(1)「消費者政策企画・立案経費」については、おおむね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、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。</p> <p>達成手段(2)「消費者の財産被害に関する情報の集約・分析・対応経費」については、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、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。</p> <p>達成手段(3)「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」については、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速やかに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。</p> <p>達成手段(4)「消費者政策関係情報調査経費」については、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、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、国費投入の必要性につき妥当性が認められるものと評価できる。</p> |
| | 次期目標等への反映の方向性 | <p>【施策】</p> <p>国民の消費生活の安定及び向上を確保するため、現在の目標を維持し、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、平成29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課題に取り組む必要があり、引き続き測定指標1～22に掲げるような各分野の施策を進めていく。</p> <p>【測定指標】</p> <p>測定指標9「リスクの高い取引に関する注意喚起(回数)」について、昨年度はこれまでの取組をより一層強化し、様々な消費者トラブルに関する注意喚起を実施した。引き続き着実に施策を実施し、消費者被害の未然防止に努める。</p> <p>測定指標13「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、今後より一層「食品ロス」の認知度を高めていくこと、食品ロス削減推進の取組を進めることを目指し、現在の目標を据え置く。</p> |
| 学識経験を有する者の知見の活用 | <ul style="list-style-type: none"> ・測定指標3について、美容医療サービスにおけるトラブルへの対応に関し、消費者庁が行っている措置を適切に評価し得る測定指標を設定すべき(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →次期事前分析表作成の際に検討。 ・測定指標4について、消費者庁の立ち位置が分かりにくい。政策評価の案を再考すべき(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →内容を整理した上で記載を修正。次期事前分析表作成の際に引き続き検討。 ・測定指標15、16及び17について、会議の参加自体が政策目標ではない。どのようなテーマの会議に出席したのかなど、成果が分かる測定指標としてほしい(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえて記載を修正。次期事前分析表作成の際に引き続き検討。 | |

| | |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <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"> ・消費者基本計画工程表 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/index.html#basic_plan_for_consumers ・平成29年度における消費者安全法(財産事案)の運用状況について http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/caution/pdf/consumer_policy_caution_180420_0001.pdf |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|--------------|---------------|---------------|--------------------------|----------------------|----------------|
| <p>担当部局名</p> | <p>消費者政策課</p> | <p>作成責任者名</p> | <p>消費者政策課長 内藤 茂雄</p> | <p>政策評価 実施時期</p> | <p>平成30年8月</p> |
|--------------|---------------|---------------|--------------------------|----------------------|----------------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-②)

| 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。</p> <p>2. 公益通報者保護制度の推進 公益通報者保護法(平成16年法律第122号)について、法の周知・啓発を引き続き促進し、事業者や行政機関における公益通報窓口の整備等を促進するとともに、公益通報者保護制度の実効性を向上させるための方策について検討する。</p> <p>3. 消費者団体訴訟制度の推進 ①消費者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。)の施行に向けた準備を行い、施行後には適切かつ実効的な運用を行う。 ②適格消費者団体及び特定適格消費者団体の認定・監督、支援を実施する。</p> | | | | |
| <p>達成すべき目標</p> | <p>1. 消費者契約法の見直し 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について、特に平成28年6月に成立した改正消費者契約法の附帯決議において今後の検討課題とされた論点に関し、消費者委員会消費者契約法専門調査会の議論等を踏まえつつ検討する。改正消費者契約法の施行に向けた周知・啓発活動を実施する。</p> <p>2. 公益通報者保護制度の推進 ①説明会等の実施や広報資料の配布等によって、公益通報者保護法の周知・啓発、公益通報窓口の整備等の促進に努める。 ②「公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会第1次報告書」(平成28年3月)等を踏まえ、制度の実効性を向上させるための方策について検討し、必要な措置を講じる。</p> <p>3. 消費者団体訴訟制度の推進 ①消費者団体訴訟制度の実効性の向上及び周知・広報に取り組む。 ②適格消費者団体及び特定適格消費者団体について認定・監督を適切に行うとともに、団体が業務を円滑に実施できるように必要な支援を実施する。</p> <p>上記1～3のとおり、消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策並びに消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要な環境の整備に関する基本的な政策のうち、消費生活に関する制度等を企画・立案・推進することにより、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に資する。</p> | | | | |
| <p>施策の予算額・執行額等</p> | <p>区分</p> | <p>平成27年度</p> | <p>平成28年度</p> | <p>平成29年度</p> | <p>平成30年度</p> |
| <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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定)施策番号3(1)④、4(3)③、5(1)①</p> <p>○骨太の方針2017(平成29年6月9日閣議決定)「消費者の安全・安心を確保するため、…悪質事案においても確実に被害の回復を図る取組…等を図る。」</p> <p>○施政方針演説(平成29年1月20日)「お年寄りなどを狙った悪質業者が後を絶ちません。被害者の救済を消費者団体が代わって求める新しい訴訟制度が、昨年スタートしました。これを国民生活センターがバックアップする仕組みを整え、より迅速な救済を目指します。」</p> <p>○施政方針演説(平成30年1月22日)「成人年齢を十八歳に引き下げの中で、消費者契約法を改正し、若者などを狙った悪質商法の被害を防ぎます。」</p> | | | | |
| | <p>予算の状況(百万円)</p> | <p>当初予算(a)</p> | <p>補正予算(b)</p> | <p>繰越し等(c)</p> | <p>合計(a+b+c)</p> |
| | <p>執行額(百万円)</p> | <p>71</p> | <p>-1</p> | <p>-</p> | <p>70</p> |
| | <p></p> | <p>57</p> | <p>63</p> | <p>77</p> | <p>147</p> |

| 測定指標 | 1 消費者契約法の規定の在り方についての検討状況(消費者委員会消費者契約法専門調査会への出席状況) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|------|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|----|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | <p>内閣府消費者委員会の答申を踏まえ、平成28年5月に「消費者契約法の一部を改正する法律」が成立。答申において引き続き検討を行うべきとされた論点については審議が再開(平成29年度の消費者契約法専門調査会への出席:12回。資料作成等の協力も実施。)され、平成29年8月に答申が出された。同答申を踏まえ、平成30年3月2日に改正法案を国会に提出。</p> | | | | |
| | | <p>・消費者委員会「消費者契約法に関する調査作業チーム」(会合出席:11回)</p> | <p>・消費者委員会「消費者契約法に関する調査作業チーム」(会合出席:2回) ・消費者契約法の運用状況に関する検討会(1回)</p> | <p>・消費者契約法の運用状況に関する検討会(8回)</p> | <p>消費者委員会消費者契約法専門調査会の議論等を踏まえつつ、消費者契約法の規定の在り方について検討を行う。</p> | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | <p>・消費者委員会「消費者契約法専門調査会」(出席:17回)</p> | <p>・消費者契約法の改正を実施 ・消費者委員会「消費者契約法専門調査会」(出席:11回)</p> | <p>・消費者委員会「消費者契約法専門調査会」(出席:12回) ・消費者契約法の改正法案を国会に提出</p> | | |
| 測定指標 | 2 消費者契約法に係る普及啓発事業の実施状況(リーフレットの配布部数、説明会等への講師派遣回数・参加者数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | <p>消費者契約法のリーフレットを作成し、全国の地方公共団体、消費者団体、事業者団体等に約3万部配布。また、消費者契約法の普及・啓発等を目的とした、消費者団体・事業者団体等主催の講座への講師派遣を、計4回実施。</p> | | | | |
| | | <p>講師派遣(3回・参加者数不明)</p> | <p>講師派遣(0回)</p> | <p>講師派遣(4回・参加者数不明)</p> | <p>消費者契約法についての周知・啓発活動を実施する。</p> | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | <p>講師派遣(6回・60名程度)</p> | <p>講師派遣(9回・80名程度)</p> | <p>・リーフレット配布(約3万部) ・講師派遣(4回・100名程度)</p> | | |

| | | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|------|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----|
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| 測定指標 | 3 公益通報者保護制度の説明会等の実施回数・満足度 | 前年度に続き、説明会等を10回以上実施。参加者の満足度も、90%強の高水準を維持。 | | | | ○ |
| | | ・開催回数: 4回(行政向け1回、民間向け3回) ・参加者数: 533名(行政向け150名、民間向け383名) ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合: 87.6%(行政向け90.9%、民間向け86.3%) | ・開催回数: 7回(行政向け4回、民間向け3回) ・参加者数: 355名(行政向け98名、民間向け257名) ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合: 94.1%(行政向け92.2%、民間向け95.0%) | ・開催回数: 11回(行政向け5回、民間向け6回) ・参加者数: 471名(行政向け214名、民間向け257名) ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合: 96.9%(行政向け94.0%、民間向け99.1%) | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | ・開催回数: 12回(行政向け10回、民間向け2回) ・参加者数: 756名(行政向け582名、民間向け174名) ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合: 94.5%(行政向け93.6%、民間向け97.7%) | ・開催回数: 11回(行政向け9回、民間向け2回) ・参加者数: 635名(行政向け402名、民間向け233名) ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合: 93.2%(行政向け93.2%、民間向け93.3%) | ・開催回数: 11回(行政向け6回、民間向け5回) ・参加者数: 749名(行政向け482名、民間向け267名) ・「有意義であった」等と回答した出席者の割合: 93.4%(行政向け92.6%、民間向け94.8%) ※「消費者行政新未来創造オフィス」における徳島県開催を含む(1回、50名) | | |
| | | | | | | |

| | | | | | | |
|------|---------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 測定指標 | 4 行政機関における通報・相談窓口の設置率 | 施策の進捗状況(実績) | | | 説明会等の実施や広報資料の配布等によって、公益通報者保護制度の普及・促進に努める。 また、地方における公益通報者保護制度の推進を図るため、「消費者行政新未来創造オフィス」において、全国展開を見据えた先進的な取組を実施する。 | 達成 ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 府省庁: 100% 都道府県: 100% 市区町村: 50.1% | 府省庁: 100% 都道府県: 100% 市区町村: 52.1% | 府省庁: 100% 都道府県: 100% 市区町村: 52.4% | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 府省庁: 100% 都道府県: 100% 市区町村: 52.1% | 府省庁: 100% 都道府県: 100% 市区町村: 52.4% | 調査中(平成29年度現在の状況を平成30年内に取りまとめ予定)。 ※「消費者行政新未来創造オフィス」における取組により、徳島県内市町村においては100%を達成。 | | |
| | 5 労務提供先の設置する内部通報窓口を信頼している労働者の割合 | 施策の進捗状況(実績) | | | 民間事業者向け説明会等において、制度や平成28年12月に改正した民間事業者向けガイドラインについて解説し、労働者から信頼され得る適切な通報制度の整備・運用等について周知。ただし、当該指標は「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」に基づくものであるところ、当該調査は高額のコストが必要となるためおおむね数年に一度実施しており、平成29年度は実施していない。 | 達成 — |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 8.0% | — | — | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | — | 13.6% | — | | |

| 測定指標 | 6 公益通報者保護制度の在り方についての検討状況(検討会等の開催回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------------------------|----|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | <p>公益通報者保護法の規律の在り方や行政の果たすべき役割等に係る方策を検討するため、平成30年1月、内閣総理大臣から消費者委員会に対して諮問が行われ、同委員会の公益通報者保護専門調査会において審議が行われており、同専門調査会の審議状況等を踏まえながら制度の在り方について更なる検討を実施。</p> | | | <p>公益通報者保護制度の実効性向上のための方策について検討する。</p> | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | ・開催回数:10回(公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会) ・第1次報告書公表 | ・開催回数:15回(公益通報者保護制度の実効性の向上に関する検討会) ・最終報告書公表 | ・出席回数:3回(消費者委員会公益通報者保護専門調査会への出席) | | |
| 測定指標 | 7 適格消費者団体の認定件数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | <p>平成29年度に、3団体の適格消費者団体を認定。</p> | | | <p>適格消費者団体及び特定適格消費者団体について認定・監督を適切に行い、円滑な施行に資する。</p> | |
| | | 11件 | 11件 | 12件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 14件 | 14件 | 17件 | | |
| 測定指標 | 8 特定適格消費者団体の認定件数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | <p>平成29年度に、1団体を認定(なお、平成30年1月に申請を受理した1団体について平成30年4月に認定しており、3団体目となる。)</p> | | | <p>適格消費者団体及び特定適格消費者団体について認定・監督を適切に行い、円滑な施行に資する。</p> | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 1件 | 2件 | | |

| 測定指標 | 9 適格消費者団体が設立された地域ブロック数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
|------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----|--|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ | |
| | | 全国を9の地域ブロックに分け、適格消費者団体の存在しない地域ブロック(空白地域)の解消に取り組んでいるところ、平成29年4月に東北ブロックに、同年5月に北陸ブロックに、それぞれ1団体を認定。(残りの空白地域:1ブロック) | | | 適格消費者団体の存在しない地域ブロック(空白地域)を解消する。 | | |
| | | 6ブロック | 6ブロック | 6ブロック | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | | 6ブロック | 6ブロック | 8ブロック | | | |
| | | | | | | | |
| 測定指標 | 10 独立行政法人国民生活センター法等の一部を改正する法律の施行に向けた政令、内閣府令、ガイドライン等の策定・公表 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ | |
| | | 独立行政法人国民生活センター法等改正法の附帯決議により求められた事項等への対応のため、平成29年9月に消費者契約法施行規則を改正。同年10月1日に、「適格消費者団体の認定、監督等に関するガイドライン」、「特定適格消費者団体の認定、監督等に関するガイドライン」の改定を実施。 | | | 平成29年10月1日の独立行政法人国民生活センター法等の一部を改正する法律の施行に向けて、必要な政令、内閣府令、ガイドライン等を策定・公表する。 | | |
| | | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | | ・消費者契約法施行規則改正 ・関連ガイドライン改定 | | | | | |
| | | | | | | | |
| | 11 消費者団体訴訟制度に係る普及啓発事業の実施状況(説明会の実施回数、ポスター・動画の活用状況) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ | |
| | | シンポジウムを開催したほか、消費者団体、事業者団体、行政向けに個別説明会等を実施。 広範囲に周知・啓発を行うためのパンフレットの作成・配布、解説動画の制作・公開を実施。 | | | | | |
| | | シンポジウムの開催回数:5回 | シンポジウムの開催回数:6回 | ・説明会への講師派遣等(10回) ・ポスター・パンフレット(作成・配布、駅構内掲示) ・動画作成・放映(BS民放) | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |

| | | | | | |
|------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|
| 測定指標 | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | |
| | | ・説明会への講師派遣等(22回) ・動画放映(BS民放、鉄道車両、駅構内) | ・説明会への講師派遣等(17回) ・ポスター・パンフレット(増刷・配布) ・動画放映(YAHOO! Japan、鉄道車両) | ・説明会への講師派遣等(9回) ・シンポジウムの開催 ・パンフレットの改定・配布 ・動画制作・ウェブ掲載(政府インターネットテレビ等) | |
| | | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 |
| | | <p>消費者団体訴訟制度、適格消費者団体、特定適格消費者団体の認知度調査を実施した。平成29年度においては、前年度までから質問を変更し、単なる名称等にとどまらない内容面の理解まで含めた具体的な認知度を測ることとしたため、前年度までの認知度と比較して認知度の増減を測ることは困難である。</p> <p>ただし、今後は、認知度の増減を適切に測れる質問の維持に努めつつ、消費者団体訴訟制度の周知・広報の手法を年度ごとに変更することで、最も効果的な周知手段を検討することとし、認知度向上のための手段を不断に見直してまいりたい。</p> | | | 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。 |
| | 12 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 | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | — |
| | — | — | ・消費者団体訴訟制度(差止請求)の認知度(28.6%) ・適格消費者団体の認知度(16.0%) | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | — | ・特定適格消費者団体の認知度(6.7%) | ・消費者団体訴訟制度の認知度(13.9%) ・適格消費者団体の認知度(8.2%) ・特定適格消費者団体の認知度(6.3%) | | |

| | | |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| 評価結果 | (各行政機関共通区分) | 相当程度進展あり |
| | 目標達成度合いの測定結果 | (判断根拠) |
| | <p>測定指標12(消費者団体訴訟制度等の認知度)の実績が微減したが、より効果的・効率的な周知・啓発手法を比較検討するため年度ごとに様々な手法を試みている結果であり、周知・啓発活動への取組全体としては前進していると考えられる。平成29年度に値が測定されたその他の指標については目標達成となっていることから、施策全体としては「相当程度進展あり」とした。</p> | |
| 施策の分析 | <p>(実績値に減少等があった測定指標)</p> <ul style="list-style-type: none"> 測定指標2(消費者契約法に係る普及啓発事業の実施状況)について、講師派遣回数前年度に比して下回っているが、講師派遣の代わりに消費者契約法の分かりやすいリーフレットを作成することに注力し、全国の消費者行政担当部局等に約3万部を配布した。当該リーフレットは理解に資すると各所から追加配布の要望があり、周知・啓発効果は非常に高いと評価し目標達成とした。 測定指標5(労務提供先の設置する内部通報窓口を信頼している労働者の割合)については、平成29年度は調査を実施していない(「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」に基づく指標であるが、当該調査は高額のコストが必要となるため概ね数年に一度実施しているもの。)ため、目標の達成について評価することは困難であることから、達成欄については評価を記載していない。なお、民間事業者向け説明会等において、引き続き制度や改正ガイドラインについて解説し、労働者等から信頼獲得に資する適切な内部通報制度の整備・運用等について周知啓発を図ってまいりたい。 測定指標6(公益通報者保護制度の在り方についての検討状況)については、内閣総理大臣から消費者委員会に対して諮問が行われ、平成30年1月から同委員会の公益通報者保護専門調査会において調査審議が行われているところである。同専門調査会の調査審議状況等を踏まえつつ、制度の実効性向上に向けた更なる検討を実施しているため、目標達成とした。 測定指標12(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)については、平成29年度において、前年度までから質問を変更したため、前年度までの認知度と比較して認知度の増減を測ることは困難である。したがって、目標の達成について評価することも困難であることから、達成欄については評価を記載していない。なお、今後は、認知度の増減を適切に測れる質問の維持に努めつつ、消費者団体訴訟制度の周知・広報の手法を年度ごとに変更することで、最も効果的な周知手段を検討することとし、認知度向上のための手段を不断に見直してまいりたい。 <p>(達成手段の効率性、有効性)</p> <p>達成手段(1)「消費生活に関する制度の企画・立案・推進経費」により実施した消費者契約法や消費者団体訴訟制度の周知・啓発事業は、実際の被害に際しての消費者の一助及び事業者の不適切な活動の予防につながったと考えられる。また、同経費により消費者団体訴訟制度の担い手の適切な認定・監督を行うことで、制度に対する信頼及び適格消費者団体・特定適格消費者団体の活動の適正を維持し、消費者被害の未然防止・拡大防止、及び消費者被害の回復に寄与していると考えられる。さらに、消費者契約法の不断の見直しは、時代の変化に合わせたより実効的な被害救済手段を国民に提供するため必要である。</p> <p>達成手段(2)「公益通報者保護の推進に必要な経費」により実施した公益通報者保護制度の見直し及び周知・啓発活動は、企業不祥事等の未然防止又は早期是正が図られる環境の整備につながり、企業等の法令遵守を促進していると考えられる。</p> | |
| 次期目標等への反映の方向性 | <p>【施策】</p> <p>消費者の利益の擁護及び増進を図るため、引き続き、消費生活に関する制度等を企画・立案・推進する。具体的には下記のとおりである。</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者契約法については、引き続き、同法の規定の在り方等について検討を実施する。また、同法の認知度向上のための周知・啓発活動を行う。 消費者団体訴訟制度については、適格消費者団体及び特定適格消費者団体に対して引き続き適切な認定及び監督を行うとともに、必要な支援策を検討する。また、説明会の実施や広報資料の配布等だけでなく、インターネット等の多様なメディアの活用等により、効果的な周知・啓発を図る。 公益通報者保護制度については、①制度の運用改善を通じた実効性の向上を図るため、民間事業者に対するインセンティブの導入、新たに策定・改正したガイドラインの普及・啓発活動等を行う。また、②制度の見直しを通じた実効性の向上を図るため、法の規律の在り方や行政の果たすべき役割等に係る方策について検討を行う。 <p>【測定指標】</p> <p>測定指標10(独立行政法人国民生活センター法等の一部を改正する法律の施行に向けた作業)については、平成29年に同法の施行が完了していることもあり、新たな指標を設けるかどうかについて検討する必要がある。</p> <p>その他の指標については、継続的に取り組むべきものであり、平成30年度以降も同様の指標を維持する。</p> | |

| | |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>学識経験を有する者の知見の活用</p> | <p>・測定指標5について、平成29年度には「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」を行っていないにもかかわらず、目標に対する達成度が「○」であるのは評価として適切なのか(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →目標の達成について評価することは困難であることから、達成欄については評価を記載していない。</p> <p>・測定指標12について、消費者団体訴訟制度の認知度13.9%、適格消費者団体の認知度8.2%、特定適格消費者団体の認知度6.3%という結果を見て、目標に対する達成度欄で「△」と評価するのは適切ではない。客観的に考えて「×」ではないのか(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →平成29年度において、前年度までから質問を変更したため、前年度までの認知度と比較して認知度の増減を測ることは困難である。したがって、目標の達成について評価することも困難であることから、達成欄については評価を記載していない。</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> | <p>【測定指標1】①「消費者契約法専門調査会」②「消費者契約法に関する調査作業チーム」③「法制審議会－民法(債権関係)部会」 ① http://www.cao.go.jp/consumer/history/04/kabusoshiki/other/meeting5/index.html ② http://www.cao.go.jp/consumer/history/03/kabusoshiki/other/meeting5/index.html ③ http://www.cao.go.jp/consumer/history/02/kabusoshiki/other/meeting1/shouhishakeiyakuhou.html ④ http://www.moj.go.jp/shingi1/shingikai_saiken.html</p> <p>【測定指標3】①「平成29年度行政機関職員向け公益通報者保護制度に関する研修会」②「公益通報者保護法説明会」 ① http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/administration/workshop/2017/ ② http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/pr/briefing_session/</p> <p>【測定指標4】「平成28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」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/research/investigation/pdf/h28kouekisekou_1.pdf</p> <p>【測定指標5】「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報告書」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/research/investigation/pdf/chosa_kenkyu_chosa_170104_0003.pdf</p> <p>【測定指標6】「消費者委員会公益通報者保護専門調査会」 http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/koueki/index.html</p> <p>【測定指標7】「全国の適格消費者団体一覧」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/about_qualified_consumer_organization/list/</p> <p>【測定指標8】「全国の特定適格消費者団体一覧」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/about_qualified_consumer_organization/list_of_specified/</p> <p>【測定指標9】「全国の適格消費者団体・特定適格消費者団体一覧」 同「測定指標7」及び「測定指標8」</p> <p>【測定指標10】「特定適格消費者団体の認定、監督等に関するガイドライン」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/about_qualified_consumer_organization/guidelines/</p> <p>【測定指標11】「消費者団体訴訟制度に関する広報資料」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/about_system/public_relations/</p> <p>【測定指標12】消費者意識基本調査 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</p> |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|--------------|---------------|---------------|--------------------------|-----------------|----------------|
| <p>担当部局名</p> | <p>消費者制度課</p> | <p>作成責任者名</p> | <p>消費者制度課長 廣瀬 健司</p> | <p>政策評価実施時期</p> | <p>平成30年8月</p> |
|--------------|---------------|---------------|--------------------------|-----------------|----------------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-③)

| | | | | | | |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|----|
| 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>○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」を策定するとともに、同法第19条の規定に基づき設置した「消費者教育推進会議」を開催し、委員相互の情報の交換及び調整を行い、消費者教育を総合的、体系的、効果的に推進する。 消費者教育の基盤整備として、消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約して提供している消費者教育ポータルサイトをより充実させるため、随時、掲載情報の拡充を行う。 消費者教育の体系イメージマップにおける、幼児期から高齢期までのライフステージ、「消費者市民社会の構築」などの4つの領域ごとの目標に対応した消費者教育用副教材を作成する。 「倫理的消費」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を深め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行う。</p> <p>○普及・啓発 各地の消費者支援活動を推進するため、消費者支援活動に極めて顕著な功績のあった個人又は団体に対して、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。 高齢者及び障害者の消費者トラブルの防止等を図るため、高齢者、障害者及び周りの方々に対し消費者トラブルに関する情報提供等を行う仕組みを構築する。 子供の不慮の事故の減少への寄与を図るため、子供の事故防止に関する注意喚起情報等を発信するとともに、「子どもを事故から守る！プロジェクト」を推進する。</p> | | | | | |
| 達成すべき目標 | <p>○教育 消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況に鑑み、学校、家庭、地域、職場その他の様々な「場」において消費生活に関する教育が充実されるよう必要な施策を講じることにより、消費者の自立を支援する。</p> <p>○普及・啓発 消費者団体等との適切な連携の下、消費者問題に関する普及・啓発活動を総合的に推進し、消費者の自立を支援する。 高齢者及び障害者の消費者トラブルの防止や子供の不慮の事故防止等を図るための施策を推進し、高齢・障害消費者の消費者トラブルの防止及び子供の不慮の事故の減少への寄与を図る。</p> | | | | | |
| 施策の予算額・執行額等 | 区分 | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算の状況 (百万円) | 当初予算(a) | 46 | 36 | 47 | 50 |
| | | 補正予算(b) | - | - | - | |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 46 | 36 | 47 | |
| 執行額(百万円) | 45 | 31 | 38 | | | |
| 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 ○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定)施策番号 1(1)⑦、4(2)①、4(2)②、4(2)③、4(2)④、4(2)⑤、4(2)⑥、4(2)⑦、4(2)⑧、4(2)⑨、4(2)⑩、4(2)⑪、4(2)⑮、4(3)①、6(1)④、6(1)⑦ ○消費者行政推進基本計画(平成20年6月27日閣議決定) ・消費者教育や啓発に係る地方支援、(中略)などに取り組む。 ・国がこれまで行ってきた直轄事業(PIO-NETの整備、研修、消費者教育や啓発への支援等)についても充実する(以下略)。</p> | | | | | |

| | | | | | | |
|--------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----------------------------------------------------|-------------|
| 測定指標 | 1 「子どもを事故から守る！プロジェクト」の普及活動の実施状況(子ども安全メールの登録者数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 ○ |
| | | 平成29年度は5月から、これまで4種類あったメール登録及び配信パターンを業務効率見直しの観点から2種類にした。そのため、平成29年5月2日時点でメール登録者数は22,565となったが、平成29年度末は23,102と増加している。 | | | 平成29年度 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 「子どもを事故から守る！プロジェクト」を展開し、子供の不慮の事故を防止するための普及活動を推進する。 | |
| | | 23,593 | 26,321 | 27,143 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 28,058 | 31,497 | 23,102 | | | | |

| | | | | | | |
|------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 2 消費者教育推進会議の開催(開催回数)及び先進事例のヒアリング状況(ヒアリング箇所数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者教育推進会議を5回開催。平成29年7月には第2期消費者教育推進会議を取りまとめた。また、「若年者の消費者教育分科会」を4回開催し、文部科学省から制度の現状についてヒアリングするとともに、学校現場、地方公共団体の現状についてもヒアリングした上で、実態に即した検討を行った。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 教育推進会議の開催回数 | | | 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」等を踏まえ、消費者教育推進会議等を開催し、消費者教育推進のため、先進事例の把握、周知及び普及に努める。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 4回 | 14回 | 16回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 6回 | 9回 | 10回 | | |
| | | ヒアリング回数 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 5回 | 7回 | | |
| 測定指標 | 3 各都道府県における消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置状況(消費者教育推進計画の策定数、消費者教育推進地域協議会の設置数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者行政ブロック会議において、消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置について説明を行うとともに、各地における策定・設置状況を報告した。また、策定・設置の状況について消費者教育推進会議でも説明した。さらに、都道府県、政令市及び中核市を対象に、消費者教育推進計画の内容と消費者教育推進地域協議会の審議状況について調査を行い、その結果を現在取りまとめているところ。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 消費者教育推進計画の策定数 | | | 全都道府県及び全政令指定都市における消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置を進めるため、既に同計画の策定及び同協議会の設置をしている都道府県及び政令指定都市に対して、同計画の内容及び同協議会の運営状況を調査し、モデル事例となる取組については情報提供を行うことで、全都道府県及び全政令指定都市において消費者教育推進計画の策定及び消費者教育推進地域協議会の設置を目指す。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | 11 | 29 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 33 | 44 | 47 | | |
| | | 消費者教育推進地域協議会の設置数 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | 18 | 35 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 42 | 45 | 46 | | |
| 測定指標 | 4 消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)の検討・変更の状況(消費者教育推進会議の開催回数(ワーキングチームによる検討会を含む)) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成29年4月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針—中間的見直し」を取りまとめ、これにより、消費者教育に関する施策の実施状況及び論点を把握した。その後、消費者教育推進会議における議論を5回行い、意見を集約した上で、平成30年3月に基本方針を変更(平成30年度以降を対象期間とする基本方針を策定)した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成29年6月までに消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)の見直しに向け、①国、②地方公共団体、③その他関係者の施策の実施状況を把握し、論点を整理する。また、平成30年度以降を対象期間とする基本方針を策定する。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 4回 | 14回 | 16回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 6回 | 9回 | 5回 | | |

| 測定指標 | 5 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(教材の掲載数及びポータルサイトに掲載されている消費者教育教材「社会への扉」を提供した学校数) (消費者教育に使用される教材等の整備) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | | 平成29年度実績は、新規登録数・更新数が前年に比して増となった(※平成25年度は消費者教育ポータルサイトの大規模な改修に伴い、既存情報の更新を実施)。なお、登録・更新に当たっては、過去の消費者教育ポータルサイト掲載情報評価検討会における検討に照らし、掲載の判断を行った。 | | | 平成29年度 | |
| | | 教材の掲載数 | | | 消費者教育ポータルサイトの周知を行うとともに、消費者教育ポータルサイト掲載情報評価検討会を開催し、教材に対する評価書を作成し、ポータルサイトへ掲載する。 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 100 | 950(※) | 52 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 29 | 43 | 56 | | |
| | | 消費者教育ポータルサイトに掲載されている消費者教育教材「社会への扉」を提供した学校数 ※括弧で「消費者行政新未来創造オフィス」における取組に係る提供数を示す。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | | 116(56) | | |
| | | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | 6 各都道府県における消費者教育推進地域協議会の設置状況(消費者教育推進地域協議会の設置数) | 消費者行政ブロック会議において、消費者教育推進地域協議会の設置について説明を行うとともに各地における設置状況を報告した。また、設置の状況について消費者教育推進会議でも説明した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費者庁と文部科学省が密接に連携し、消費者教育を推進するために、地方公共団体において教育委員会と消費者行政担当部局との連携を図るなど消費者教育の推進体制の整備を促進する。 | |
| | | | 18 | 35 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 42 | 45 | 46 | | |

| 測定指標 | 7 若年者への消費者教育の充実に向けた検討状況(消費者教育推進会議の開催回数(若年者の消費者教育に関するワーキングチームによる検討会を含む。)) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
|--------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|--|
| | | | | | 平成29年度 | ○ | |
| | | 消費者教育推進会議を5回開催。その審議を踏まえ、平成30年3月20日に変更の閣議決定をした「消費者教育の推進に関する基本的な方針」では、若年者への消費者教育の推進を当面の重点事項と位置付けた。また、「若年者の消費者教育分科会」を4回開催し、学校現場、地方公共団体の現状を把握した上で、実態に即した検討を行った。さらに、消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁の関係局長で構成する「若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議」を設置・開催し、「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」に基づき連携して取組を進めることを決定した(消費者行政新未来創造オフィスでの取組を踏まえた、実践的な消費者教育の全国での実施に向けた教材の活用の促進を含む。) | | | 消費者教育推進会議において、学校における消費者教育の充実方策について検討するとともに、成年年齢引下げに向けた環境整備の充実のための教材等についても「消費者行政新未来創造オフィス」での教材を活用した取組を踏まえ、検討する。 | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | 4回 | 14回 | 16回 | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | |
| 6回 | 9回 | 9回 | | | | | |
| 測定指標 | 8 地域への講師派遣の状況(派遣数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | | | | 平成29年度 | ○ | |
| | | 地域で開催される講座等、地域で活動する者を対象とした消費者教育の担い手・コーディネーターの養成、消費者市民社会への参画、若年者への消費者教育の必要性の発信、倫理的消費の普及等、消費者教育の推進を目的とした講座への講師派遣を21回実施した。 | | | 地域で開催される講座等への講師派遣を実施し、地域における消費者教育の推進を行う。 | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | | | | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | |
| 21回 | 14回 | 21回 | | | | | |
| 測定指標 | 9 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(家庭で活用できる消費者教育教材活用件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | | | | 平成29年度 | ○ | |
| | | 「自学する方」向けとして、家庭で利用し、親子で学べる教材を消費者教育ポータルサイトに掲載することで提供し、58件の活用を確認している。引き続き、各地域の講座情報提供の充実を図っている。 | | | 家庭で活用できる消費者教育教材や地方における親子向けの講座の案内を積極的に収集し、消費者教育ポータルサイトへの掲載を行う。 | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | 38件 | 31件 | 33件 | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | |
| 14件 | 25件 | 58件 | | | | | |
| 測定指標 | 10 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(事業者・事業者団体による取組事例に係る掲載件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | | | | 平成29年度 | ○ | |
| | | 平成29年度の事業者・事業者団体による具体的な取組事例(消費者教育、消費生活、経済、家計、契約、事故防止)に関する教材を19件掲載した。 | | | 事業者・事業者団体による取組事例を積極的に収集し、消費者教育ポータルサイトへの掲載を行う。 | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | 40件 | 9件 | 14件 | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | |
| 8件 | 17件 | 19件 | | | | | |

| | | | | | | |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 11 エシカル・ラボの開催状況(開催回数) ※括弧書で「消費者行政新未来創造オフィス」の関与による開催件数を示す。 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 「倫理的消費」調査研究会の「取りまとめ」を平成29年4月に公表した。さらに、平成29年度中には、鳥取県(10月)及び徳島県(3月)において、計2回、エシカル・ラボを開催した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 「倫理的消費」調査研究会の取りまとめを公表するとともに、普及のためのイベントとして「エシカル・ラボ」を開催する。 | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 1回 | 1回 | 2(1)回 | | | |
| | 12 「消費者行政新未来創造オフィス」における倫理的消費の普及に関連する取組事例の収集状況(収集件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 鳥取県及び徳島県のエシカル・ラボ登壇者を中心に12件の取組事例の収集を行った。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 倫理的消費の普及のため、「消費者行政新未来創造オフィス」において、先進的な取組事例の収集を行う。 | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 12件 | | | |
| | 13 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況(「生活の管理と契約」の領域に係る教材の掲載数及び教材を使った取組事例数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 「生活の管理と契約」の領域に係る教材の掲載数は、今までの蓄積に加え、平成29年度中に45件増加し、年代別に特化した教材を更に充実させた。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費者教育の体系イメージマップの幼児期から高齢期までのライフステージ、対象領域ごとの目標に対応した金融経済教育用教材を作成し、消費者教育ポータルサイトにおいて提供することにより消費者教育の推進を行う。 | |
| | | | 49件 | 35件 | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| 34件 | 32件 | 45件 | | | | |
| 14 食育等に関する啓発資料等の配布(件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | 第12回食育推進全国大会において、「食品安全に関する取組」、「食品ロスの削減」、「食品表示制度について」等のパンフレットを3,800部配布し、正確な情報提供を推進した。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 食品の安全性、栄養、食習慣などについての正確な情報の提供等を推進する。 | | |
| | 1400部 | 2650部 | 2900部 | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| 2570部 | 2450部 | 3800部 | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 15 消費者団体との意見交換会の開催状況(開催回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者団体との意見交換会を2回実施した。特に2回目は、大臣出席の下、消費者団体から様々な御意見をいただき積極的な意見交換が行われた。 | | | 平成29年度 | × |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費者団体との意見交換会の開催を推進する。 | |
| | | 9回 | 7回 | 4回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 5回 | 5回 | 2回 | | | |
| | 16 消費者団体との連携の推進状況(消費者団体と連携した事業・イベント等の回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | | 目標 |
| | | 全国8ブロックで、消費者団体と連携し、地方消費者フォーラムを開催した。地域の消費者団体による見守り活動、消費者被害防止ネットワーク、教育関係者からの学生に向けた消費者教育の実践事例等について報告が行われた。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 地域の消費者団体等によるネットワーク構築・推進事業を実施する。 | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 8回 | 8回 | 8回 | | | |
| | 17 消費生活センター等における障がい者の消費生活相談への対応方策の検討状況(高齢消費者・障がい者見守りネットワーク連絡協議会の開催回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | | 目標 |
| | | 高齢消費者・障がい者見守りネットワーク連絡協議会については、平成28年度から施行された改正消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の設置促進を行う機関として機能させるよう見直しを行うため、平成29年度は実施しなかったが、平成30年度には見直しを行った上で、開催予定である。 | | | 平成29年度 | × |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費生活センター等における障がい者の消費生活相談への対応のための体制整備に向けて、課題を整理するなど対応方策について検討を行う。 | |
| | | 1回 | 2回 | 1回 | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| 2回 | 1回 | 0回 | | | | |
| 18 国家公務員(本府省審議官級に昇任した職員)に対し、消費生活センター等における窓口業務を体験させる研修の実施(回数・参加者数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | | 達成 |
| | 研修回数は3回、参加者数は97人である。なお、研修対象者は、本府省審議官級に昇任した職員である。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 研修回数 | | | 国家公務員(本府省審議官級に昇任した職員)向けに消費生活センター等における窓口業務を体験する研修を着実に実施する。 | | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | 2回 | 3回 | 3回 | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 3回 | 3回 | 3回 | | | |
| | 研修参加者数 | | | | | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| 64人 | 82人 | 86人 | | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 74人 | 73人 | 97人 | | | | |

| | | | |
|------|---------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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15及び17以外、全ての測定指標について目標を達成することができたため、施策として相当程度進展ありと判断した。 測定指標15については、大臣出席の下、意見交換を行うという目標を達成し、ハイレベルでの意見交換が実現できたものの、頻度の面では十分ではなく、今後はハイレベルの意見交換に限らず、庁内幹部との意見交換を定期的に開催できるよう努める。 測定指標17においては、平成29年度は高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会を開催しなかったが、平成28年度から施行された改正消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の設置促進を行う機関として機能させるよう見直しを行い、平成30年度において、開催することとする。 |
| | 施策の分析 | | (実数値が減少等している測定指標) 測定指標1について、平成29年度の子ども安全メールの登録者数が前年度から減少しているが、これは、平成29年5月から、作業効率改善の観点でこれまで4種類あったメール登録及び配信パターン(携帯2種類、PC2種類)を携帯、PC各1種の計2種類にしたためである。新たな2種類でのメール登録及び配信パターンでの登録者数においては、見直し時点の5月から平成29年度末に登録者数は増加している。加えて、「子どもを事故から守る！プロジェクト」シンボルキャラクター「アブナイカモ」が地方公共団体など、全国各地の子ども向けイベントに参加するなど、子どもの不慮の事故を防止するための普及活動を推進することができたため、目標達成と判断した。 測定指標4については、消費者教育推進会議の開催回数は平成28年度比で減少しているが、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の対象期間(平成29年度が最終年度)中である平成30年3月20日に変更(閣議決定)が行われたことから、目標達成と判断した。 測定指標7については、消費者教育推進会議の開催回数は平成28年度と同数であるが、成年年齢の引下げ(第196回通常国会に法案提出)を見据え、必要な取組を集中的に進めるために「若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議」を新たに設置し、今後実施する施策とその目標を設定するなど、若年者を取り巻く社会情勢に応じた体制を整えたことから、目標達成と判断した。 測定指標12については、今年度新たに追加した指標であり、前年度との比較はできないものの、消費者行政新未来創造オフィス設置から約8か月の間で、ヒアリングや視察、エシカル・ラボの開催などを通じ、様々な主体の幅広い取組について事例を収集したことから、目標達成と判断した。収集した事例は、公表に向けて取りまとめ中である。 測定指標15について、大臣出席の下、消費者団体から様々な御意見をいただき積極的な意見交換が実現できたが、消費者団体との意見交換会の開催数は昨年より3回減少した。定期的に意見交換の場を設けることも重要であり、同会の位置付けを明確にする必要がある。 達成手段(1)「消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進経費」により実施している消費者教育の推進のための施策については、以下のような具体的な成果が挙げられることから、達成手段の有効性、効率性があると認められる。 ・「消費者教育の推進に関する基本的な方針」について、見直しの対象期間(平成29年度が最終年度)中である平成30年3月20日に変更(閣議決定)が行うことができた。 ・「倫理的消費」調査研究会での議論や「エシカル・ラボ」の開催により、一定の議論の喚起が図られている。 ・「消費者行政新未来創造オフィス」のプロジェクトの一つとして、徳島県内の全ての高校等において消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の実施を達成することができた。 |
| | 次期目標等への反映の方向性 | | 【施策】 消費者教育に関する施策については、各施策の有効性を検証しつつ、毎年度継続的に実施すべき分野であるところ、平成29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。消費者被害の防止に加え、公正かつ持続可能な社会の形成に参画する消費者を育成するという目標の達成のため、「消費者基本計画」等に基づき、政策評価結果を踏まえて、平成30年度も各施策を進める。 【測定指標】 消費者教育の推進により達成すべき目標は、施策の進捗状況や社会経済情勢により変化し得るものであることから、平成30年度には、まずは引き続き測定指標に掲げる各分野の施策を進めるとともに、時宜に応じて重点的に取り組むべき課題を検討し、必要な施策を検討した上で、実施する。 また、「若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議」で決定された「若年者への消費者教育推進に関するアクションプログラム」を踏まえ、目標や測定指標の見直しを行う。 |

| | |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 学識経験を有する者の知見の活用 | <ul style="list-style-type: none"> ・測定指標9について、全国58件の実績値で目標達成としている理由はなぜか。この程度の実績で目標達成として良いのか(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →前年度までと比べても実績は大きく増加しており、目標達成と判断した。 ・測定指標17について、そもそも見守りネットワークに関する取組は見守りの実効性が確保されることが目的なのであるから会議をやったかどうかという測定指標ではなく、他の適切な測定指標を設定すべきではないか(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえつつ、今後、会議の在り方や適切な指標について検討する。 ・次期目標等への反映の方向性について、成年年齢引下げに関する消費者教育の取組は大変重要なものとなってきているため、その取組をチェックし得る適切な指標を今後考えておいてほしい(平成30年度以降)(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえつつ、今後、適切な測定指標について検討する。 |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育推進会議 http://www.caa.go.jp/policies/council/cepc/ ・消費者教育ポータルサイト http://www.caa.go.jp/kportal/index.php |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|-------|-------------|--------|-----------------------|--------------|---------|
| 担当部局名 | 消費者教育・地方協力課 | 作成責任者名 | 消費者教育・地方協力課長 尾原 知明 | 政策評価 実施時期 | 平成30年8月 |
|-------|-------------|--------|-----------------------|--------------|---------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-④)

| | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------------------------------------------------------------|-------------|
| 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(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。</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27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算 の 状況 (百万 円) | 当初予算(a) | 3,649 | 3,652 | 3,648 | 3,049 |
| | | 補正予算(b) | 2,000 | 2,000 | 1,200 | |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 5,649 | 5,652 | 4,848 | |
| 執行額(百万円) | 5,394 | 5,061 | 5,156 | | | |
| 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(平成27年3月24日閣議決定)</p> <p>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 5(3)②、6(2)①、6(2)②、6(2)③、6(2)④、6(2)⑤、6(2)⑦</p> <p>○消費者行政推進基本計画(平成20年6月27日閣議決定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方の消費生活センター及び国民生活センターを高齢者を含めすべての消費者が何でも相談でき、誰もがアクセスしやすい一元的な消費者相談窓口と位置付け、全国ネットワークを構築する。 <p>○日本再生戦略(平成24年7月31日閣議決定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害に遭ってもどこにも相談しなかった人の割合を減少させる<2020年までに実現すべき成果目標> | | | | | |
| 測定指標 | 1 外国語による相談体制が整備された消費生活センターを有する都道府県数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 ○ |
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | 地方消費者行政推進交付金の活用等により、都道府県及び政令市に設置されている消費生活センターのほか、各市区町村に設置されている消費生活センターを含む消費生活相談窓口における在留外国人の国内での消費活動に係る相談体制の強化に努めた(各年12月時点。都道府県への聞き取り調査に基づく。) | | | 東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会に向けて増加が見込まれる在留外国人への情報提供や相談体制の強化を図る。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 18 | 35 | 47 | | | | |

| | | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | | 達成 | | |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----------------------------------------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------------|--|----|
| | | | | | 細目標 | | | | |
| 測定指標 | 2 「地方消費者行政強化作戦」政策目標 2-1① 消費生活センターの設立促進(人口5万人以上の全市町)を達成している都道府県の割合(平成32年度までに100%) ※政策目標1-1については、平成27年4月1日時点で達成済み。 | 人口規模の小さい市区町村ほど消費生活センターの設置率が低くなっており、引き続き小規模市区町村を中心に相談体制の強化を促す必要がある(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)。 | | | 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、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費生活センターの設立等の支援を行う。 | | 達成 | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | | |
| | | | 40.4% | | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | 42.6% | 51.1% | 63.8% | | | | | | |
| 測定指標 | 3 「地方消費者行政強化作戦」政策目標 2-1② 消費生活センターの設立促進(人口5万人未満の市町村の50%以上)を達成している都道府県の割合(平成32年度までに100%) | 人口規模の小さい市区町村ほど消費生活センターの設置率が低くなっており、引き続き小規模市町村を中心に相談体制の強化を促す必要がある(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)。 | | | | | 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、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費生活センターの設立等の支援を行う。 | | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | | |
| | | | 21.3% | | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | 25.5% | 31.9% | 42.6% | | | | | | |
| (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(測定指標2、3関連) ※各都道府県総人口におけるセンターが設置されている市町村の人口 | 消費生活センター設置カバー率が80%以上になった都道府県は31県となった(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)。 | | | 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、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費生活センターの設立等の支援を行う。 | | | | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | | |
| | | | 24県 | | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | 26県 | 25県 | 31県 | | | | | | |
| (参考指標2) | 都道府県と市町村の相談件数における市町村の相談担当率(測定指標2、3関連) | 都道府県と市町村の相談分担率の平成29年度の全国平均は72%となった(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前年度3月末時点の状況を記載)。 | | | | | 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、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費生活センターの設立等の支援を行う。 | | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | 70.4% | 70.9% | 72.0% | | | | | | |
| 測定指標 | 4 「地方消費者行政強化作戦」政策目標 2-2 管内自治体(市区町村)の50%以上に消費生活相談員を配置している都道府県の割合(平成32年度までに100%) | 管内市町村の50%以上に消費生活相談員を配置している都道府県は、2県増加している。引き続き多面的な取組を通じて、各都道府県における配置割合の引き上げを図る必要がある(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)。 | | | 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、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費生活センターの設立等の支援を行う。 | | | | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | | |
| | | | 76.6% | | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | 80.9% | 83.0% | 87.2% | | | | | | |

| | | | | | |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|----|
| 測定指標 | 5 「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-3 消費生活相談員の資格保有率を75%以上に引き上げを達成している都道府県の割合(平成32年度までに100%) | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 |
| | | 消費生活相談員の資格保有率が75%以上となっている都道府県については、2県増加している。引き続き多面的な取組を通じて、各都道府県における保有率の引き上げを図る必要がある(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)。 | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | |
| (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(測定指標4、5関連) ※各都道府県総人口に対する相談員が設置されている市町村の人口 | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 |
| | | 消費生活相談員配置カバー率が80%以上になった都道府県は43県となった(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)。 | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | |
| 測定指標 | 6 「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-4 消費生活相談員の研修参加率を100%に引き上げ(各年度)を達成している都道府県の割合(平成32年度までに100%) | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 |
| | | 消費生活相談員の研修参加率については、80%未満も6県あることから、多面的な取組を通じて、各都道府県における研修参加率の引き上げを図る必要がある(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)。 | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | |
| (参考指標4) | 消費生活相談員の研修参加率80%以上の都道府県の割合(測定指標6関連) | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 |
| | | 消費生活相談員の研修参加率については、80%以上の都道府県は41都道府県となった。(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)。 | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | |
| (参考指標5) | 全国の消費生活相談員の研修参加率(測定指標6関連) | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 |
| | | 全国の消費生活相談員の研修参加率については、90.7%となった(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)。 | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | |

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の達成状況を地方消費者行政推進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こととする。

○
○
×
○
○

| | | | | | | |
|--------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| (測定指標) | 7 「地方消費者行政強化作戦」政策目標3-1 適格消費者団体が存在するブロックの割合(平成32年度までに100%) | 施策の進捗状況(実績) | | | 消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政推進交付金等を活用し、適格消費者団体等の支援を行う。 | 達成 |
| | | 適格消費者団体は、新たに、東北ブロック、北陸ブロックでそれぞれ1団体認定され、適格消費者団体が存在しないブロックは四国のみとなった。 | | | | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | 66.7% | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 66.7% | 66.7% | 88.9% | | | |
| | 8 「地方消費者行政強化作戦」政策目標4-1① 消費者教育推進計画を策定している都道府県及び政令市の割合(平成32年度までに100%) | 施策の進捗状況(実績) | | | 消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費者教育推進計画及び消費者教育推進地域協議会の設置等の推進を支援する。 | 達成 |
| | | 昨年度より増加しており、策定していない地方公共団体は2政令市のみとなった。 | | | | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | 43.3% | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 53.7% | 79.1% | 97.0% | | | |
| | 9 「地方消費者行政強化作戦」政策目標4-1② 消費者教育推進地域協議会を設置している都道府県及び政令市の割合(平成32年度までに100%) | 施策の進捗状況(実績) | | | 消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費者教育推進計画及び消費者教育推進地域協議会の設置等の推進を支援する。 | 達成 |
| | | 昨年度より増加しており、設置していない地方公共団体は1県、2政令市のみとなった。 | | | | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | 53.7% | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 74.6% | 88.1% | 95.5% | | | |
| | 10 「地方消費者行政強化作戦」政策目標5-1 消費者安全確保地域協議会の設置(人口5万人以上の全市町)(平成32年度までに100%) | 施策の進捗状況(実績) | | | 消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政推進交付金等を活用し、消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者等の被害防止のための「地域の見守りネットワーク」の構築を支援する。 | 達成 |
| | | 消費者安全確保地域協議会を設置した市町(人口5万人以上)は、平成29年度末までに51市町となっている(平成30年3月31日時点の状況を記載)。 | | | | × |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 3.8% | 9.3% | | | |
| | 11 地方消費者行政充実・強化に向けた今後の支援のあり方等に関する検討会の開催状況 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成30年度以降の地方消費者行政の充実・強化に向けた支援の在り方について検討会を開催し、従来の地方消費者行政推進交付金の活用を促すとともに、国として取り組むべき新たな消費者問題や重要課題に対する支援の必要性が指摘された報告書を取りまとめた。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 2回 | 3回 | | | |

| 測定指標 | 12 地域の見守りネットワーク構築に向けた地方公共団体の取組に対する支援状況(説明会等実施回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|--------|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | 消費者行政ブロック会議のほか、各種説明会の場で地域の見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の構築に向けた情報提供を行った。 | | | 平成28年4月1日の改正消費者安全法の施行を踏まえ、地域の見守りネットワークに関する先進事例の収集及び情報提供を行うこと等により、地方公共団体における消費者安全確保地域協議会設置等の地域の見守りネットワーク構築に向けた取組を支援する。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | 26回 | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 46回 | 32回 | 29回 | | | | |
| 測定指標 | 13 都道府県等消費者行政担当課長会議の開催(回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | 平成29年4月に都道府県及び政令指定都市の消費者行政担当課長等を対象とした「都道府県等消費者行政担当課長会議」を開催し、国の消費者行政の最近の動向について、情報共有を図った。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 1回 | 1回 | 1回 | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 1回 | 1回 | 1回 | | | | |
| 測定指標 | 14 消費者行政ブロック会議の開催(回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | 平成29年10月から同年11月までにかけて、全国を6つのブロックに分け、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の場としての「地方消費者行政ブロック会議」を全国各ブロックにおいて、1回開催した。 | | | 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。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 6回 | 6回 | 6回 | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 6回 | 6回 | 6回 | | | | |
| 測定指標 | 15 消費者庁職員による「現場」との意見交換(回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | 消費生活センター等の消費生活相談の「現場」に積極的に出向き、意見交換を行なった。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 214回 | 189回 | 201回 | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 201回 | 182回 | 183回 | | | | |

| | | | | | | |
|---------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|--------|----|
| 測定指標 | 16 執行専門研修の開催(参加人数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 平成29年度 | 達成 |
| | | 特定商取引法及び景品表示法を中心に、執行実務に必要となる基礎知識の習得を目的とした「初任者研修」(平成29年5月)及び執行に必要な実務スキルの向上を目指した「専門研修」(同年11月)を実施し、都道府県等における執行力の強化を図った。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 563人 | 525人 | 463人 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 456人 | 437人 | 482人 | | | | |
| (参考指標6) | 都道府県別法執行の実施状況 | 施策の進捗状況(実績) | | | 平成29年度 | 達成 |
| | | 都道府県においても、法に基づく規制や指導が適正に行えるよう、研修により人材育成を行い、違反行為者に対して、措置命令や指導を行った(景品表示法、JAS法(平成28年度まで)、健康増進法、家庭用品品質表示法、特定商取引法、消費生活関係条例に基づく法執行件数。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前年度3月末時点の状況を記載)。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 500件 | 547件 | 547件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 965件 | 1274件 | 1254件 | | | | |
| 測定指標 | 17 消費者ホットラインの運営(入電件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 平成29年度 | 達成 |
| | | 消費者ホットラインの運営により、消費生活センター等の消費生活相談窓口の存在を知らない消費者に、近くの消費生活相談窓口を案内するための体制整備を継続的に実施した。 また、平成27年7月から3桁の電話番号「188番(いやや!)」による案内を開始。 消費者庁ウェブサイトへの掲載、啓発チラシの作成・配布、各種会議を通じて周知を行った。 平成29年度の利用件数は前年度から約5万件減少した。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 242015件 | 308519件 | 344000件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 688437件 | 812207件 | 758971件 | | | | |

| 測定指標 | 18 国の行政機関及び地方公共団体によるPIO-NETの利用状況(利用部署数、情報提供回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | | | | | 平成29年度 | |
| | | <p>「国の行政機関等におけるPIO-NET情報の利用指針」及び「都道府県警察におけるPIO-NET情報の利用指針」に基づき、国の行政機関等及び全国の47都道府県警察によるPIO-NET情報の利用を拡大した。さらに、PIO-NETへの円滑なアクセスがPIO-NET情報の利用拡大につながることから、国の行政機関等及び都道府県警察のPIO-NET利用者に対し、PIO-NETの習熟レベルを向上させるための研修を、引き続き実施した。</p> <p>また、国の行政機関等、都道府県警察及び地方公共団体に対し、法執行や行政指導等に資するためのPIO-NET情報の提供を推進した。</p> | | | | ○ |
| | | (PIO-NETを利用している国の行政機関等の課室数) | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 国民生活センターと連携して、PIO-NETを適切に運用し、国の行政機関による利用を推進する。また、PIO-NETを活用して、事業者に対する法執行・指導監督の権限を持つ地方公共団体の担当部署等への消費生活相談情報の共有を推進する。 | |
| | | 98 | 112 | 131 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 135 | 196 | 221 | | |
| | | (国の行政機関等から国民生活センターへの情報提供依頼回数/消費生活センター等から、都道府県内の法執行・指導監督部署への情報提供回数)(※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。) | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 976/- | 1,568/- | 2,506/- | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 2,457/1,671 ※ | 1,894/1,598 ※ | 1,539/1,472 ※ | | |

| | | |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 評価結果 | (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6の「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-4は、消費生活相談員の研修率を100%に引き上げることを目標としているが、目標を達成している都道府県は、昨年度と同様の19.1%にとどまっている。しかし、参考指標4で示しているとおり、参加率が80%以上の都道府県は約9割に達しており、100%には満たないものの高い水準を維持している。</p> <p>また、測定指標10「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が、約1割にとどまっているものの、昨年度より着実に進展しており、徳島県においては、目標を達成した。</p> <p>測定指標6、10及び17の測定指標については目標未達成であるが、その他の施策については目標達成となっていることから、施策全体としては「相当程度進展あり」と判断した。</p> |
| | 目標達成度合いの測定結果 | |
| 施策の分析 | <p>(実数値が減少等している測定指標)</p> <p>測定指標6の「地方消費者行政強化作戦」政策目標2-4については、上記「目標達成度合いの測定結果」に記載のとおりである。平成30年度からは地方消費者行政強化交付金の活用に加えて、各地方公共団体の一般財源の活用を促す働き掛けを行っていく必要がある。</p> <p>測定指標17は、入電件数が前年度に比べ、約5万件減少しており、また消費者ホットライン188の認知度調査においても、消費者ホットライン188の番号を知っている人は6.6%に留まり目標未達成と判断した。消費者ホットライン188は消費生活相談の最初の一步を手伝うものであり、広く国民に認知してもらうことが重要である。そのため、消費者ホットライン188の適切な運用に併せて、消費者ホットラインの周知にも注力していく必要がある。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(1)「地方消費者政策推進経費」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(2)「地方消費者行政活性化交付金・地方消費者行政推進交付金」については、測定指標1から10のとおり、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」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> | |
| 次期目標等への反映の方向性 | <p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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・交流を推進する。 ・地方消費者行政に関する財政措置については、事業の効果がある程度発現していると認められる一方、今後に向けて以下のような課題が挙げられることから、引き続き「地方消費者行政強化作戦」に基づき、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の全国的な整備に取り組む。 ・各都道府県に対して、消費者行政ブロック会議や都道府県等消費者行政担当課長会議等で「地方消費者行政強化作戦」の達成に向けて、地方消費者行政強化交付金等の積極的な活用や各政策目標について丁寧な説明を行い、各地方公共団体の取組を促進させる。また消費者安全確保地域協議会設置については、平成29年度に都道府県知事に対し、消費者庁長官から消費者安全確保地域協議会の設置促進を依頼する文書を発出しており、引き続き、積極的に働きかけていく。 ①人口規模の小さい市区町村ほど消費生活センターの設置率が低くなっており、小規模市区町村を中心に相談体制の実質的な強化の面で課題が残っている(政策目標2-1②関係)。 ②消費生活相談員の研修参加率については、相談体制の実質的な強化を図ることで研修中の相談員に代替する人員を確保したり、各地方から参加しやすいように国民生活センターにおける研修の利便性を向上させる等、多面的な取組を行うことにより、引き続き引き上げを図る必要がある(政策目標2-3関係)。 ③消費者安全確保地域協議会の設置については、徳島県の実績を踏まえた事例集の作成を行うなど、同協議会の設置が全国的にも促進されるよう支援を行う必要がある(政策目標5-1関係)。 ・「消費者行政ブロック会議」、「地方消費者フォーラム」の開催に当たっては、参加者からの意見を踏まえながら、より効率的な運営を実施する。 ・「消費者ホットライン」の運用については、「消費者ホットライン」の利用拡大のため、周知には更に力を入れていく必要がある。 <p>【測定指標】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的に取り組むべきものであり、平成30年度以降も同様の指標を設定する予定である。 ・測定指標17については、「消費者ホットライン」の適切な運用を実施する他、より多くの消費者に利用してもらうため、認知度向上が課題である。このため、周知の成果の測定に係る新たな測定指標について検討する。 | |

| | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------|----------------------|----------------|
| <p>学識経験を有する者の知見の活用</p> | <p>・測定指標2及び3について、測定指標の設定は市町村を単位とすることを基本としてスタートしたものと思うが、広域・圏域という考え方が出てきており、全体的な進め方を見直すべき(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →消費生活センターの設置については、広域連携等での設置も認めており、複数の市町村が共同で消費生活センターを設置することも勧めている。今後、消費生活センター未設置の市町村には、広域連携等を含めた柔軟な消費生活センターの設置について働きかけていく。</p> <p>・測定指標6について、参考指標4を設けるくらいであれば、シンプルに全国の研修参加率それ自体を測定指標にすべき。政策手段の切り口で見たとき、交付金は都道府県単位で交付しているため都道府県を単位とする測定指標を設ける理由も分らなくはないが、究極的には消費生活相談員の研修参加率の増加が目標であるのだから、工夫してほしい(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ、参考指標5を追加した。</p> <p>・測定指標10について、消費者安全確保地域協議会を設置している市町村が余りに少ない。この目標のままでも今後も頑張っていくとの理解で良いのか。そもそも地方公共団体の担当者に話を聞いてみると(消費者安全確保地域協議会に)似たような組織体が既に存在するため、地方公共団体としてはこれ以上似たような組織体を作れと国から言われても、なかなか難しいとのこと。そこで、既存の組織体・ネットワークを活用し、見守りの実効性を高めるといった点にフォーカスして目標を設定してはどうか(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会の設置は、個人情報の取扱いが可能となるなど見守りの実効性を高めるために必要であるほか、見守りの継続性を担保する上で、重要である指摘も踏まえ、地方公共団体の負担につながらないように既存のネットワークの基盤を活用して、消費者安全確保地域協議会を設置することも推奨するなど工夫しながら、今後も「人口5万人以上の全市町」での設置を目指し、地方公共団体に呼び掛けていく。</p> <p>・測定指標18について、「国の行政機関等への情報提供回数」及び「地方公共団体の消費者行政部局から法執行・指導監督部署への情報提供回数」のいずれも数値が減少しているが、これは数値の取り方に問題があるためか。国の機関への端末配置が進んだ現在のPIO- NET制度の利用実態等も考慮すると、情報提供回数に関し、現在の数値の取り方が適切か検討すべきではないか(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →数値の取り方に問題はないが、指標の表記に誤りがあったため、修正した。指摘を踏まえつつ、今後、測定指標が適切か検討する。</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」(平成27年3月) http://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/tihou_kyoka_1.pdf</p> <p>・「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況(平成29年11月時点) http://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_consumer_administration_171122_0001.pdf</p> <p>・平成29年度 地方消費者行政の現況調査(平成29年11月) http://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/status_investigation/</p> | | | | |
| <p>担当部局名</p> | <p>消費者教育・地方協力課</p> | <p>作成責任者名</p> | <p>消費者教育・地方協力課 長 尾原 知明</p> | <p>政策評価 実施時期</p> | <p>平成30年8月</p> |

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-⑤)

| | | | | | | |
|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|--------|
| 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。 | | | | | |
| 達成すべき目標 | 物価の安定に資する施策の推進により、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27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 |
| | 予算の 状況 (百万 円) | 当初予算(a) | 52 | 58 | 63 | 67 |
| | | 補正予算(b) | -0 | -0 | -0 | |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 51 | 58 | 63 | |
| 執行額(百万円) | | 51 | 41 | 45 | | |
| 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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 3(2)⑩、4(4)② | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------------------------|-------------------------------------------------|-------------|-------------|--------|--------|--------|----|
| 測定指標 | 1 電力及びガスの小売全面自由化に関する消費者への影響調査の回数及び消費者保護のための情報提供 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ | |
| 平成27年度 | | | 平成28年度 | 平成29年度 | ○ | | |
| 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 | | | 2回 | 4回 | | ○ | |
| | | | 施策の進捗状況(実績) | | | | 目標 |
| | | | 平成29年度 | | | 平成29年度 | |

| | | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 3 物価モニター調査実施回数 | <p>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、結果を毎月消費者庁ウェブサイトにて公表した。</p> <p>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。</p> | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 物価モニター調査及び公共料金に関する調査を行い、消費者庁ウェブサイトを通じた消費者への情報提供を行う。 | |
| | | | 3回 (平成25年10・12月、26年3月) | 6回 (平成26年4・6・10・12月、27年2月) | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 12回 (各月1回) | 12回 (各月1回) | 12回 (各月1回) | | |
| | 4 物価モニター掲載ページへのアクセス数 | <p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>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、結果を毎月消費者庁ウェブサイトにて公表した。</p> <p>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。</p> | | | 達成 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | 36,834回 | 127,882回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 181,920回 | 178,838回 | 194,478回 | | |
| 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) | <p>目標達成</p> <p>いずれも平成29年度に設定した目標を達成することができた。したがって、本施策は「目標達成」と判断した。</p> | | | |
| | 施策の分析 | (達成手段の有効性、効率性) | <p>達成手段(1)「物価対策の推進に必要な経費」により、物価モニター調査を実施し、物価動向等を把握するとともに、電力及びガスの小売全面自由化に関する影響調査を4回実施。各調査結果について消費者へ情報提供を行った。公共料金等の改定については、消費者利益を擁護する観点から消費者参画の機会が設けられていることを確認するなど、国土交通省と協議を行い改定を実施した。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> | | | |
| | 次期目標等への反映の方向性 | 【施策】 | <p>平成29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、平成30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、平成30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>・昨今の社会情勢に鑑みて、消費者の関心が高い通信料金に係る取組を進めるべきではないか。物価対策の推進に係る政策の評価を行うに当たり、検討してもらいたい(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。</p> <p>→指摘を踏まえつつ、今後取組を検討する。</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、3、4】 消費者庁「物価モニター調査」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/price_measures/index.html#price_monitor</p> <p>【測定指標2】 内閣府消費者委員会「公共料金等専門調査会」 http://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/kokyoryokin/index.html</p> |
|----------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|--------------|---------------|---------------|--------------------------|----------------------|----------------|
| <p>担当部局名</p> | <p>消費者調査課</p> | <p>作成責任者名</p> | <p>消費者調査課長 太田 哲生</p> | <p>政策評価 実施時期</p> | <p>平成30年8月</p> |
|--------------|---------------|---------------|--------------------------|----------------------|----------------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-⑥)

| | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|----|
| 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、市町村長及び国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について集約及び分析を行い、取りまとめた結果を国会に報告する。</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27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算の 状況 (百万 円) | 当初予算(a) | 82 | 75 | 94 | 99 |
| | | 補正予算(b) | -0 | -0 | -0 | / |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 82 | 75 | 94 | |
| 執行額(百万円) | 55 | 54 | 62 | | | |
| 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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 4(1)①、4(1)②、4(1)③、4(3)② | | | | | |

| | | | | | | |
|---------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 1 関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センターへの消費者白書提供数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成29年6月9日に消費者基本法に基づく国会への報告を行い、消費者庁ウェブサイトでの公表及び冊子により国民や関係団体への情報提供を行った(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊。) | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費者基本法の規定に基づき、消費者白書を作成し、国会に報告する。また、関係行政機関、関係団体及び国民生活センターへ報告書を提供する等、広く国民に情報提供する(消費者安全法の規定に基づく国会報告と合冊)。 | |
| | | / | 約4,200部 | 約4,700部 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 約4,500部 | 約4,500部 | 約4,700部 | | | | |
| | 2 関係行政機関、関係地方公共団体及び国民生活センター等への消費者安全法に基づく国会報告の報告書提供数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成29年6月9日に消費者安全法に基づく国会への報告を行い、消費者庁ウェブサイトでの公表及び冊子により国民や関係団体への情報提供を行った(消費者基本法の規定に基づく国会報告と合冊。) | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費者安全法の規定に基づき、各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について集約及び分析を行い、取りまとめた結果を国会に報告する。また、関係行政機関、関係団体及び国民生活センターへの当該国会報告を提供する等、広く国民に情報提供する(消費者白書と合冊)。 | |
| | | / | 約4,200部 | 約4,700部 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 約4,500部 | 約4,500部 | 約4,700部 | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 3 消費者意識基本調査掲載ページへのアクセス数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 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。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 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。 | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 62,654件 | 79,261件 | 74,423件 | | | |
| | 4 消費者白書掲載ページへのアクセス数 | 施策の進捗状況(実績) | | | | 目標 |
| | | 平成29年版消費者白書は「若者の消費」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。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 既存の消費者事故等情報やPIO-NET情報等を活用した消費者被害額を毎年度継続的に推計する | |
| | | | | 1,335,247件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 1,807,485件 | 2,730,332件 | 2,953,463件 | | | |
| | 5 消費行動、消費者問題等に関する有識者へのヒアリング実施回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | | 目標 |
| | | 消費行動、消費者問題等に関する有識者を招き、庁内職員を対象とする勉強会を開催した。 また、消費生活の現状や消費者問題に対する調査・分析のため、検討会等を開催し、有識者からヒアリングを実施した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 日々の消費者事故等情報の分析から早急に対応が必要だと判断した個別テーマについての調査等、各種調査を適宜実施する。 | |
| | | | | | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 7回 | 21回 | | | | |
| 6 研究成果物等掲載ページへのアクセス数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | | 達成 |
| | 消費者行政新未来創造オフィスにおいて、「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」、「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」及び「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」を実施し、報告書や検討会資料等を消費者庁ウェブサイトにおいて公表した。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 消費生活の現状や消費者問題に対する「調査・分析」機能の強化、及びそれを踏まえた「課題発見・対策提示」機能の強化を図るため、「消費者行政新未来創造オフィス」において、徳島県や学識経験者等の協力を得ながら、理論的・先進的な調査・研究を行う。 | | |
| | | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | | 77,715件 | | | | |

| | | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|--------|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | | | | | 平成29年度 | |
| 測定指標 | 7 事業者における消費者志向経営に関する取組事例の情報提供回数 | <p>消費者志向経営の推進を図るため、経営層を対象とした消費者志向経営トップセミナーの開催等を通じて、事業者における消費者志向経営に関する取組事例の情報提供を実施し、併せて事業者の取組の促進を図った。</p> <p>また、消費者行政新未来創造オフィスにおいても、消費者志向経営推進のキックオフシンポジウムを開催した。</p> | | | <p>事業者における消費者志向経営の推進を図るため、事業者の消費者志向経営に対する意識を更に喚起することを目的としたシンポジウム、事業者の管理職・担当者の資質向上に向けた研修等を開催し、事業者における消費者志向経営の優良な取組事例の広範な提供を行う。また、併せて消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進し、事業者の取組の促進を図る。</p> <p>消費者行政新未来創造オフィスにおいても、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> | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 4回 | 5回 | | |
| (参考指標) | 7 消費者志向自主宣言事業者数 | <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。</p> | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 43事業者 | 78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 いずれも平成29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 | (実績値が減少している測定指標) 測定指標3については、前年度より実績値が減少しているが、同水準であることに加え、平成27年度と比較すると増加していることから本年も目標達成とした。 (達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者政策の企画立案のための調査・分析に関する経費」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、平成29年6月9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国民生活センターへ報告書を提供する等、広く国民に情報提供を行った。 達成手段(2)「事業者連携推進に必要な経費」により、消費者志向経営の推進を図るため、経営層を対象とした消費者志向経営トップセミナーの開催など、事業者における消費者志向経営に関する取組事例の情報提供を実施した。また、消費者行政新未来創造オフィスにおいても、消費者志向経営推進のキックオフシンポジウムを開催した。 達成手段(3)「有識者を交えた消費行動に関する研究」により、消費行動、消費者問題等に関する有識者を招き、庁内職員を対象とする勉強会を開催した。また、調査・分析のため、検討会等を開催し、有識者からヒアリングを実施した。 達成手段(4)「多様な消費者の特性等を踏まえた政策立案のための調査研究」により、消費者行政新未来創造オフィスにおいて、「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」、「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」、及び「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」を実施し、報告書や検討会資料等を消費者庁ウェブサイトにおいて公表した。 いずれの達成手段も最小限度の費用で取組を実施したため、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。 | |
| | 次期目標等への反映の方向性 | 【施策】 平成29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、平成30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、平成30年度以降も同様の指標を設定する予定である。 | |

| | |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 学識経験を有する者の知見の活用 | <ul style="list-style-type: none"> ・測定指標3及び4について、消費者意識基本調査(測定指標3)のウェブページへのアクセス数は昨年度減、消費者白書のウェブページへのアクセス数は昨年度増となっているところ、アクセス数の増減はその年々の調査及び白書のテーマにも左右されるのかもしれないが、そうだとすれば調査と白書の評価指標がウェブページアクセス数で適切といえるのか(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえつつ、今後測定指標を検討する。 ・測定指標6について、ウェブアクセス数ではなく、消費者行政新未来創造オフィスにおいて行った調査報告の結果が、どのように、どれだけ政策の実務に活用されたかを測定する指標にするべきではないか。(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえつつ、今後測定指標を検討する。 ・測定指標7については、消費者志向自主宣言を行う事業者数の増加を目標とすべきではないか。ただ単純に数が増えればよいというものではないという説明であったが、消費者志向自主宣言の拡がりを目指すことは確かであるので、自主宣言事業者数が増加しているかどうかを測定できる指標とすべき(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ、参考指標を追加。また、測定指標の設定については、次期事前分析表作成の際に検討する。 |
|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <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、2、4】 消費者庁「消費者白書」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/</p> <p>【測定指標3】 消費者庁「消費者意識基本調査」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</p> <p>【測定指標5】 消費者庁「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会」 http://www.caa.go.jp/future/project/project_001/</p> <p>【測定指標6】 消費者庁「行動経済学等を活用した消費行動等の分析・研究」 http://www.caa.go.jp/future/project/project_007/</p> <p>消費者庁「障がい者の消費行動と消費者トラブルに関する調査」 http://www.caa.go.jp/future/project/project_009/</p> <p>消費者庁「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会」 http://www.caa.go.jp/future/project/project_001/</p> <p>【測定指標7】 消費者庁「消費者志向経営推進活動組織の活動」 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/propulsion_o rganization/</p> |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|-------|--------|--------|------------------|--------------|---------|
| 担当部局名 | 消費者調査課 | 作成責任者名 | 消費者調査課長 太田 哲生 | 政策評価 実施時期 | 平成30年8月 |
|-------|--------|--------|------------------|--------------|---------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-⑦)

| | | | | | | |
|--------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|-----|
| 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 | <p>行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を収集するとともに、医療機関を含む多様な主体から事故情報を幅広く収集する。</p> <p>収集した事故情報を定期的に公表するとともに、消費者への注意喚起、事業者への働き掛け等の対応を行う。</p> <p>重大事故等が発生した場合の緊急時には、必要に応じ、関係省庁による緊急対策本部等を設置し、的確に対応する。</p> <p>食品を始めとした消費者安全に関し、時宜に合ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解を深め、自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、継続してリスクコミュニケーションを推進する。消費者の目線に立ち、関係府省庁、地方公共団体、消費者団体等と連携しつつ、消費者への分かりやすい情報提供、消費者とのリスクコミュニケーションの強化に努める。</p> <p>消費者安全調査委員会は、生命・身体被害に関する消費者事故等の中から、事故等の発生・拡大の防止及び被害の軽減を図るために原因を究明する必要がある事故を選定し、調査を行う。</p> | | | | | |
| 達成すべき目標 | <p>生命・身体被害に係る消費者事故等に関する情報を迅速、的確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>食品を始めとした消費者安全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>消費者安全調査委員会は、生命・身体被害が発生した場合において、被害の発生・拡大の防止を図るために原因を究明することが必要であると認めるときには、事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行う。</p> | | | | | |
| 施策の予算額・執行額等 | 区分 | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算の 状況 (百万 円) | 当初予算(a) | 234 | 222 | 225 | 256 |
| | | 補正予算(b) | -3 | -0 | -0 | |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 231 | 222 | 225 | |
| 執行額(百万円) | 169 | 170 | 200 | | | |
| 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) | ○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 1(1)③、1(1)⑥、1(1)⑦、1(2)①、1(2)②、1(2)③、1(3)①、1(4)①、1(4)④、1(4)⑬、5(1)② | | | | | |

| | | | | | | |
|--------|------------------------------|-------------|--------|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 1 貸切バス事業者安全性評価認定制度に基づく認定事業者数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| (参考指標) | 貸切バスに関する取組 | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 貸切バス事業者安全性評価認定制度に基づく認定事業者数やセーフティーバスマークの普及状況をみながら、必要に応じて、消費者が安全性を考慮してバスツアー商品を選択できるような環境整備に向けた取組を行う。 | ○ |
| | | / | 1,016社 | 1,408社 | | |
| 測定指標 | 2 まつ毛エクステンションに係る被害件数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | まつ毛エクステンションによる事故情報の収集及び分析を継続的に実施し、必要に応じた対策を行う。 | ○ |
| | | 92件 | 111件 | 101件 | | |
| 測定指標 | 3 子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議の開催回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 子供の事故防止に向けた、保護者の事故防止意識を高めるための啓発活動、教育・保育施設等の関係者による取組、子供の事故防止に配慮された安全な製品の普及等の総合的な取組の検討を行うため、関係府省庁連絡会議を開催する。加えて、「子どもの事故防止週間」の創設、子供の事故防止に関する専用ツイッターによる情報発信を検討する。 | ○ |
| | | / | 3回 | 2回 | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----|
| 測定指標 | 4 子どもの事故防止専用ツイッターによる情報発信回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 | |
| | | 平成29年4月に「子どもを事故から守る」ツイッターを開設し、117回の情報発信を行った。 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 117回 | | | |
| | 5 定期公表の公表回数 (1)消費者安全法に基づく重大事故等の定期公表回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者安全法の規定に基づき通知された生命・身体被害に関する消費者事故等の全件について、定期的に(原則週1回)公表を行った。 平成28年度に通知された重大事故等について追跡確認状況を追記し一覧にして、公表を行った(平成29年6月)。 事故通知等の徹底について、消費者行政ブロック会議等を通じて地方公共団体等へ依頼した。 | | | 平成29年度 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 50回 | 50回 | 50回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 49回 | 49回 | 50回 | | | |
| 5 定期公表の公表回数 (2)消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の定期公表回数 | 消費生活用製品安全法の規定に基づき報告のあった重大製品事故の全件について、定期的に(原則週2回)公表を行った。 平成28年度リコール対象製品に関する重大製品事故について、被害の拡大可能性等を踏まえた適切な分析を行い、消費者への注意喚起を行った(平成29年6月)。 平成28年度に報告のあった重大製品事故の一覧について、公表を行った(平成29年6月)。 | | | 消費者安全法及び消費生活用製品安全法の規定に基づく重大事故情報の収集を行い、事故情報の定期公表を確実に実施する。 収集した事故情報についての分析・調査を行い、消費者向けの啓発活動として、年間12回の注意喚起情報のプレスリリース、年間50回の子ども安全メールによる情報発信、年間100回のツイッターによる情報発信を行う。 | 達成 | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | 104回 | 104回 | 114回 | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 112回 | 106回 | 107回 | | | |
| 6 生命・身体分野に関する注意喚起件数 (1)プレスリリースによる注意喚起 (2)子ども安全メールの情報発信回数 (3)ツイッターによる注意喚起情報の発信回数 (4)商業施設外を含めた、遊戯施設の事故に関する情報提供の回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 | | |
| | (1)関係行政機関等から収集した事故情報等を分析し、被害の重篤度、拡大可能性等も踏まえ、16件の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。 (2)子ども安全メールの配信(62件)を実施した。また、必要に応じ、関係機関へも情報提供を行った。 (3)消費者安全法及び消費生活用製品安全法の規定に基づく重大事故情報に加え、医療機関ネットワークや関係機関から収集した情報に基づき、必要に応じてツイッターによる注意喚起情報の発信を127回行った。 (4)子ども安全メールやツイッターで遊具等の事故防止について情報提供を3回行った(平成29年5月、9月、10月)。 | | | | | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | (1)29件 (2)- (3)- (4)- | (1)32件 (2)17回 (3)- (4)- | (1)13件 (2)15回 (3)- (4)- | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| (1)16件 (2)34回 (3)- (4)- | (1)15件 (2)32回 (3)- (4)1回 | (1)16件 (2)62回 (3)127回 (4)3回 | | | | |

| 測定指標 | 7 緊急時対応訓練の回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | <p>食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省と連携し、食品安全等に関する緊急事態を想定した実践的な緊急時対応訓練を実施した。想定した事案の詳細を当日まで明かさず抜き打ち方式で実施し、以下の項目を重点的に確認した(平成29年12月)。</p> <p>① 情報入手体制の整備 ② 消費者庁内での連携 ③ 消費者安全情報総括官会議開催を通じた関係府省との連携 ④ 消費者への情報発信(記者会見での関係府省との連携)</p> | | | <p>緊急事態等においては、消費者安全の確保に関する関係府省庁緊急時対応基本要綱等に基づき適切に対処する。</p> <p>関係府省と相互に十分な連絡及び連携を図りながら緊急時対応訓練を毎年度実施する。</p> <p>加えて、職員の緊急事態に対する意識の醸成を図り、円滑な危機対応が可能となるよう、業務の流れや分担等の確認を定期的実施する。</p> | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 2回 | 4回 | 2回 | | |
| | | <p>リコール情報サイトの情報について、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に努めた。</p> <p>また、重要なリコール情報を消費者庁ツイッター等で周知した。</p> <p>さらに、リコール情報を収集し、収集した情報を「消費者庁リコール情報サイト」において一元的に提供した。これにより、消費者はサイトの検索機能等を用いて、手持ちの製品がリコール対象か否かを確認できるようになっている。また、ツイッターやメールマガジンなどによる周知によって、同サイトのアクセス件数が増加した。</p> | | | <p>適切にリコール情報の収集を行い、速やかにリコール情報サイトへ登録することに努める。また、リコール情報のサイトの運営に当たっては、特集ページの開設やメールマガジンの発行など消費者の利便性向上に資する取組を行う。</p> <p>また、リコール情報の周知のため、高齢の消費者を対象とした見守りネットワーク協議会の場でも情報提供を行う。</p> | ○ |
| | 8 消費者庁「リコール情報サイト」の運営状況 (1)リコール情報の登録件数 (2)メールマガジン発信回数 (3)当該年度月当たり平均サイトアクセス件数 | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | (1)1731件 (2)199回 (3)101万件 | (1)2487件 (2)240回 (3)182万件 | (1)3450件 (2)248回 (3)222万件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | (1)4306件 (2)241回 (3)396万件 | (1)4827件 (2)237回 (3)455万件 | (1)5466件 (2)216回 (3)600万件 | | |
| | | <p>高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会が平成29年度は開催されなかったため、情報提供を行うことができなかった。高齢者に対しては、高齢者向けリコール情報メールサービスを継続して発信したほか、リコール情報サイトにて高齢者による事故が多い製品の製品別特集を行う等、高齢者に特化した情報提供を行った。</p> | | | | |
| | 9 「見守りネットワーク協議会」での情報提供件数 | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | 達成 |
| | | - | - | - | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | - | - | 0件 | | × |
| | | <p>事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行った。</p> | | | <p>消費者安全調査委員会は、生命身体被害が発生した場合において、被害の発生・拡大の防止を図るために原因を究明することが必要であると認めるときには、事故等原因調査等を行い、必要に応じて、その発生・拡大の防止のため必要な施策・措置について勧告・意見具申を行う。</p> | ○ |
| | 10 消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施状況 (1)報告書件数 (2)事故調査実施件数 (3)申出受付件数(うち、事故防止の情報提供件数(ワンポイントアドバイス)) (4)レポート件数 | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | (1)0件 (2)5件 (3)73件 (うち0件) (4)0件 | (1)0件 (2)2件 (3)57件(うち19件) (4)0件 | (1)3件 (2)2件 (3)40件(うち11件) (4)0件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | (1)3件 (2)2件 (3)29件 (うち6件) (4)0件 | (1)2件 (2)2件 (3)50件(うち2件) (4)1件 | (1)3件 (2)2件 (3)45件(うち1件) (4)5件 | | |

| | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 測定指標 | 11 関係府省間の連携強化を図るための食品安全に関する各種会議の開催状況 (1)関係府省連絡会議 (2)幹事会 (3)リスクコミュニケーション担当者会議 (4)食品リスク情報関係府省担当者会議 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 関係府省間の連携強化を図るための食品安全に関する各種会議を定期的に開催した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 以下の会議を開催し、食品安全に関する関係府省庁間の連携を推進する。 (1)関係府省連絡会議(年2回) (2)幹事会(週1回) (3)リスクコミュニケーション担当者会議(隔週1回) (4)食品リスク情報関係府省担当者会議(月1回) | |
| | | (1)1回 (2)31回 (3)18回 (4)9回 | (1)2回 (2)41回 (3)24回 (4)12回 | (1)2回 (2)46回 (3)24回 (4)12回 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | (1)2回 (2)45回 (3)25回 (4)12回 | (1)2回 (2)45回 (3)25回 (4)12回 | (1)2回 (2)46回 (3)25回 (4)12回 | | | |
| | 12 関係府省庁連携による意見交換会の開催回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 関係府省で連携し、食品安全に関する各種テーマの意見交換会を開催した(食品安全全般3回、食品中の放射性物質7回、健康食品1回)。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 食品の安全性に関し、関係府省と連携し意見交換会を年8回開催するなど、リスクコミュニケーションを推進する。 食品の安全性全般に関するリスクコミュニケーションを推進するため、食品安全に関する総合情報サイトを開設し、消費者への情報提供を行う。 | |
| | | 32回 | 13回 | 9回 | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 8回 | 14回 | 11回 | 達成 | | |
| | 13 食品安全に関する総合情報サイトのアクセス数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者の疑問や不安の解消の糸口となる、信頼できる、より分かりやすい情報発信のための「食品安全に関する総合情報サイト」を平成29年6月に開設した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| / | | / | / | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| / | / | 29077件 | 達成 | | | |
| 14 再発防止策の進捗状況調査結果の取りまとめ回数とHPアクセス数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | 平成29年9月6日、廃棄食品の不正流通に関する今後の対策に関する主な対応状況について食品安全行政に関する関係府省連絡会議にて取りまとめをした。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 廃棄食品の不正流通事案について再発防止策の進捗状況の調査結果を取りまとめ、公表する。 | | |
| | / | / | / | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| / | (取りまとめ)1回/(アクセス数)52,388件 | (取りまとめ)1回/(アクセス数)19,234件 | 達成 | | | |
| 15 製造物責任法に関する裁判例の収録内容の更新回数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | 製造物責任法に関する裁判例を取りまとめ、訴訟情報を更新した(平成30年3月)。 | | | 平成29年度 | ○ | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 製造物責任法に関する裁判例を収集・分析した上で、裁判例を抽出・整理・公表する。 | | |
| | / | / | / | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 1回 | 1回 | 1回 | 達成 | | | |

| | | | |
|------|---------------|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 測定指標9以外、全ての測定指標について目標を達成することができたため、施策全体としては「相当程度進展あり」と判断した。 測定指標9については、見守りネットワーク連絡協議会にて情報提供を行うことはできなかったが、リコール情報サイトにて高齢者による事故が多い製品の製品別特集を行う等、高齢者に特化した情報提供を行うなどした。今後は、より広く情報提供できるよう努めるとともに、ご指摘を踏まえ指標の見直しについても検討する。 |
| | 施策の分析 | (判断根拠) | (実績値が減少している測定指標) 測定指標2については、測定指標である被害件数は減少しているが、事故情報の収集及び分析を継続的に実施したことから、目標達成とした。 測定指標3については、開催回数は昨年度より減少しているが、これは平成28年度に会議体を立ち上げたのち、会議の開催は年に2回が適正であるとの合意があり、平成29年度はそのとおりに対応したことによる。よって、目標達成とした。 測定指標7については、前年度と比べ減少しているが、庁内での勉強会も行っており(平成29年5月)、緊急時対応マニュアルの更新も進めたところである。庁内での訓練で得た知見を踏まえマニュアルを更新し、新しいマニュアルに基づきより実践的な訓練を行うなど、訓練を踏まえた成果を挙げることができたため、目標達成とした。 測定指標8(2)については、メールマガジンは新着のリコール情報を提供するものであり、リコール情報の登録が無い日は発信を行っていない。昨年に比べ数値が減少しているのは新着情報がなかったためであるが、年間を通じて情報提供し消費者の利便性向上に資する取組を行ったといえるため、目標達成とした。 また、測定指標10に関し、平成29年3月から、申出が寄せられた事案について情報収集を行い、選定趣旨に照らして検討した結果、収集した情報が消費者安全確保の見地から、事業者及び消費者に対して広く周知することが有益であると考えられるものについては、ワンポイントアドバイスに加えてレポートとして公表しているところである。その中で、(3)ワンポイントアドバイスの件数は減少しているが、(4)レポートの件数は増加していることに鑑み、全体としては目標達成とした。 測定指標12について、平成28年度はBSEやTPPについて、関係府省にて施策の変更等があったことから、これに関する意見交換会を開催する必要性が生じ実施した。平成29年度は、健康食品をテーマとした取組の必要性が生じ、意見交換会を実施した。このように、関係府省が行うその時々々の施策に応じ、時宜に適ったテーマや回数が決定されるため、年度ごとにある程度回数変動が生じる。いずれにしても、目標としている関係府省庁との連携での年間8回開催は超えているため、目標達成とした。 測定指標14については、取りまとめ回数は変わらずアクセス数が減少しており、これは事件から時間が経っていることが影響していると考えられるが、再発防止策の進捗状況の調査結果を取りまとめ公表を実施したため、目標達成とした。 (達成手段の有効性・効率性) 達成手段(1)消費者の安全確保のための施策の推進については、関係行政機関等から収集した生命身体被害に係る消費者事故等の情報を活用し、消費者への注意喚起等を的確に行うとともに、消費者安全調査委員会において、消費者事故等を幅広い視点から調査し、報告書を取りまとめるなど、消費者被害の発生・拡大防止に資する取組を実施することができた。 達成手段(2)リスクコミュニケーション等の推進に必要な経費については、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、消費行動に活かすことができるように啓発を行う意見交換会等を、関係府省庁や地方公共団体等と連携し、実施することができた。 達成手段(3)リコール情報周知の強化のために必要な経費については、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、ツイッター等のSNSを活用したリコール情報周知に努め、消費者被害の発生・拡大に資する取組を実施することができた。 達成手段(4)子どもの事故防止に関する取組の推進については、「子どもを事故から守る！事故防止ハンドブック」の配布やツイッター等のSNSを活用した注意喚起・情報提供を行い、効果的な周知啓発に努めたほか、関係府省庁とも連携した「子どもの事故防止週間」の取組により、保護者も含めた事故情報の共有や啓発を実施することができた。 |
| | 次期目標等への反映の方向性 | | 【施策】 現在の目標を維持し、引き続き、政策評価を推進していく。 【測定指標】 本施策は生命・身体に係る消費者事故の発生を防止し、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図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</p> | <p>・測定指標2については、消費者安全法の仕組みにより消費者庁に消費者事故情報が一元集約されることになっているところ、能動的に情報収集をしなくても政策評価の目標達成が「○」になるというのはどのように理解すればよいのか。実績欄に、「事故情報の収集に努めた」とあるところ、目標「事故情報の収集及び分析を継続的に実施し、必要に応じた対策を行う」に対する評価の考え方を整理すべき(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ、次期事前分析表作成の際の参考とさせていただきます。</p> <p>・測定指標8、13及び14について、ウェブサイトへのアクセス件数がどのような結果であれば目標達成と考えるのか。ただアクセスがあれば目標達成なのか。ウェブサイトへのアクセスはその時々報道にも左右されるところ、考え方を整理されたい。(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、次期事前分析表作成の際の参考とさせていただきます。</p> <p>・測定指標9について、「見守りネットワーク協議会」での情報提供件数に限定する必要はないのではないか。より広く、高齢者・障がい者への情報提供をどれだけ行うことができたのかが分かるような指標を設定すべきではないか。 また、平成29年度に当該情報提供を行わなかったにもかかわらず目標の達成欄で「○」と評価するのは適切といえるのか(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ、次期事前分析表作成の際の参考とさせていただきます。目標の達成欄については修正。</p> <p>・測定指標10について、消費者安全調査委員会の事故調査実施件数が毎年コンスタントに2件というのは、活動が停滞しているように思われる。社会から期待された役割を果たすべく活動の活性化が重要。測定指標10の(4)にレポート件数が掲げられているところ、意見具申のほかにレポートという形で調査結果を公表しているのであれば、政策評価の目標においてレポートの公表を加えるなどして、消費者安全調査委員会の活動の実態が分かる測定指標にすべき。 また、意見具申と共に「勧告」を行うことも役割の一つとされているところ、勧告の実績に関する指標がない。勧告権限を行使しないことを前提として政策評価を行っているように見られるおそれがあるので、その点を考慮して、測定指標を検討すべき(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ、次期事前分析表作成に当たっては、目標と測定指標の対応がより一層明確になるよう検討する。</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】 なし</p> <p>【測定指標2】 なし</p> <p>【測定指標3】 「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」について http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/children_accident_prevention/</p> <p>【測定指標4】 子どもを事故から守る！公式ツイッター https://twitter.com/caa_kodomo</p> <p>【測定指標5】 消費者安全法等に基づく重大事故等の一覧表(年間) http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/serious_accident_list/ ★特集★重大事故が多発しているリコール製品 http://www.recall.go.jp/article/detail.php?rcf=00000017980</p> <p>【測定指標6】 生命・身体にかかわる危険 http://www.caa.go.jp/notice/caution/life/ 子どもを事故から守る！事故防止ポータル http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/ 消費者庁Twitter https://twitter.com/caa_shohishacho 子どもを事故から守る！Twitter https://twitter.com/caa_kodomo</p> <p>【測定指標7】 なし</p> <p>【測定指標8】 リコール情報サイト http://www.recall.go.jp/</p> <p>【測定指標9】 高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/elderly_people/</p> <p>【測定指標10】 消費者安全調査委員会 報告書/経過報告/評価書 http://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/</p> <p>【測定指標11】 なし</p> <p>【測定指標12】 食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションの開催状況について http://www.caa.go.jp/disaster/earthquake/understanding_food_and_radiation/r_commu/#ris-top</p> <p>【測定指標13】 食品安全に関する総合情報サイト http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/food_safety_portal/</p> <p>【測定指標14】 不正流通されたカツ等食品について http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/caution_002/</p> <p>【測定指標15】 製造物責任(PL)法による訴訟情報の収集 http://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/other/product_liability_act/</p> |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|--------------|---------------|---------------|---------------------------|----------------------|----------------|
| <p>担当部局名</p> | <p>消費者安全課</p> | <p>作成責任者名</p> | <p>消費者安全課長 尾崎 真美子</p> | <p>政策評価 実施時期</p> | <p>平成30年8月</p> |
|--------------|---------------|---------------|---------------------------|----------------------|----------------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-⑧)

| | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|-----|
| 施策名 | 消費者取引対策の推進 | | | | | |
| 施策の概要 | <p>所管法令に基づき、地方経済産業局と一丸となって、悪質事業者に対する行政処分(業務停止命令・指示)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、特定商取引法の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>第190回国会において成立した「特定商取引に関する法律の一部を改正する法律」について、施行に向けて関連規程類の整備など必要な準備を着実に進めるとともに、平成24年の特定商取引法改正法附則等を踏まえ、同法の施行状況等について検討を行い、その結果に基づいて所要の措置を講じる。</p> | | | | | |
| 達成すべき目標 | <p>訪問販売等のトラブルの多い特定の取引について、悪質事業者への対応強化策等を盛り込んだ改正特定商取引法を着実に施行するとともに、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、法と証拠に基づいて厳正かつ適切に行政処分等を行うことにより、取引の公正と消費者利益の保護を図る。</p> <p>あわせて、預託法や特定電子メール法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27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算の 状況 (百万 円) | 当初予算(a) | 231 | 304 | 306 | 262 |
| | | 補正予算(b) | -5 | 38 | -1 | |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 226 | 342 | 305 | |
| 執行額(百万円) | 204 | 304 | 213 | | | |
| 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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 1 (1)⑧、3(1)①、3(1)②、3(2)⑮、3(3)①、3(3)②、3(4)⑨ | | | | | |

| 測定指標 | 1 国の特定商取引法及び預託法執行状況(行政処分件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|---------|-------------------------------------------------|-------------|--------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| (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 | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | <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。</p> <p>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> | ○ |
| | | 6件 | 5件 | 4件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 5件 | 21件 | 15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) | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 81件 | 97件 | 55件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 50件 | 34件 | 37件 | | |

| | | | | | | |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------------------------------------|----|
| 測定指標 | 2 改正特定商取引法の施行に向けた準備状況 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者委員会の答申も踏まえて政省令等の改正を行った(改正特定商取引法と併せて施行)。また、全国で開催された消費者団体や事業者団体主催の説明会等への講師派遣を行ったほか、周知啓発のためのリーフレットを作成(75,000部)し、全国の地方公共団体や消費生活センター等(約3,000か所)へ配布した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | 改正特定商取引法の施行(平成29年12月1日)に向けて、消費者委員会の答申で提言された事項等も含めて、政省令等の規程類の整備を行う。また、消費者や事業者への周知や啓発を行う。 | | | | | |
| | 3 平成24年の特定商取引法改正法の施行状況の検討 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年改正法に係る訪問購入規制の施行状況について、消費者相談情報の詳細な分析等を行い、検討した結果、現行規制の周知や一層積極的な法執行等を行うこととした。具体的には、同法の規制の運用の一層の円滑化のため通達の改正を行うとともに、平成29年度中に訪問購入事業者に対して4件の行政処分を行った。また、訪問購入に関する啓発チラシを作成(75,000部)し、警察庁とも連携を行い、全国の地方公共団体や消費生活センター等(約3,000か所)へ配布した。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | 平成24年の特定商取引法改正法附則を踏まえ、同法の施行状況について検討を行い、その結果に基づいて所要の措置を講じる。 | | | | | |
| | 4 特定商取引法施行令(特定継続的役務)の美容医療追加に向けた検討状況 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 消費者委員会の答申等を踏まえ、規制対象となる美容医療契約の内容等について検討を行い、一定の美容医療契約を特定継続的役務提供に追加する政省令の改正を行った(改正特定商取引法と併せて平成29年12月1日より施行)。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | 消費者委員会の答申等の意見を踏まえつつ、特定継続的役務提供として規制対象となる美容医療契約の内容等について検討を行い、所要の措置を講じる。 | | | | | |
| | 5 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) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 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、引き続き行政指導(報告徴収)を行うとともに、平成29年度は2件の行政処分を行った。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | (行政指導) | | | 引き続き、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。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 5495件 | 4060件 | 3618件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 3388件 | 3409件 | 3458件 | | |
| (行政処分) | | | | | | |
| 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | |
| 8件 | 7件 | 7件 | | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 7件 | 0件 | 2件 | | | | |

| 測定指標 | 6 不適切な広告表示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) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|---------|---------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | 1571件 | 1505件 | 1150件 | 引き続き、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じるとともに、インターネット・サービス・プロバイダーなどに対して、関連情報を提供し、適切な対応を促す。 | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 1083件 | 1019件 | 1310件 | | |
| (参考指標3) | 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(行政処分件数) | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | 達成 |
| | | 7件 | 0件 | 6件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 0件 | 0件 | 2件 | | |
| 測定指標 | 7 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) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | 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に違反していたサイトの販売事業者に対しては、行政指導を行った。 | | | 引き続き、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じる。 | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 80件 | 160件 | 79件 | | |
| 測定指標 | 8 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) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | |
| | | 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に違反していたサイトの販売事業者に対しては、行政指導を行った。 | | | 引き続き、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じるとともに、関係機関に対する情報提供を行う。 | ○ |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 142件 | 0件 | 171件 | | |
| | | 5件 | 10件 | 1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 | (実績値が減少した測定指標) 測定指標7(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))及び8(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))について、指標は減少したものの、政府全体として、「第四次薬物乱用防止五か年戦略」(平成25年8月 薬物乱用対策推進会議)、「知的財産推進計画2017」(平成29年5月 知的財産戦略本部)等の政府全体の方針に従い、重要課題である模倣品対策及び危険ドラッグ対策に関し、本措置を含めた取組を継続して行っている。これらの結果、例えば、国内のショッピングモールサイトにおける模倣品流通の割合は低い状況と推定されている(推定汚染率3.9%。「模倣品・海賊版対策の相談業務に関する年次報告」(2018年6月 政府模倣品・海賊版対策総合窓口)。なお、両指標は測定指標6(不適切な広告表示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))の内数であるところ、当該指標は前年度比で増加している。これらの点に鑑み、目標達成とした。 (達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者取引の対策に必要な経費」によって、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、平成29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34件(前年度は32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15件であり、消費者庁設置後最高となった前年度(21件)に引き続き高水準であった。さらに、悪質事業者への対応強化に必要な措置を盛り込んだ改正特定商取引法は、平成28年5月に成立、同年6月に公布されたところ、平成29年度に、同費用により、同法の関係政省令の改正等必要な作業が行われ、一定の美容医療契約を規制対象に追加すること等を内容とした改正政省令は平成29年6月に公布された。これらの法令は平成29年12月に施行された。改正内容の周知については、全国で開催された消費者団体や事業者団体主催の説明会等への講師派遣を行ったほか、周知啓発のためのリーフレットを配布した。このほか、訪問購入規制に係る平成24年改正特定商取引法の施行状況の検討については、関係団体へのヒアリング等を行った上で、検討結果及び所要の対応策をまとめ、平成29年6月に消費者委員会に報告した。以上の点に鑑みれば、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。 | |
| | 次期目標等への反映の方向性 | 【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。 【測定指標】 測定指標1、5、6、7及び8について、引き続き厳正な執行を行っていく。 | |

| | |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 学識経験を有する者の知見の活用 | <ul style="list-style-type: none"> ・前年度の実績値を超えることで目標達成と考えているのか。そうであれば、測定指標8等は目標達成とは言えないのではないか。個々の測定指標の目標達成の成否を踏まえて、総合的な評価をすべきではないか。(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会) →行政処分件数自体は目標ではなく、測定指標の一つに過ぎない。取引の公正確保及び消費者利益の保護という目標の達成状況については他の測定指標も含め総合的に評価している。 ・測定指標6、7及び8について、行政指導事案が非公表であるとしても事例集のように何らかの形で指導を受けた事業者以外の事業者にも参考になるような情報提供の在り方を検討してもらいたい(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →通信販売事業者が遵守すべき表示義務等について、引き続き消費者庁ウェブサイトやパンフレットを活用して周知するとともに、事業者向け説明会の開催等により普及に努める。 ・取引対策課の業務遂行上の制約は人的資源であると理解される。人的資源に制約があるのであれば、今後、執行業務の効率化を考えていく必要がある(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →引き続き体制の強化を図るとともに、業務の効率化を進めてまいりたい。 |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 | 【測定指標2】 特定商取引法違反に基づく処分件数の推移(平成30年4月6日現在)及び国及び都道府県における処分事業者一覧(平成25年4月～平成30年4月10日時点) http://www.no-trouble.go.jp/pdf/20180410ac01.pdf |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|-------|-------|--------|-----------------|--------------|---------|
| 担当部局名 | 取引対策課 | 作成責任者名 | 取引対策課長 佐藤 朋哉 | 政策評価 実施時期 | 平成30年8月 |
|-------|-------|--------|-----------------|--------------|---------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-⑨)

| | | | | | | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|-----|
| 施策名 | 消費者表示対策の推進 | | | | | |
| 施策の概要 | <p>一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するために、</p> <p>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。</p> <p>②住宅性能の品質表示に関する共通ルールである、住宅の品質確保の促進等に関する法律(平成11年法律第81号。以下「住宅品質確保法」という。)に基づく住宅性能表示基準の普及啓発を図る。</p> <p>③家庭用品の品質表示の適正化を図ることを目的とする家庭用品品質表示法(昭和37年法律第104号)を運用し、家庭用品の品質に関する表示の適正化を図る。 また、同法における対象品目及び表示の標準について、適宜、規程等の改正を行う。</p> <p>④健康食品を含めた食品の表示及び広告の適正化を図る。また、関係機関の連携による食品表示の監視及び取締りを行う。</p> <p>⑤消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法(平成25年法律第41号。以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。)の規定に違反するおそれのある表示を監視し、同法の規定に違反する行為を行っている事業者に対しては、厳正に対処する。</p> | | | | | |
| 達成すべき目標 | <p>①景品表示法違反行為を行う事業者に対し行政処分を行うなど法を適切に運用することや、同法を遵守するよう普及・啓発を行うこと、また、公正競争規約の活用が行われるよう運用団体を支援することなどにより、消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害する行為を排除し、一般消費者の利益を保護する。</p> <p>②住宅性能表示制度を普及・啓発することで、消費者における同制度の認知度を高めるとともに同制度の利用を促し、住宅の購入や建て替えを行う際の消費者の利益を保護する。</p> <p>③家庭用品の品質表示について、事業者に対し表示の改善を指示するなど法を適切に運用することや、規程等を社会のニーズに応じて改正することにより、消費者の身近にある家庭用品の品質表示を適正化し、家庭用品を購入・利用する消費者の利益を保護する。</p> <p>④健康食品等の監視等を適切に実施し、関係機関との連携を通じて効果的かつ効率的な執行を行い、一般消費者の利益を保護する。</p> <p>⑤消費税転嫁対策特別措置法を効果的かつ効率的に執行し、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する。</p> | | | | | |
| 施策の予算額・執行額等 | 区分 | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算の状況 (百万円) | 当初予算(a) | 163 | 202 | 188 | 193 |
| | | 補正予算(b) | -4 | -0 | -0 | |
| | | 繰越し等(c) | - | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 159 | 201 | 188 | |
| 執行額(百万円) | 112 | 135 | 147 | | | |
| 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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 2(1)①、2(1)②、2(1)③、2(2)①、2(2)②、2(3)②、2(3)③ | | | | | |

| | | | | | | |
|--------|-----------------------------|------------------------------------------------------------|--------|--------|--------------------------------|----|
| 測定指標 | 1 景品表示法執行状況(行政処分件数及び行政指導件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成29年度は、景品表示法に基づき、措置命令を50件、課徴金納付命令を19件行った。また、行政指導を179件行った。 | | | 平成29年度 | |
| | | 措置命令の件数 | | | 引き続き、都道府県等と連携の上で景品表示法を厳正に執行する。 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 37件 | 45件 | 30件 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 13件 | 27件 | 50件 | | |
| | | 課徴金納付命令の件数 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 1件 | 19件 | | |
| | | 行政指導の件数 | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | | 265件 | 373件 | 294件 | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 178件 | 138件 | 179件 | | | | |

| | | | | | | | |
|--------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---|
| (参考指標) | 都道府県における景品表示法執行状況(都道府県における措置命令件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 引き続き、都道府県等と連携の上で景品表示法を厳正に執行する。 | ○ | |
| | | 平成29年度は、都道府県において景品表示法に基づく措置命令を8件行った。また、都道府県における景品表示法の執行力強化を目的とする景品表示法ブロック会議を平成29年度において2回開催した。 | | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | | | 0件 | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 3件 | 1件 | 8件 | |
| (参考指標) | 景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る返金計画に対する処分状況(処分件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 引き続き、都道府県等と連携の上で景品表示法を厳正に執行する。 | ○ | |
| | | 平成29年度は、景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る返金計画に対する処分を1件(認定1件)行った。 | | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | 3件 | 1件 | |
| 測定指標 | 2 景品表示法説明会への講師派遣状況(講師派遣件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | 事業者団体、消費者団体等からの講師派遣の求めに応じて講師を派遣することで、景品表示法の普及啓発を行った。 | | | 平成29年度 | 引き続き、景品表示法の説明会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、事業者団体における法令遵守の取組を支援する。 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | 97件 | 150件 | 201件 | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 151件 | 153件 | 163件 | | | | |
| | 3 公正取引協議会等の活動への講師派遣状況(講師派遣件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | |
| | | 公正取引協議会等からの求めに応じて講師を派遣することで、景品表示法の普及啓発を図るとともに、公正競争規約が円滑かつ適正に運用されるよう公正取引協議会等の活動への支援を行った。 | | | 平成29年度 | 引き続き、公正取引協議会等の活動への講師派遣などを通じ、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用が行われるよう支援する。 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | | 13件 | 17件 | 33件 | | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| 30件 | 22件 | 22件 | | | | | |

| | | | | | | | | | | |
|--------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|------------------------------------|----|--------|--------|
| 測定指標 | 4 家庭用品品質表示法ガイドブックの配布及び説明会への講師派遣状況(ガイドブック配布冊数及び講師派遣件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | | | | |
| | | 説明会への講師派遣を行うとともに、政府広報を活用した広報活動や国民生活センター、消費生活センター、消費者団体及び地方公共団体に対し、洗濯表示に関するポスター、リーフレット、すごろく、かるた及びDVDの配布を行うことにより、新しい洗濯表示を含め、家庭用品品質表示法に係る普及啓発を行った。さらに、府令及び4つの告示の改正に伴い、家庭用品品質表示法のガイドブックを改訂・公表し、国民生活センター、消費生活センター、消費者団体及び地方公共団体等に対して配布した。 | | | 平成29年度 | ○ | | | | |
| | | ガイドブック配布冊数 | | | 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作成・配布するとともに、引き続き、説明会に講師を派遣し、家庭用品品質表示法の普及啓発を図る。 | | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | | | | 6295冊 | | | | | | |
| | | 講師派遣件数 | | | | | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | | 20件 | 20件 | 11件 | | | | | | |
| 測定指標 | 5 住宅性能表示制度の相談対応状況(相談件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | | 目標 | 達成 | | | |
| | | 一般消費者等からの問合せ等に対して、住宅品質確保法の解説や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・啓発を行った。また、国土交通省の所掌に係る内容を含む相談については、同省に情報共有を行った。 | | | 平成29年度 | ○ | | | | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 引き続き、住宅性能表示制度の普及啓発の促進に努めるとともに、事業者等からの問合せに適切に対応し、問合せ内容を国土交通省にフィードバックすることにより、同制度の更なる普及啓発を図る。 | | | | | |
| | | | | | | | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | | | |
| | | 3件 | 1件 | 2件 | | | | | | |
| | | 測定指標 | 6 インターネットにおける健康食品の広告の改善要請(改善要請後の改善率及び改善要請件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 | | |
| | | | | インターネットにおける健康食品等の虚偽・誇大表示の監視(インターネット上の文言を検索するシステムを用いてキーワードによる無作為検索により監視)を実施し、平成29年度において663事業者、759商品に対する改善要請を行い、要請を行った全ての商品について改善が行われた。 | | | 平成29年度 | ○ | | |
| | | | | 改善要請後の改善率 | | | 引き続き、インターネットにおける健康食品等の監視等を適切に実施する。 | | | |
| | | | | 平成24年度 | | | | | 平成25年度 | 平成26年度 |
| | | | | 100% | | | | | 100% | 100% |
| | | | | 平成27年度 | | | | | 平成28年度 | 平成29年度 |
| 100% | 100% | | | 100% | | | | | | |
| 改善要請件数 | | | | | | | | | | |
| 平成24年度 | 平成25年度 | | | 平成26年度 | | | | | | |
| 559件 | 342件 | | | 48件 | | | | | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | | | 平成29年度 | | | | | | |
| 162件 | 468件 | | | 759件 | | | | | | |

| 測定指標 | 7 関係法令(食品表示法等)に基づく措置の実施状況(措置件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|--------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------------------------------------------------|----|
| | | 食品表示法違反に対し、国及び都道府県等において、平成29年度では指示21件、命令2件を行っている。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 引き続き、食品表示連絡会議の開催等による関係機関との連携を通じて、効果的かつ効率的な執行を行う。 | |
| | | / | / | / | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| | | 30件 | 27件 | 23件 | | |
| 測定指標 | 8 食品表示連絡会議の開催状況 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成29年9月に食品表示連絡会議を実施し、関係機関間の情報共有及び連携強化や都道府県と国の出先機関との連携促進及び情報共有の支援に努めた。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 引き続き、消費税転嫁対策特別措置法を効果的かつ効率的に執行を行う。 | |
| | | / | / | / | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| | | 1回 | 1回 | 1回 | | |
| 測定指標 | 9 消費税転嫁対策特別措置法に基づく執行状況(指導件数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成29年度は、消費税転嫁対策特別措置法に基づく指導を50件行った。 | | | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 引き続き、消費税転嫁対策特別措置法を効果的かつ効率的に執行を行う。 | |
| | | / | 1件 | 170件 | | |
| 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | | |
| | | 145件 | 120件 | 50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」と判断した。 |
| | 施策の分析 | (実績値が減少した測定指標) 測定指標4については、平成27年度から平成28年度にかけては、平成28年12月に変更された新しい洗濯表示の普及啓発のため、説明会への講師派遣件数が特に多かったものである。平成29年度においても、講師派遣を行うとともにガイドブックの改訂・公表を行い、同法の効率的な周知に取り組んだことから目標達成とした。 測定指標7については、指示・命令件数が微減しているものの、前年度と同水準の指示・命令が行われ、自主的かつ合理的な食品の選択の機会は確保されたため目的達成とした。 測定指標9については、平成28年度と比べて減少しているものの、指導を行うべき事案に対しては適切に執行を行っているため目標達成とした。 (達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者表示の対策に必要な経費」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、同経費によって、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。これらを踏まえると、本達成手段は、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。 達成手段(2)「消費税価格転嫁対策に必要な経費」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。 | |
| | 次期目標等への反映の方向性 | 【施策】 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。 【測定指標】 引き続き、執行件数等を指標としたい。 | |

| | |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 学識経験を有する者の知見の活用 | <p>・測定指標2及び3については、不正な表示の発生を抑制するための政策が効果を挙げているかを測ることができる測定指標を設定すべき(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →あらゆる商品、役務を対象とする景品表示法において、不当表示がどの程度抑止されているかを何らかの指標を持って評価することは極めて困難であると考えられる。 他方、不当表示に対し、厳正かつ適切に措置を行い、公表することによって、同種の行為に対して一定の抑止効果が働いているものと考えられることに鑑み、執行力の維持・向上を図ることが重要と考える。 このため、不当表示の抑止を間接的に評価する指標としては、引き続き、執行力の維持・向上の状態を示す措置命令件数及び課徴金納付命令件数並びに行政指導件数(測定指標1)を用いることとしたい。</p> <p>・参考指標に掲げられている「都道府県における景品表示法執行件数」については、景品表示法の改正により都道府県知事に執行権限を付与したことの評価を適切に行うため、参考指標ではなく本指標として掲げるべきである(平成30年7月9日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ、次期事前分析表作成の際に検討する。</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】 景品表示法関連報道発表資料 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/index.html#public_information (景品表示法関連報道発表資料欄及びその他の景品表示法関連の公表資料欄に掲載) 景品表示法に基づく法的措置件数の推移及び措置事件の概要の公表 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_170414_0001.pdf</p> <p>【測定指標2】 景品表示法関連報道発表資料 http://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/index.html#public_information (その他の景品表示法関連の公表資料欄に掲載)</p> |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|-------|-------|--------|-----------------|----------|---------|
| 担当部局名 | 表示対策課 | 作成責任者名 | 表示対策課長 大元 慎二 | 政策評価実施時期 | 平成30年8月 |
|-------|-------|--------|-----------------|----------|---------|

平成29年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁29-⑩)

| | | | | | | |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------|--------|--------|-----|
| 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。 | | | | | |
| 達成すべき目標 | 食品表示は、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正に企画・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27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | 平成30年度 | |
| | 予算の 状況 (百万 円) | 当初予算(a) | 146 | 193 | 219 | 283 |
| | | 補正予算(b) | -2 | 13 | 0 | |
| | | 繰越し等(c) | 96 | - | - | |
| | | 合計(a+b+c) | 240 | 206 | 219 | |
| 執行額(百万円) | 240 | 224 | 219 | | | |
| 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(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成29年6月21日改定) 施策番号 2(3)① | | | | | |

| 測定指標 | 施策の進捗状況(実績) | 目標 | | | 達成 |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--|----|
| | | 平成29年度 | | | |
| 1 新たな食品表示制度の普及啓発(講師派遣回数) | 新たな食品表示制度及び機能性表示食品制度について、全国説明会を開催するなど、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。 | | | | ○ |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | 22回 | 74回 | 162回 | | |
| | 達成 | | | | |
| | 2 食品表示制度の認知度 | 食品表示に関する消費者意向調査を実施し、食品表示制度の認知度(%)を計測した。 | | | |
| 平成24年度 | | 平成25年度 | 平成26年度 | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| 69.20% | | 61.90% | | | |
| 達成 | | | | | |
| (参考指標1) | | 食品表示制度に関する消費者の理解度 | 実績値 | | |
| | 平成29年度の各表示制度の理解度とその目標値は下記のとおり。 (表示制度:理解度/目標値) 食品添加物:20.1%/43.5% 栄養成分表示:38.7%/35.0% 特定保健用食品:32.2%/41.9% 機能性表示食品:15.3%/40.7% | 新たな食品表示制度について、消費者、事業者等への普及啓発を行い、円滑な施行とその定着を図る。 また、徳島県において、栄養成分表示及び保健機能食品の消費者教育モデル事業を実施することで、制度の普及啓発を行う。 | | | |

| | | | | | | |
|----------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|----|
| (参考指標2) | 消費者教育モデル事業における学習者の認識の変化 | 実績値 | | | 達成 | |
| | | <p>平成29年度に徳島県において実施した消費者教育モデル事業において、「栄養成分表示を見たことがあるか？」との問いに対し、「見たことがあり、食生活の参考にする」と回答した対象者ごとの学習前後の変化は下記のとおり。(対象者:学習前→学習1ヶ月後)</p> <p>若年女性:40.0%→50.0% 中高年者:42.7%→69.7% 高齢者:50.7%→61.8%</p> | | | ○ | |
| 測定指標 | 3 個別課題の検討(検討会等の開催回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | <p>遺伝子組換え表示について、「遺伝子組換え表示に関する検討会」を開催し、検討を行った(平成29年度は10回開催)。</p> | | | 平成29年度 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | <p>食品添加物表示、遺伝子組換え表示の在り方などの個別課題について、順次実態を踏まえた検討を行う。</p> | |
| | | / | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 7回 | 13回 | 10回 | | |
| | / | | | | | |
| | 4 機能性表示食品制度の普及啓発(講師派遣回数) | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | <p>機能性表示食品制度について、全国説明会を開催するなど、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。</p> | | | 平成29年度 | |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | <p>機能性表示食品制度について、消費者、事業者等への普及啓発を行い、理解促進を図る。</p> | |
| | | / | | | | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 16回 | 29回 | 20回 | | |
| | / | | | | | |
| | 5 機能性表示食品制度の認知度 | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 | |
| | | <p>食品表示に関する消費者意向調査を実施し、機能性表示食品制度の認知度(%)を計測した。</p> | | | | |
| 平成24年度 | | 平成25年度 | 平成26年度 | <p>機能性表示食品制度について、消費者、事業者等への普及啓発を行い、理解促進を図る。</p> | | |
| / | | | | | | |
| 平成27年度 | | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | | 19.20% | 15.80% | | | |
| / | | | | | | |
| 6 機能性表示食品の公表件数 | 施策の進捗状況(実績) | | | 達成 | | |
| | <p>機能性表示食品の公表件数は、平成29年度末で1269件(撤回された件数を除く)。</p> | | | 達成 | | |
| | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | | | |
| | / | | | | | |
| | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | | |
| | 275件 | 548件 | 511件 | | | |
| / | | | | | | |

| 測定指標 | 7 買上調査の実施 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
|---------|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------|--------|-----------------------------------------------------|----|
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | 特定保健用食品について、平成28年度に引き続き、平成29年度も買上調査を実施した。 | | | 特定保健用食品について、許可後の事後チェックを実効性のあるものとする。 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 1回 | 1回 | | |
| 測定指標 | 8 公開情報の提供の在り方などの運用の見直しに係る調査事業報告書の公表 | 施策の進捗状況(実績) | | | 目標 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | 特定保健用食品に係る公開情報の提供の在り方等の運用見直しを検討するため、平成29年度に調査事業を実施し、報告書を公表した。 | | | 特定保健用食品及び機能性表示食品について、許可及び届出後の事後チェックを行い、制度の信頼性を確保する。 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | | 1件 | | |
| (参考指標3) | 特定保健用食品の買上調査の対象件数 | 実績値 | | | 目標値 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成27年度より買上調査を実施。平成28年度は7件、平成29年度は40件を対象として実施。 | | | 特定保健用食品及び機能性表示食品について、許可及び届出後の事後チェックを行い、制度の信頼性を確保する。 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | | 7件 | 40件 | | |
| (参考指標4) | 機能性表示食品の買上調査の対象件数 | 実績値 | | | 目標値 | 達成 |
| | | 平成24年度 | 平成25年度 | 平成26年度 | 平成29年度 | ○ |
| | | 平成27年度より買上調査を実施。平成27年度は17件、平成28年度は51件、平成29年度は60件を対象として実施。 | | | 特定保健用食品及び機能性表示食品について、許可及び届出後の事後チェックを行い、制度の信頼性を確保する。 | |
| | | 平成27年度 | 平成28年度 | 平成29年度 | | |
| | | 17件 | 51件 | 60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) | 相当程度進展あり 測定指標2及び5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3、4及び6において目標は達成していること、測定指標1及び参考指標3については前年度を大幅に上回ったこと、かつ測定指標7及び8は目標を達成したことから、施策全体としては、「相当程度進展あり」と判断した。 |
| | 施策の分析 | (実績値等が減少等した測定指標) 測定指標2及び5について、消費者の認知度はそれぞれ前年度に比べて7.3ポイント、3.4ポイント減少した。これらを踏まえ、これまでは新たな表示を行う事業者を優先して普及啓発活動を実施してきたが、今後は消費者に対してもより効果的な普及啓発活動を実施することで認知度を高め、食品表示制度の円滑な施行とその定着を図ってまいりたい。 (達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「食品表示の対策に必要な経費」において、検査・分析方法や消費者意識調査等に係る調査研究事業の実施、有識者による検討会を実施することにより、食品表示に関する制度を適切に企画・立案・運用した。 達成手段(2)「新たな食品表示制度の適正化・充実に係る経費」において、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について、適正化・充実に図るために必要な検討や調査等を実施することにより、新たな制度の円滑な施行と定着を図った。 達成手段(3)「食品表示に関する消費者向け情報提供の仕組みの運用」において、平成28年度から運用が開始された新たなデータベースにおける製造者固有記号及び機能性表示食品制度の届出情報について、消費者からアクセス可能なデータベースを運用した。 これらに鑑みれば、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。 | |
| | 次期目標等への反映の方向性 | 【施策】 食品表示法に関連する表示基準等を的確に企画・運用し、引き続き、消費者利益の保護と増進を図り、表示の適正化を推進する。 【測定指標】 測定指標1、3、4、6及び7については、継続的に取り組むべきものであり、平成30年度以降も同様の指標を設定する予定である。 測定指標2及び5については、引き続き、全国説明会の開催や消費者向けの分かりやすい資料を作成する等し、消費者への普及啓発を図る予定である。 測定指標8については、特定保健用食品の許可後の事後チェックを実効性のあるものとするため、平成29年度の事業として実施した。平成30年度以降は、目標に沿った新たな測定指標を設定する予定である。 | |

| | |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 学識経験を有する者の知見の活用 | <ul style="list-style-type: none"> ・参考指標1の「目標値」について、目標値が小数点というのは違和感がある。どのように設定しているのか(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →目標値は、食品表示制度の認知度に、それぞれの表示項目に関心がある人の割合を掛け合わせたものと定義している。 ・全ての測定指標について目標達成となっているが、どういう基準で目標達成と評価しているのか。例えば、測定指標7について1回調査をしたことをもって目標達成となっているが、調査件数をみるべきではないか。参考指標3については特定保健用食品及び機能性表示食品の買上調査件数が合わさった実績値になっているため、そもそも個別の実績が不明瞭である(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ修正。 ・測定指標2及び5については実績値をみる限り前年度よりも減少している。これで目標達成としているのはなぜか。基本的に実績値が下がって目標達成とするのは無理があるのではないか。これでは、記載されていない別の基準があるように思えてしまう。もしそのような基準があるのならば、測定指標等でしっかりと明示すべき(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →指摘を踏まえ修正。 ・参考指標3について、食品表示制度においては事後的なチェックが非常に重要と考える。これからも重視してほしい(平成30年7月17日消費者庁政策評価有識者懇談会)。 →今後の施策の実施において参考とさせていただく。 |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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 | 【測定指標2、5、参考指標1】 平成29年度食品表示に関する消費者意向調査 http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2017/pdf/information_research_2017_180531_0002.pdf 【参考指標2】 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育事業 http://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2017/pdf/information_research_2017_180615_0001.pdf |
|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | | | | | |
|-------|---------|--------|-------------------|----------|---------|
| 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 赤崎 暢彦 | 政策評価実施時期 | 平成30年8月 |
|-------|---------|--------|-------------------|----------|---------|