

平成 30 年度消費者庁政策評価書について（要旨）

令和元年 8 月
消費者 庁

1. 消費者庁における政策評価について

（1）政策評価基本計画

- ・ 政策評価の実施に関する方針、実施体制等について定める
- ・ 消費者庁では、計画期間を平成 30 年 4 月 1 日～令和 5 年 3 月 31 日とする消費者庁における政策評価に関する基本計画（平成 30 年 3 月 12 日消費者庁長官決定。令和元年 6 月 26 日一部改正。）を策定

（2）政策評価実施計画

- ・ 毎年度、当該年度における事後評価の対象としようとする政策、評価方式等を定める
- ・ 消費者庁では、平成 30 年度消費者庁政策評価実施計画（平成 30 年 12 月 27 日消費者庁長官決定）を策定

（3）事前分析表

- ・ 毎年度、各施策の目標や手段、要するコスト等を分かりやすく一覧性のある形であらかじめ整理（平成 24 年度から導入）
- ・ 消費者庁では、平成 30 年度政策評価事前分析表を作成

（4）政策評価書（実績評価方式）

- ・ 上記（1）～（3）に基づき、各年度の施策の実績を評価
- ・ 平成 30 年度消費者庁政策評価書の対象期間は、平成 30 年 4 月 1 日～平成 31 年 3 月 31 日

※平成 30 年度の施策に関する政策評価の流れ

平成 30 年度	<p>政策の実施</p> <p>↓</p>	<ul style="list-style-type: none">・ 実施計画の策定・ 事前分析表の作成
令和元年度	<p>政策評価の実施</p> <p>↓</p> <p>評価結果の政策への反映 (予算要求、機構・定員要求、その他具体的取組の実施)</p>	<ul style="list-style-type: none">・ 政策評価書の作成
令和元年度		<ul style="list-style-type: none">・ 評価結果の政策への反映状況取りまとめ ⇒総務省において国会報告

2. 消費者庁政策評価体系（平成30年度）

<政策名>

消費者政策の推進

<施策名>

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

※令和元年7月1日から、消費者調査課が廃止、消費者教育・地方協力課が地方協力課へ課名変更、消費者教育推進課及び参事官（調査・物価等担当）が新設されたため、上記施策のうち、「(3) 消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進」については消費者教育推進課が、「(4) 地方消費者行政の推進」については地方協力課が、「(5) 物価対策の推進」及び「(6) 消費者政策の推進に関する調査・分析」については参事官（調査・物価等担当）が評価を実施した。

3. 政策評価の結果

○各施策とも、消費者基本計画に盛り込まれた施策に沿って基本目標を設定しており、平成30年度においても進捗があったものと評価できるが、消費者行政を取り巻く課題は依然山積している。

⇒各施策の評価結果の要旨については別紙参照

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

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
<p>(1)消費者政策の企画・立案・推進及び調整</p>	<p>「消費者基本計画」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。</p>	<p>○目標達成 評価保留とした指標を除き、全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」とした。</p>	<p>【施策】 国民の消費生活の安定及び向上を確保するため、引き続き、消費者政策の企画・立案・推進及び調整を推進していく。なお、平成30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、今後測定指標の見直しを行うとともにアウトカム指標の設定に努める。</p> <p>【測定指標】 測定指標10「リスクの高い取引に関する注意喚起の実施状況」について、平成30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。 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、食品ロス削減推進の取組を進める。</p>
<p>(2)消費生活に関する制度の企画・立案・推進</p>	<p>1. 消費者契約法の見直し ①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、消費者委員会の答申(平成29年8月)の付言に記載された事項等に関し、分析・検討する。 ②説明会の実施や広報資料の配布等によって、消費者契約法の周知・啓発活動を実施する。</p> <p>2. 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最終報告書」(平成28年12月)、消費者委員会公益通報者保護専門調査会の議論等を踏まえ、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。 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>○相当程度進展あり 測定指標5については目標が達成されなかったが、それ以外の測定指標は目標が達成されたため、現行の取組を継続した場合、相当な期間を要せずに目標達成が可能であると考えられる。</p>	<p>【施策】 施策及び目標は妥当なものであり、次期も同様のものとする。</p> <p>【測定指標】 各測定指標のうち一部の指標は有識者懇談会で頂いた指摘等を踏まえ、指標の修正を検討する。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(3)消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	<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への寄与を図る。</p>	<p>○目標達成 基本方針で掲げた「当面の重点事項」について、消費者教育推進会議の下の分科会で具体的な検討を進めていること、また、「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」で掲げた消費者庁作成教材「社会への扉」の全国的な活用についても、前年度に比べて約18倍、教材の活用校が増えたことに加え、その他の測定指標についても、平成30年度に達成すべき目標との関係では相当程度の進展があったことに鑑みて、「目標達成」と判断した。</p>	<p>【施策】 消費者教育に関する施策については、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30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、令和元年度も各施策を進める。</p> <p>【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年度に引き続き、令和元年度についても、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」の進捗状況を踏まえ、適宜目標や測定指標の見直しを行う。</p>
(4)地方消費者行政の推進	<p>地方公共団体と連携しながら、地方消費者行政の充実・強化を支援することにより、消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上を図る。</p>	<p>○相当程度進展あり 測定指標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23.4%と、依然として低い。しかし、参考指標4で示しているとおり、参加率が80%以上の都道府県は95%を超えており、100%には満たないものの高い水準を維持している。 また、測定指標8「地方消費者行政強化作戦」政策目標5-1は、人口5万人以上の全市町において消費者安全確保地域協議会を設置することを目標としているところ、達成度は18%にとどまっているものの、昨年度の9.3%からは2倍近い数値となっており、着実に進展しているといえる。 測定指標3、6及び8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>	<p>【施策】 ・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。 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、引上げを図る必要がある(政策目標2-4関係)。 ③消費者安全確保地域協議会の設置については、平成31年4月に公表した「消費者安全確保地域協議会設置の手引き」の活用などを通じ、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)。 これらの課題や、平成30年度末に実施したキャラバンで得られた意見を基に、新たな「地方消費者行政強化作戦」を策定し、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30年度に徳島県の実績を踏まえた事例集を作成・公表しており、引き続き、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。 ・「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、平成30年7月にイメージキャラクターの発表を行い、吉本興業株式会社と連携をしたイベント、さらには5月18日を「消費者ホットライン188の日」と称し、普及啓発イベントを行うなど積極的に周知を行った。引き続き、周知には更に力を入れていく必要がある。</p> <p>【測定指標】 ・継続的に取り組むべきものであり、令和元年度以降も同様の指標を設定する予定である。</p>

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(5)物価対策の推進	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。	○目標達成 いずれも平成30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】 平成30年度については、設定した目標についていずれも達成することができた。本施策は継続的に取り組むべきものであり、令和元年度以降も引き続き実施していく。 【測定指標】 継続的に取り組むべきものであり、令和元年度以降も同様の指標を設定する予定である。
(6)消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者の利益の擁護及び増進に関する政策を推進する上で有用な各種調査・分析を実施するとともに、事業者における消費者志向経営の推進を図ることで、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。	○目標達成 いずれも平成30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】 平成30年度については、設定した目標についていずれも達成することができた。本施策は継続的に取り組むべきものであり、令和元年度以降も引き続き本施策を実施していく。 【測定指標】 継続的に取り組むべきものであり、令和元年度以降も同様の指標を設定する予定である。
(7)消費者の安全確保のための施策の推進	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。 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。 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。	○相当程度進展あり 全ての測定指標について目標達成と評価したものの、定量的な実績値に着目すれば、前年度から数値が減少している指標が複数あったことから、「相当程度進展あり」とした。	【施策】 現在の目標を維持し、引き続き、政策を推進していく。 【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測ることは困難であるが、可能な限り定量的な指標を設定するとともに、定性的な指標を設定する際も国民に分かりやすいものとして活用できるよう適切に設定することとする。
(8)消費者取引対策の推進	特定商取引法の消費者及び事業者等への周知・啓発を行うとともに、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、違反行為に対し厳正かつ適切に行政処分等を行うことにより、取引の公正と消費者利益の保護を図る。 併せて、特定商品等の預託等取引契約に関する法律(昭和61年法律第62号。以下「預託法」という。)や特定電子メールの送信の適正化等に関する法律(平成14年法律第26号。以下「特定電子メール法」という。)等の所管法令を厳正かつ適切に執行することにより、消費者利益の保護を図る。	○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】 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】 1、3、4、5、6について、引き続き厳正な執行を行っていく。

施策	達成すべき目標	目標達成度合いの測定結果	次期目標等への反映の方向性
(9)消費者表示対策の推進	<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>	<p>○目標達成 全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。</p>	<p>【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。</p> <p>【測定指標】 引き続き執行件数等を指標としたい。</p>
(10)食品表示の企画・立案・推進	<p>食品表示は、食品を摂取する際の安全性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。</p>	<p>○相当程度進展あり 測定指標1、4及び7において本年度の実績が前年度を下回ったものの、測定指標2、3、5及び6が前年度を上回ったこと、かつ測定指標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。また、測定指標3においては、法律改正を実施している。</p>	<p>【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。</p> <p>【測定指標】 測定指標1、3、4、7及び8については、継続的に取り組むべきものであり、令和元年度以降も同様の指標を設定する予定。 測定指標2、5及び6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とともに必要な予算を確保し、消費者への普及啓発を図る予定。</p>