

平成 30 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※	13
(4) 地方消費者行政の推進	消費者教育・地方協力課※	20
(5) 物価対策の推進	消費者調査課※	29
(6) 消費者政策の推進に関する調査・分析	消費者調査課※	32
(7) 消費者の安全確保のための施策の推進	消費者安全課	36
(8) 消費者取引対策の推進	取引対策課	44
(9) 消費者表示対策の推進	表示対策課	47
(10) 食品表示の企画・立案・推進	食品表示企画課	52

※ 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。

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-①)

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28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	134	131	165	198
		補正予算(b)	-0	-	-0	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	134	131	165	
執行額(百万円)		112	91	127		
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>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成30年7月22日改定) 施策番号1(4)⑥、3(1)③、3(1)⑤、3(1)⑥、3(2)⑩、3(2)⑪、3(2)⑫、3(3)④、4(1)④、4(2)⑭、5(1)⑨、5(1)⑪、5(3)③、5(3)⑤、5(3)⑥、6(1)⑥、6(1)⑧、6(2)⑥</p> <p>○消費者基本法(昭和43年法律第78号)</p>					

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30年度	
		関係府省庁と連携して開催した意見交換会計7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82.2%であった。			食品の安全性に関し、時宜に合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25年度	平成26年度	平成27年度		
		95.1%	88.1%	86.7%		
平成28年度	平成29年度	平成30年度				
83.7%	88.0%	82.2%				

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
2 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うち運用状況を公表している本数	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消費者保護関連法の執行状況を把握しており、平成30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。			消費者庁において特定商取引法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運用状況を把握し、改定工程表の一部として公表するとともに、広く周知を行う。	○
	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	平成30年度		
	68本	68本	69本		
3 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運用状況をまとめたウェブサイトのページの更新回数	施策の進捗状況(実績)			達成	○
	平成30年9月に、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運用状況をまとめたページを消費者庁ウェブサイト内に新設し、同年12月に内容を更新した。				
	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	平成30年度		
4 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
	消費者庁に通知され一元的に集約した情報を、消費者安全法のみならず特定商取引法、景品表示法等の法執行に活用できるよう詳細に分析し、また、関係行政機関等が注目すべき情報を抽出し、当該行政機関等に提供している。(下表中、上の数字が通知件数、下の()内の数字が提供件数。)			平成30年度	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費者事故等の情報収集の強化のため関係省庁との連携を強化し、消費者安全法の規定に基づく通知により消費者被害情報が消費者庁に一元的に集約されるようにした上で、その内容を分析し、関係機関に情報提供を行うとともに、同法の規定に基づき消費者に対する注意喚起等を実施する。	
	9,116件(68件)	9,172件(50件)	9,385件(87件)		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
7,281件(97件)	8,272件(149件)	8,921件(160件)			
5 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)			達成	○
	簡単にお金が稼げるなどとしていわゆる情報商材を売りつける事案等12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25年度の7件のうち2件については勧告及び注意喚起を併せて行っている。)				
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	7件	10件	9件		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
10件	10件	12件			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
6 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	<p>高齢者や障害者の消費者被害を防止するため、平成30年8月に都道府県等に対し、消費生活センター等において成年後見制度の活用を図るよう要請する事務連絡を発出した。</p> <p>また、平成30年10月から同年11月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、当該要請についての説明を行った。</p>			<p>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。</p>	○
	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	平成30年度		
	1回	1回	1回		
7 身元保証等高齢者サポート事業に関する消費生活相談の件数	<p>高齢者やその家族が身元保証等高齢者サポート事業の利用を検討する際のポイントを示した、分かりやすい普及啓発のための資料を地方公共団体に周知するとともに、消費者庁のウェブサイト当該資料を掲載した。</p> <p>消費者が身元保証等高齢者サポートサービスを選択するに当たり有用と思われる情報を提供する観点から、関係する情報を一覧することの可能なページを消費者庁ウェブサイト内に設けた。</p>			<p>消費者が身元保証等高齢者サポートサービスを利用する際に必要な情報を提供する。</p>	○
	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	平成30年度		
	127件	74件	102件		
8 美容医療サービスに関する消費生活相談件数	<p>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。</p>			<p>平成30年度</p>	○
	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	平成30年度		
	2,043件	2,501件	2,092件		
9 美容医療サービスに関する注意喚起の回数	<p>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、消費者庁SNS等により周知するとともに、厚生労働省等と連携し、新規注意喚起資料の作成を検討した。</p>			<p>美容医療サービスに関する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。</p>	○
	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	平成30年度		
	3回	2回	4回		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
10 リスクの高い取引に関する注意喚起の実施状況	リスクの高い取引(商品先物取引等)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。			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する。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			1回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	1回	12回	41回		
11 調査中にヒアリングを実施する事業者等の数	最新のインターネットサービスを実施している事業者及び関連団体に対して、サービスの仕組み並びに消費者問題及びその対策についてヒアリングを実施し、ヒアリング内容を踏まえた資料を、インターネット消費者取引連絡会において発表し、消費者庁ウェブサイト公表した。			インターネット技術・サービス及びそれらをめぐる消費者トラブルの動向等を踏まえた調査研究等を実施するとともに、調査結果を活用し、「インターネット消費者取引連絡会」を開催する。	○
	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	平成30年度		
	16	16	18		
12 「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)			インターネット技術・サービス及びそれらをめぐる消費者トラブルの動向等を踏まえた調査研究等を実施するとともに、調査結果を活用し、「インターネット消費者取引連絡会」を開催する。	○
	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30年度においては、テーマとして「キャッシュレス決済の多様化」、「ロコミサイト・インフルエンサーマーケティング」、「ライブ配信サービス(投げ銭等)」、「オンラインチケットサービス(チケット不正転売禁止法)」を取り上げた。				
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	4回	4回	4回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
4回	4回	4回			
13 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	施策の進捗状況(実績)			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。	—
	消費者の意見を代表する委員の考え方を整理し、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るとともに、関係省庁に対し、消費者関係の有識者の任用を促した。				
	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、11.8%であった。				
	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	平成30年度			
[10.7%]	[12.4%]	[11.8%]			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
14 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31年1月に実施した、「消費者の意識に関する調査」における「食品ロスを認知して削減に取り組む消費者の割合」は、71.0%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(令和元年度80.0%以上)。	○
	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	平成30年度		
	62.4%	71.8%	71.0%		
15 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24,990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25年度	平成26年度	平成27年度		
	31,857件	30,666件	29,199件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	26,069件	26,422件	24,990件		
16 ギャンブル等に関する消費生活相談の件数	<ul style="list-style-type: none"> ・都道府県に普及啓発や相談支援に適切に対応するよう要請した。 ・青少年向けの啓発用資料の作成・公表のほか、消費者庁で作成した啓発用資料のうちギャンブル等依存症に関する情報を掲載しているものについて、メールマガジンの配信、業界団体等への周知の依頼、イベントでの配布などによって周知を図った。 ・平成30年3月に作成した消費者向けの注意喚起・普及啓発用資料及び多重債務相談窓口等における対応マニュアルについて、ギャンブル等依存症対策基本法の施行を踏まえた内容の更新等を行った。 ・国民生活センターにおいて消費生活相談員等を対象とした研修を5回実施した。 			ギャンブル等依存症対策基本法の施行に伴い、必要な取組を実施する。	○
	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	平成30年度		
	537件	536件	535件		
17 二国間・地域間対話、MOUの締結等の実施状況	平成30年9月に、ベトナムにて、福井大臣とカイン商工副大臣が会談し、消費者政策等に関して意見交換を行った。また、同年10月には、インド食品安全基準庁(FSSAI)との間で、食品安全分野における協力に関する覚書(MoC)を締結した。			国際連携の強化に向けた環境整備を促進するため、二国間・地域間における政策対話、MOUの締結等を実施する。	○
	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	平成30年度		
			2件		

測定指標	18 多国間協力の取組への参画状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成30年度は、OECD消費者政策委員会、製品安全作業部会、ICPHSO(消費者製品安全・健康機構)シンポジウム、新技術に関するEC(欧州委員会)OECD合同会合及びICPEN(消費者保護及び執行のための国際ネットワーク)本会合に参加し、情報共有・意見交換を行った。			平成30年度	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	OECD消費者政策委員会等、国際機関の取組への参画を通じ、多国間における情報共有や国際的な連携の強化を図る。	
		5	6	6		
平成28年度	平成29年度	平成30年度				
		5	7	7		
測定指標	19 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30年10月及び12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30年度	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	機動的に消費者政策担当課長会議を開催する。	
		1回	2回	1回		
平成28年度	平成29年度	平成30年度				
		1回	1回	2回		
測定指標	20 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
		消費者庁内及び関係府省庁等に対し、消費者からの情報・相談を受け付ける体制の維持・強化を促すとともに、その整備状況について消費者基本計画工程表に記載するに当たり、平成30年度は新たに4窓口について記載するよう促した。			平成30年度	—
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	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。	
平成28年度	平成29年度	平成30年度				
		[2.0]	[1.9]	[1.8]		
測定指標	21 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30年10月から同年11月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、消費生活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。			平成30年度	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	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	0回	1回		
平成28年度	平成29年度	平成30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)	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。
評価結果	<p>施策の分析</p> <p>(実績値が減少等した測定指標)</p> <p>測定指標11について、参加者の理解度は昨年度より微減しているが、意見交換会参加者の理解度は、引き続き高水準を維持していることから、目標達成とした。</p> <p>測定指標13について、指標設定の妥当性について指摘があったため、今年度の評価は保留とする。</p> <p>測定指標14について、食品ロスを認知して削減に取り組む消費者の割合が、昨年度(71.8%)より僅かに減少し、71.0%であったが、食品ロス問題をよく知っている人の割合が増加(平成29年度:16.9%⇒平成30年度:19.3%)していることから目標達成とした。</p> <p>測定指標15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1/4程度まで減少していることを確認しており、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。</p> <p>測定指標16について、ギャンブル等に関する消費生活相談の件数は平成28年度から減少傾向にあり、啓発用資料の作成やメールマガジンの配信等周知を図る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。具体的には平成30年3月に作成した消費者向けの注意喚起・普及啓発用資料及び多重債務相談窓口等における対応マニュアルについて、ギャンブル等依存症対策基本法の施行を踏まえた内容の更新等を行った。また、国民生活センターにおいて消費生活相談員等を対象とした研修を5回実施した。</p> <p>測定指標20について、指標設定の妥当性について指摘があったため、今年度の評価は保留とする。</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・立案経費に関しては、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・対応経費に関しては、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関しては、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関し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> <p>達成手段(5)消費者行政新未来創造調査等経費に関してはシェアリングエコノミーに関する実証実験を行ったが、消費者庁行政事業レビュー公開プロセスでの指摘を踏まえ、全国レベルの消費者行政の基礎となり得る調査検討体制構築に向けて事業全体を抜本的に見直す必要がある。</p>	
	<p>次期目標等への反映の方向性</p> <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、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】</p> <p>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。</p> <p>測定指標14「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>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事前に設定した測定指標を厳格に評価すべきであり、指標外の代替の成果をもって「目標達成」と評価することは適切ではない。目標に達していない指標については、原因分析を行い、改善策を講じることが重要である。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、今後、原因分析を行い、必要に応じ施策の改善を検討する。 ・主要な課題に対して測定指標を設定することで、重点化を図るべきである。また、全体的にアウトプット指標が多いことから、政策効果を測ることができるアウトカム指標の設定を検討すべきである。(令和元年8月9日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2を示すことが、消費者政策上どのような意味合いを持つのか、より分かりやすく記載すべきである。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →特定商取引法に規定されている一定の類型が適用除外されている法令の数を定期的に把握するとともに、測定指標3と一体的に活用することで、その運用状況の「見える化」を図ることが可能となっているという意義が存在すると考えているが、指摘があったことを踏まえ、次期事前分析表作成の際に取扱いを検討したい。 ・測定指標4については通知件数及び提供件数の別を、測定指標5については注意喚起件数、勧告件数及び命令件数の別を、より明瞭に記載すべきである。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →指摘に基づき、測定指標4については通知件数及び提供件数を併記し、測定指標5については内数となっていた勧告の件数が分かるように記載を改めた。 ・測定指標13については、実績値の低さや前年度と比べても減少していることに鑑みれば、目標達成と評価すべきでない。今後、数値目標についても検討すべきである。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえて記載を修正。 ・測定指標17については、そもそもの施策の目的を明確にすべきである。(令和元年8月9日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。 ・測定指標20について、1相談体制当たりの受付手段の数が2以下となるのは実態と合っているのか。電話及び対面での対応だけでも、少なくとも2以上にはなるのではないか。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえて記載を修正。
------------------------	---

<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 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/pdf/basic_plan_180723_0001.pdf ・平成30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 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/release/2019/pdf/release_2019_190520_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>令和元年8月</p>
--------------	---------------	---------------	--------------------------	-----------------	---------------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-②)

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とともに、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 公益通報者保護法(平成16年法律第122号)について、法の周知・啓発を引き続き推進し、事業者や行政機関における公益通報窓口の整備等を促進するとともに、公益通報者保護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消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(平成25年法律第96号。以下「消費者裁判手続特例法」という。)の適切かつ実効的な運用を行う。 ②適格消費者団体及び特定適格消費者団体の認定・監督、支援を実施する。</p>																																		
<p>達成すべき目標</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>施策の予算額・執行額等</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">区分</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">予算の 状況 (百万 円)</td> <td>当初予算(a)</td> <td>68</td> <td>100</td> <td>147</td> <td rowspan="4">141</td> </tr> <tr> <td>補正予算(b)</td> <td>-0</td> <td>-0</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>繰越し等(c)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>合計(a+b+c)</td> <td>68</td> <td>100</td> <td>147</td> </tr> <tr> <td colspan="2">執行額(百万円)</td> <td>63</td> <td>77</td> <td>118</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	区分		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	68	100	147	141	補正予算(b)	-0	-0	0	繰越し等(c)	-	-	-	合計(a+b+c)	68	100	147	執行額(百万円)		63	77	118					
区分		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度																														
予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	68	100	147	141																														
	補正予算(b)	-0	-0	0																															
	繰越し等(c)	-	-	-																															
	合計(a+b+c)	68	100	147																															
執行額(百万円)		63	77	118																															
<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30年7月22日改定)施策番号3(1)④、4(3)③、5(1)① ○骨太の方針2018(平成30年6月15日閣議決定)「消費者の安全・安心を確保するため、…内部通報制度に係る認証制度の導入による事業者のガバナンスの強化…を進める」 ○施政方針演説(平成31年1月28日)「…公益通報者保護に向けた取組を強化し、誰もが働きやすい職場づくりを進めてまいります。」</p>																																		

測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
<p>1 消費者契約法の認知度</p>	<p>平成30年6月に成立した改正消費者契約法について、計7回の説明会を実施したほか、消費者契約法の概要を記載した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2.7万部配布した。</p>			<p>平成30年度</p> <p>説明会の実施や広報資料の配布等によって、消費者契約法についての周知・啓発活動を実施する。</p>	<p>○</p>
	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	平成30年度		
	55.3%	68.9%	—		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
2 大企業労働者及び中小企業労働者における公益通報者保護法の認知度(大企業労働者:令和2年度までに60%、中小企業労働者:令和2年度までに50%)	民間事業者向けの説明会を計3回実施したほか、公益通報ハンドブックをウェブサイトに掲載するとともに1,100部配布した。			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。	○
	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	平成30年度		
	大企業46% 中小企業43%	—	—		
3 市区町村及び中小企業の通報窓口の設置率(市区町村:令和2年度までに70%、中小企業:令和2年度までに50%)	「消費者行政新未来創造オフィス」と徳島県が連携して徳島県庁内に県内市町村共通の外部通報受付窓口を整備するとともに、全国の地方公共団体の通報窓口を整備する観点から、地方公共団体職員を対象とした研修会を計9回実施した。また、同オフィスと同県の働き掛けにより、3事業者団体内に共通の通報窓口が整備された。			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、先進的な取組を実施し、その効果を検証・分析した上で、これを踏まえた全国展開を図っていく。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	市区町村: 52.1%	市区町村: 52.4%	市区町村: 52.1%		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	市区町村: 52.4% 中小企業: 40.2%	市区町村: 55.1%	—		
4 民間事業者向けガイドラインの主要項目への準拠状況(令和2年度までに50%)	「消費者行政新未来創造オフィス」と徳島県が連携して、民間事業者の通報窓口を整備する観点から、民間事業者向け通報対応マニュアルを作成した。				○
	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	平成30年度		
	39.9%	—	—		
5 内部通報制度に関する認証取得事業者数(令和2年度3月末までに300社) ※自己適合宣言登録制度含む。	平成29年度中の認証制度導入検討会を経て、平成30年12月に公益社団法人商事法務研究会を指定登録機関として指定し、平成31年2月から自己適合宣言登録制度※の運用を開始した。 ※事業者が自らの内部通報制度を評価して、認証基準に適合している場合に当該事業者からの申請に基づき指定登録機関がその内容を確認した結果を登録し、所定のマークを許諾する制度			事業者の認証取得の促進支援を行う。	—
	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	平成30年度		
	—	—	0件		

		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					平成30年度	
測定指標	6 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 (消費者団体訴訟制度:令和2年度までに40%、適格消費者団体:令和2年度までに30%)	消費者団体訴訟制度についての説明会を計2回実施したほか、同制度を紹介するパンフレットを3.2万部作成・配布し、動画を制作、SNS(YouTube)で公開した。			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。	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		—	団体訴訟制度28.6% 適格団体6.0%	—		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		特定適格団体6.7%	団体訴訟制度13.9% 適格団体8.2% 特定適格団体6.3%	—		
測定指標	7 適格消費者団体による差止請求訴訟件数(年5件) ※事業者単位	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		適格消費者団体として新たに2団体を認定したほか、4団体について認定期間を更新した。			平成30年度	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	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、消費者団体訴訟制度の適切な運用に資する。	○
5件	0件	7件				
平成28年度	平成29年度	平成30年度				
		6件	7件	12件		
測定指標	8 特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟件数(年2件) ※事業者単位	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		特定適格消費者団体として新たに1団体を認定した。			平成30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	平成30年度				
		—	0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)	相当程度進展あり			
		(判断根拠)	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。			
	施策の分析	<p>本施策は、消費者政策を実施する上で不可欠のものであり、それを構成する3つの分野(消費者契約法、公益通報者保護制度、消費者団体訴訟制度)とも重要である。</p> <p>達成手段である予算事業「消費生活に関する制度の企画・立案・推進経費」では、消費者契約法や消費者団体訴訟制度の周知・広報を行ってきており、その結果、適格消費者団体による差止訴訟件数が増加するなど、一定の成果が上がっている。更に成果を上げるためには、適格消費者団体の活動に係る制度の見直しや、能力強化に向けた検討が必要である。</p> <p>達成手段である予算事業「公益通報者保護の推進に必要な経費」では、公益通報者保護制度の周知・広報や、事業者の内部通報対応への取組のインセンティブ制度設計の検討を行ってきた結果、平成31年2月から「内部通報認証制度」の運用を開始するなど、一定の成果を上げてきた。更に成果を上げるためには、公益通報者保護法の改正に向けた検討を加速する必要がある。</p>				
次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】 施策及び目標は妥当なものであり、次期も同様のものとする。</p> <p>【測定指標】 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>					

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「達成すべき目標」欄の1②に対応する指標は測定指標1と思われるが、1①に対応する指標が設定されていない。2①は測定指標2～5が対応すると思うが、2②(消費者委員会での議論の具体化の取組)に対応する指標がない。目標と指標の対応について、見直していくべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、今後、次期の測定指標を検討する。 ・測定指標1、2及び4について、測定指標に関する実績値が示せていない中で目標達成とした根拠を示すべき。特に、測定指標2及び4に関しては、平成29年度も30年度も測定指標に関する調査を行っていないとのことだが、フォローアップができるよう継続的な調査が必要なのではないか。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、今後、次期の測定指標を検討する。 ・測定指標3及び4について、「施策の進捗状況」にはマニュアルの作成(測定指標4)など徳島県での事業が中心に記載されているが、徳島県で事業を行うことに固執せずに事業を進めるべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →指摘のとおり、測定指標3及び4の達成すべき目標は、全国の地方公共団体及び民間事業者の公益通報者保護制度の推進であり、マニュアルの作成(測定指標4)もその目標達成のための施策であるため、測定指標3及び4の「施策の進捗状況」欄はその旨が明確になるように修正した。 ・測定指標5について、件数という指標を設定している以上、実績が0件で達成(○)としているのは不適切ではないか。また、自己宣言の制度だけでは、目標として不十分ではないか。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、測定指標5の「達成」欄を「－」に修正した。 ・測定指標7及び8は、適格消費者団体等が行う訴訟提起件数が政策効果を測る指標として適切かどうか検討する必要があるのではないか。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →消費者団体訴訟制度は適格消費者団体及び特定適格消費者団体を主体とする制度であるため、定量的な測定指標を設けたとしても他律的な側面を有するものにならざるを得ない。このため、成果として本来の目的(消費者被害の防止や救済)により近く、かつ、客観的に測定可能な指標として、差止請求訴訟件数及び共有義務確認訴訟件数を選択した。
------------------------	--

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<p>【測定指標1】消費者庁「平成28年度・29年度消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</p> <p>【測定指標2】消費者庁「平成28年度労働者における公益通報者保護制度に関する意識等のインターネット調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/research/investigation/pdf/chosa_kenkyu_chosa_170104_0003.pdf</p> <p>【測定指標3】消費者庁「平成25～29年度行政機関における公益通報者保護法の施行状況調査」、「平成28年度民間事業者における内部通報制度の実態調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/research/investigation/</p> <p>【測定指標4】消費者庁「平成28年度民間事業者における内部通報制度の実態調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/whistleblower_protection_system/research/investigation/pdf/chosa_kenkyu_chosa_170104_0002.pdf</p> <p>【測定指標5】公益社団法人商事法務研究会「内部通報制度認証登録事業者一覧」 https://wcmsmark.secure.force.com/WCMS_operators?common.udd.actions.ActionsUtilORIG_URI=%2Fapex%2FWCMS_operators</p> <p>【測定指標6】消費者庁「平成26年度・28年度・29年度消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</p>
----------------------------------	--

担当部局名	消費者制度課	作成責任者名	消費者制度課長 加納 克利	政策評価実施時期	令和元年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	--------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-③)

施策名	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進																																									
<p>施策の概要</p>	<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」(以下「基本方針」という。)を策定するとともに、同法第19条の規定に基づき設置した「消費者教育推進会議」を開催し、委員相互の情報の交換及び調整を行い、消費者教育を総合的、体系的、効果的に推進する。 消費者教育の基盤整備として、消費者教育関連の教材及び実践事例等に関する情報等を集約して提供している消費者教育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。 「エンカル消費」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を深め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行う。</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。</p>																																									
<p>達成すべき目標</p>	<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>施策の予算額・執行額等</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2"></th> <th>区分</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">予算の状況(百万円)</td> <td>当初予算(a)</td> <td></td> <td>36</td> <td>47</td> <td>50</td> <td rowspan="4">56</td> </tr> <tr> <td>補正予算(b)</td> <td></td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>繰越し等(c)</td> <td></td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>合計(a+b+c)</td> <td></td> <td>36</td> <td>47</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td colspan="2">執行額(百万円)</td> <td></td> <td>31</td> <td>38</td> <td>47</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>								区分	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	予算の状況(百万円)	当初予算(a)		36	47	50	56	補正予算(b)		-	-	-	繰越し等(c)		-	-	-	合計(a+b+c)		36	47	50	執行額(百万円)			31	38	47	
		区分	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度																																				
予算の状況(百万円)	当初予算(a)		36	47	50	56																																				
	補正予算(b)		-	-	-																																					
	繰越し等(c)		-	-	-																																					
	合計(a+b+c)		36	47	50																																					
執行額(百万円)			31	38	47																																					
<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30年7月22日改定)施策番号 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、5(1)⑬、6(1)④、6(1)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) ・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 消費者教育推進会議及び分科会の開催(開催回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					平成30年度		基本方針等を踏まえ、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30年度は、消費者教育推進会議及び特定の議題を審議する分科会を9回開催し、教員の指導力向上のための教員養成及び教員研修における消費者教育の推進についての検討、消費者教育教材の在り方に係る検討、消費者教育コーディネーターの役割の検討等を行った(消費者教育教材の在り方及び消費者教育コーディネーターの役割については引き続き検討中。)					
		平成25年度	平成26年度	平成27年度			
		14	16	6			
		平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	9	10	9				
	2 各都道府県・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状況(括弧書きは、政令指定都市の策定数及び設置数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
					平成30年度		既に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同計画の策定及び同協議会の設置を目指す。
		平成30年度に、消費者教育推進地域協議会が全ての都道府県に設置された。 また、指定都市についても、18の指定都市で消費者教育推進計画が策定され、19の指定都市で消費者教育推進地域協議会が設置された。 平成31年1月の消費者教育推進会議では、消費者教育推進地域協議会の活用について議論を行い、今後「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」において、更なる活用や実効性について検討する予定。					
		消費者教育推進計画の策定数					
		平成25年度	平成26年度	平成27年度			
11(1)		29(5)	30(10)				
平成28年度		平成29年度	平成30年度				
42(14)		47(18)	47(18)				
消費者教育推進地域協議会の設置数							
平成25年度		平成26年度	平成27年度				
18(4)	35(10)	42(13)					
平成28年度	平成29年度	平成30年度					
44(17)	46(18)	47(19)					
3 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。)) ※基本方針に掲げた施策の推進状況については、別項目で示す。	施策の進捗状況(実績)			目標	達成		
				平成30年度		基本方針別紙に掲げた「当面の重点事項」について、対応を検討し、実施する。また、地域を始めとする各主体における取組の状況について把握し、必要に応じ、基本方針の変更を検討・実施する。	
	若年者への消費者教育の推進の観点から、「若年者の消費者教育分科会」を5回開催し、消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育を推進するため「地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会」を2回開催した(引き続き検討中)。また、各分科会の状況については、消費者教育推進会議に諮り意見を聴取した。						
	平成28年度	平成29年度	平成30年度				
		9					

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
4 消費者教育ポータルサイトにおける情報提供の状況 (消費者教育に使用される教材等の整備)	平成30年度の教材掲載数は前年に比して増加した。(※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。) 消費者教育推進会議の下の若年者の消費者教育分科会において、消費者教育ポータルサイトについて、同サイトが抱える課題や在り方について議論を行った(引き続き検討中。)			消費者教育ポータルサイトにおける情報提供と同サイトの周知を行うとともに、今後の情報提供の在り方について検討を行う。	○
	教材の掲載数				
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	950(※)	52	29		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	43	56	98		
5 各都道府県・政令指定都市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)	平成30年度に、消費者教育推進地域協議会が全ての都道府県に設置された。 また、指定都市についても、19の指定都市で消費者教育推進地域協議会が設置された。			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。	○
	消費者教育推進地域協議会の設置数				
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	18(4)	35(10)	42(13)		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	44(17)	46(18)	47(19)		
6 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分科会による検討会を含む。))	若年者への消費者教育の推進の観点から、「若年者の消費者教育分科会」を5回開催した。また、各分科会の状況については、消費者教育推進会議に諮り意見を聴取した(2回)。			(測定指標6・7関係) 学校における消費者教育の推進のため、消費者教育推進会議及び分科会において検討を行う。 「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、全国の高等学校等での実践的な消費者教育を推進し、消費者庁作成教材「社会への扉」等の実践的な消費者教育教材の全国での活用を促す。	○
	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	平成30年度		
	/	/	7		
	/	/	/		
7・17 「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」に基づく消費者庁作成教材「社会への扉」等の実践的な消費者教育教材の配布・活用状況 ※括弧書で消費者行政新未来創造オフィスの取組事例を示す。	平成30年度については、2,144の高等学校等において、「社会への扉」の提供が行われ、活用された。			(測定指標17関係) 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、関係省庁と連携して取組を推進する。	○
	達成				
	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	平成30年度		
	/	116校(56校)	2,144校(56校)		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
8 地域への講師派遣の状況(派遣数)	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24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25年度	平成26年度	平成27年度		
			21回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	14回	21回	24回		
9 都道府県における消費者教育コーディネーターの配置状況(都道府県数)	施策の進捗状況(実績)				達成
	消費者教育コーディネーターは、平成30年度において、19府県で配置されている。				○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			11		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	14	16	19		
10 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
	「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、56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。			平成30年度	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	31件	33件	14件		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	25件	58件	56件	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。	
11 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30年度には、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)に関する情報を16件掲載している。			平成30年度	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	9件	14件	8件		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	17件	19件	16件	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。	

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
12 エシカル・ラボの開催状況(開催回数)	平成30年度については、秋田県(9月)、山口県(10月)及び京都府(3月)において、計3回エシカル・ラボを開催した。			倫理的消費調査研究会の取りまとめを踏まえ、普及のためのイベントとして「エシカル・ラボ」を開催する。 また、エシカル消費の普及のため、「消費者行政新未来創造オフィス」を中心に、先進的な取組事例の収集を行う。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			1回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	1回	2回	3回		
13 エシカル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)			達成	○
	20件の取組事例の収集を行った。				
	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	平成30年度		
	12件	20件			
14 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30年度中に37件追加し、年代別に特化した教材を更に充実させた。			平成30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。			○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	49件	35件	34件		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
32件	45件	37件			
15 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13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3,430部配布し、正確な情報提供を推進した。			平成30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。			○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	2,650部	2,900部	2,570部		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
2,450部	3,800部	3,430部			
16 消費者団体との意見交換回数	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5回実施した。2回目以降、12団体をグループ化し、より詳細に意見交換を行った。			平成30年度	
	消費者団体との意見交換会の開催を推進する。			○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	7回	4回	5回		
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
5回	2回	5回			

		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成30年10月に第14回「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、「消費者安全確保地域協議会」の設置促進を図ることを目的に、地域において積極的な見守り活動を行っている関係団体が発表を行い、情報共有を行った。			平成30年度	○
18 消費生活センター等における障害者の消費生活相談への対応方策の検討状況(高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク連絡協議会の開催回数)	平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費生活センター等における障害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。		
	2回	1回	2回			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	1回	0回	1回			
測定指標		施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		研修回数は2回、参加者数は85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30年度	○
19 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)	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25年度	平成26年度	平成27年度			
	3回	3回	3回			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	3回	3回	2回			
	研修参加者数					
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
	82人	86人	74人			
平成28年度	平成29年度	平成30年度				
73人	97人	85人				
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)	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。				

評価結果	施策の分析	<p>(実数値が減少等している測定指標)</p> <p>各測定指標を個別にみると、前年比で数値が減少しているものも見受けられるものの、以下の理由により、施策全体の総合的な評価については、「目標達成」と判断している。</p> <p>1. 民法の改正による成年年齢の引下げという社会的に重要な制度変更に伴い、令和4年4月の施行を見据えた環境整備として、若年者への消費者教育について一層の充実・強化を図ることが喫緊かつ国としての最重要課題の一つである。特に、関係省庁で連携して策定した「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」では、平成30年度から令和2年度までの3年間を集中強化期間と位置付けている。</p> <p>そのため、平成30年度には、学校における消費者教育の推進を始め、若年者への消費者教育の機会の充実や、教育内容がより実践的なものとなるための支援など(具体的には、全都道府県の消費者行政部局・教育委員会への働き掛けや、教員の指導力向上の方策の検討、教員研修への協力など)に注力した。その結果、目標(※)との関係でも、おおむね順調な成果を上げている(測定指標6、7、8、17関係)。</p> <p>※令和4年度までに、全国の全高等学校等で、実践的な教材を活用した授業を実施することなど</p> <p>2. また、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(平成25年6月28日閣議決定。平成30年3月20日変更。)では、若年者への消費者教育の充実に加え、「消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進」を「当面の重点事項」と位置付けており、これも国として喫緊に取り組むべき課題である。この点については、具体的な議題を機動的に検討する場として、消費者教育推進会議の下に置いた分科会で、平成31年2月から2回議論を行っている(測定指標1の「9」の内数。その他の内訳は、消費者教育推進会議本会議を2回、若年者への教育を議題とする分科会を5回)。平成30年度中の開催状況としては、必要かつ十分なものと評価している。</p> <p>3. なお、その他の測定指標についても、前年比で数値が減少している指標も含め、平成30年度単年度で果たすべき目標との関係では、相当程度の進展があったといえるものと評価しているが、今後の目標の設定や実績の測定方法については、「次期目標等への反映の方向性」に記載のとおり、引き続き検証していく方針である。(特に、消費者教育ポータルサイトを通じた情報提供の在り方については、消費者教育推進会議分科会での議論と取りまとめを踏まえ、具体的な改修の方向性の検討に着手しているところである。)</p>			
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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】</p> <p>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>			
学識経験を有する者の知見の活用	<p>・測定指標10について、活用件数の持つ意味合いが不明確であり、指標として十分であるのかはよく検討すべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会)</p> <p>→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。</p> <p>・全体的に、会議の開催件数等は政策効果を測る指標としては十分でない。測定指標16についても、意見交換会の開催を通じて何を心得、それが行政上どのように役立ったのかを示すべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会)</p> <p>→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とともに、施策の進捗度合いの評価に当たっては、審議会や意見交換会における議論をいかに消費者行政の推進に反映したかを勘案することとする。</p> <p>・令和4年度の成年年齢引下げ実施を見据えて、若年者への消費者教育を集中的・重点的に実施することが現在の非常に大きな課題となっているため、現在設定されている個別の測定指標について一つずつ達成・未達成を評価するのではなく、若年者への消費者教育の効果・進捗状況を総合的にみる必要があるのではないかと。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会)</p> <p>・測定指標ごとの優先度、重要度を総合的に勘案した上で、評価結果に反映させるべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会)</p> <p>→指摘を踏まえ、「施策の分析」欄における記述を修正した。</p>				
政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	<p>・消費者教育推進会議 https://www.test.caa.go.jp/policies/council/cepc/</p> <p>・消費者教育ポータルサイト https://www.kportal.caa.go.jp/index.php</p>				
担当部局名	消費者教育推進課	作成責任者名	消費者教育推進課長 宮原 真太郎	政策評価実施時期	令和元年8月

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-④)

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、一般的に検討を行う。</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28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	予算の状況(百万円)	当初予算(a)	3,652	3,648	3,049	2,742
		補正予算(b)	2,000	1,200	1,150	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	5,652	4,848	4,199	
執行額(百万円)		5,061	5,156	3,140		
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>○消費者基本計画工程表(平成27年3月24日消費者政策会議決定、平成30年7月22日改定) 施策番号5(3)②、6(1)⑧、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都道府県消費生活センター数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		地方消費者行政強化交付金の活用等により、都道府県及び政令指定都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(地方消費者行政の現況調査によって得られた平成30年4月1日時点の状況を記載)。			平成30年度	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	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や改正入管法に基づく新たな外国人材受入れにより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。	
				23		
測定指標	2 障害者に配慮した消費生活センター数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		地方消費者行政強化交付金の活用等により、都道府県及び政令指定都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いて、障害者に配慮した取組を充実させ、障害者の消費者被害の未然防止、拡大防止、救済に努めた(地方消費者行政の現況調査によって得られた平成30年4月1日時点の状況を記載)。			平成30年度	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	障害者に配慮した消費生活センター等を充実させ、障害者の消費者被害の未然防止、拡大防止、救済を図る。	
				1,229		

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
				細目標		
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) (令和元年度末までに 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)。			どこに住ん でていても質の 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 費者行政強 化交付金の 交付額の算 定に反映させ るというイン センティブを 地方公共団 体に対して付 与するととも に、同 交付金の活 用を働き掛 けるなどして 、地方公共 団体の取組 を、財政面 を中心に支 援すること とする。	×	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
		21.3%	25.5%			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	31.9%	42.6%	44.7%			
(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数は35 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 政強化交付 金等を活用 し、消費生活 センターの設 立等の支援 を行う。	○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
		24	26			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	25	31	35			
(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3関連)	都道府県と市町村の相談担当率 の平成30年度の全国平均は73.4% 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)。				○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
			70.4%			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	70.9%	72.0%	73.4%			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標		達成
				細目標		
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 (令和元年度までに 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25年度	平成26年度	平成27年度			
		76.6%	80.9%			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	83.0%	87.2%	91.5%			
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%以上に引上 げを達成している都道府 県の割合 (令和元年度までに 100%)	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25年度	平成26年度	平成27年度			
		48.9%	51.1%			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	46.8%	51.1%	55.3%			
(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	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数は46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25年度	平成26年度	平成27年度			
		37	37			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	41	43	46			
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%に引上げ (各年度)を達成している 都道府県の割合 (令和元年度までに 100%)	消費生活相談員の研修参加率については、80%未満も2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25年度	平成26年度	平成27年度			
		8.5%	10.6%			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	19.1%	19.1%	23.4%			

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、地方消費者行政強化交付金等を活用し、消費生活相談員の養成、レベルアップに向けた支援を行う。

同上

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標		達成	
				細目標			
(参考指標4)全国の消費生活相談員の研修参加率(測定指標6関連)	消費生活相談員の研修参加率については、80%以上の都道府県数は45あることから、引き続き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)。			同上	同上	○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度				
			76.6%				89.4%
	平成28年度	平成29年度	平成30年度				
	89.4%	87.2%	95.7%				
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(令和元年度までに100%)	適格消費者団体が存在しないブロックは、全て解消された。			消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政強化交付金等を活用し、適格消費者団体等の支援を行う。	同上	○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度				
			66.7%				66.7%
	平成28年度	平成29年度	平成30年度				
	66.7%	88.9%	100.0%				
8「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)(令和2年度までに100%)	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30年度末までに98市町となっている(平成31年3月31日時点の状況を記載)。また、平成30年9月及び平成31年3月には、「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)」設置事例集 in 徳島を公表、今後各地方公共団体での活用が期待される。			消費者問題解決力の高い地域社会作りのため、地方消費者行政強化交付金等を活用し、消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者等の被害を防止のための「地域の見守りネットワーク」の構築を支援する。	同上	×	
	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	平成30年度				
	3.8%	9.3%	18.0%				
9 都道府県等消費者行政担当課長会議の開催	平成30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30年度		○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	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。			
	1回	1回	1回				
	平成28年度	平成29年度	平成30年度				
	1回	1回	1回				
1回	1回	1回					

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
10 消費者行政ブロック会議の開催(回数)	平成30年10月から11月にかけて、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回ずつ開催した。			同上	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	6回	6回	6回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	6回	6回	6回		
11 都道府県知事等の幹部及び消費者行政担当職員、消費生活相談員との意見交換(「キャラバン隊」)の開催(回数)	平成31年1月から3月にかけて地方消費者行政の充実・強化を図るため、47都道府県を訪問し知事や副知事等と意見交換会を行った。各都道府県の消費者行政の充実に向けた更なる取組について依頼をするとともに、今後の課題等についても意見交換を行った。			同上	○
	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	平成30年度		
			47		
12 執行専門研修の開催(参加人数)	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30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30年度	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	525人	463人	456人		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	437人	482人	430人		
(参考指標5)都道府県別法執行の実施状況	施策の進捗状況(実績)			引き続き、執行専門研修の開催により地方公共団体の担当職員の一層の専門性の向上を図り、もって地方公共団体の人材強化に寄与するとともに消費者行政ブロック会議等の開催により情報共有を行い、国と都道府県との連携に資するよう支援を行う。	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25年度	平成26年度	平成27年度		
	547件	547件	965件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
1,274件	1,254件	1,282件			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
13 消費者ホットラインの運営(入電件数)	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>消費者庁ウェブサイトへの掲載、啓発チラシ・ポスターの作成及び地方公共団体への配布、各種会議や、沖縄国際映画祭、北海道みんわら花月特別興行、京都国際映画祭等のイベントを通じた周知を行った。</p> <p>平成30年度の利用件数は前年度より約8万件増加した。</p>			<p>引き続き、消費者ホットラインの活用状況を踏まえつつ、一元的な電話番号で消費者からの情報・相談を受け付ける体制の整備を、消費者の利便に資する形で実施する。3桁化で、消費者ホットラインが更に覚えやすく活用しやすくなったことを地方公共団体の担当職員が出席する会議等で説明するとともに、消費者センターのチラシ等の媒体への掲載協力を求めるなどによって周知を図り、利用促進を進める。</p> <p>また、3桁化による利便性の向上に伴う消費者ホットラインの利用増加に対応できるよう土日祝日や消費生活センター等の一時的な閉所日(施設の設備点検等)における接続先の適切な設定等を行う。</p>	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	308,519件	344,000件	688,437件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	812,207件	758,971件	837,401件		
14 消費者ホットライン188の認知度	<p>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。</p> <p>平成30年7月には、イメージキャラクター「イヤヤン」を発表。</p> <p>消費者庁ウェブサイトへの掲載、啓発チラシ・ポスターの作成及び地方公共団体への配布、各種会議や、沖縄国際映画祭、北海道みんわら花月特別興行、京都国際映画祭等のイベントを通じて周知を行った。</p> <p>平成30年度の認知度は前年度より2.6%増加した。</p>			<p>また、3桁化による利便性の向上に伴う消費者ホットラインの利用増加に対応できるよう土日祝日や消費生活センター等の一時的な閉所日(施設の設備点検等)における接続先の適切な設定等を行う。</p>	○
	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	平成30年度		
	4.9%	6.6%	9.2%		
15 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)	<p>国民生活センターと連携しながら、PIO-NET2015を運用し、行政機関におけるPIO-NETの利用箇所数を拡大した。また、国民生活センターにおいて、消費生活相談員や行政職員等の利用者を対象に、PIO-NETの操作方法やデータ活用に関する研修を実施し、PIO-NET情報の利用拡大を推進した。</p>			<p>国民生活センターと連携して、PIO-NET2015を適切に運用することに加え、次期PIO-NETの刷新に向けた取組を進める。また、国の行政機関等による利用を推進するとともに、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。</p>	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	1,099	1,095	1,096		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	1,162	1,221	1,252		

	測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
					平成30年度	
	16 次期PIO-NET刷新に向けた検討会開催数	国民生活センターに設置された「PIO-NET刷新検討会」において、次期システムに付加すべき機能等について検討を行い、平成30年9月に報告書を取りまとめた。			同上	○
		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	平成30年度		
				5		
	17 地方公共団体への消費生活相談情報の共有回数	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)。			同上	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
				1,671		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		1,598	1,472	1,445		
評価結果	目標達成度合いの測定結果	(各行政機関共通区分)	相当程度進展あり			
		(判断根拠)	<p>測定指標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。</p> <p>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。</p> <p>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>			
	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について、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12について、研修参加人数は都道府県の人事異動者数等により、年度ごとにある程度の増減が生じるものと捉えている。一方で、法執行件数は増加していることから、本研修が人材育成に寄与し、執行力の強化が図られていることが認められる。</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)「地方消費者行政強化交付金」等については、測定指標1から8までのとおり、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>				

<p>次期目標等への 反映の方向性</p>	<p>【施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 <ul style="list-style-type: none"> 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)。 <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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>【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、令和元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>	<ul style="list-style-type: none"> ・測定指標2について、消費者行政固有の対応ではなく、行政サービス全般に当てはまる対応だと思われるところ、あえて政策評価の指標として取り上げるべきなのか。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →指摘のとおり、消費者行政固有の対応ではないが、障害者は消費者被害に遭いやすいという特徴を有しており、消費生活相談の現場において障害者が相談しやすい体制を整備することは重要な課題であることから、その取組状況を可視化するため現状のまま記載することとしたい。 ・測定指標3について、消費生活センターの設置率を指標としているが、全国一律にセンター設置を促すよりも、小規模市町村においては、広域連携で代替するなど、より柔軟な相談対応の方策を検討すべきではないか。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →消費者がどこに住んでいても質の高い相談・救済が受けられるためには、最も身近な基礎自治体でサービスの提供が行われることが望ましいが、小規模地方公共団体においては、財政規模や行政効率など地域の事情を勘案し、広域連携を活用した消費生活センターの設置を促進している。 ・測定指標6について、最低限の研修にはどの消費生活相談窓口も相談員を派遣できるよう、相談窓口の体制を充実させる必要があるのではないかと。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →相談員の確保等、相談窓口の体制を安定的に稼働させることは喫緊の課題である。今後も地方公共団体に対して消費生活相談体制の充実・強化に向けた働き掛けを実施するとともに、国からの支援策も検討する。 ・測定指標3及び6について、地方消費者行政強化作戦に沿って目標値を達成した都道府県の割合を指標としているが、政策評価の指標としては分かりづらい。全体の平均から算出した割合を指標とすべきではないか。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →地方消費者行政の現状については、地方消費者行政強化作戦の趣旨を踏まえて、その進捗状況に基づき評価を行うことが多いことから、政策評価書においても地方消費者行政強化作戦の目標を測定指標としたい。一方で、全国の動きを分かりやすく表現するための参考指標として、全国の平均値の動きを示すこととしたい。 ・測定指標13について、ただ入電件数が増えたという事実だけでなく、その集まった情報をどのように活用したのかという点を成果として示せるようにすべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →消費者ホットライン経由で寄せられた相談についても、PIO-NETを通じて情報を収集し、その内容を分析の上、消費者への注意喚起などに活用しているところではあるが、「消費者ホットラインの入電のうち何件が消費生活相談につながったか」などのようなデータは抽出が難しい。他方、消費者ホットラインの認知度は依然として低く、消費者に向けて引き続き周知を行う必要があることから、消費者ホットラインの認知度を測定する指標の一つとして、入電件数については、現状のまま指標として使用したい。 ・測定指標14について、9.2パーセントで「目標達成」という評価には一見すると疑問を感じるため、目指す数値目標をある程度明確にしておくべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、来年度以降の事業の実施の際には、具体的な数値目標を設定することを検討したい。 ・地方消費者行政強化作戦に関しては、目標未達成の部分については、未達の要因を分析し、施策の進め方又は目標自体の見直しが必要。特に、中小規模の地方公共団体の底上げが課題と思われるところ、「国が取り組むべき重要な消費者行政を推進するため」の交付金が中小規模の地方公共団体のニーズに沿っているかどうかを政策評価において考慮すべき点ではないか。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →地方消費者行政強化作戦の未達目標の要因や推進方策については、今後検討を進めていく。また、地方公共団体からのニーズに合致しているか否かという観点も含め、交付金の活用状況等についての評価方法については今後検討したい。
------------------------	---

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地方消費者行政強化作戦(平成27年3月) https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/tihou_kyok_a_1.pdf ・「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況(平成30年10月時点) https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_consumer_administration_181017_0001.pdf ・平成30年度地方消費者行政の現況調査(平成30年10月) https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/status_investigation/2018/pdf/status_investigation_2018_181026_0001.pdf
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>地方協力課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>地方協力課長 太田 哲生</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和元年8月</p>
--------------	--------------	---------------	-------------------------	-----------------	---------------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-⑤)

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28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	58	63	67	91
		補正予算(b)	-0	-0	-0	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	58	63	67	
執行額(百万円)		41	45	50		
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30年7月22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25年度	平成26年度	平成27年度	平成30年度	○
		-	-	-	物価モニター調査の追加項目において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を調査する。 また、必要に応じて、電力及びガスの小売全面自由化に関する消費者保護のための情報提供を行う。	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		2回	4回	3回		
測定指標	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	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		公共料金等の改定については、プライスカップ方式によるNTT東西の基準料金指数の設定について、平成30年6月に物価問題に関する関係閣僚会議を持回り開催し、了承を得た。その過程において、消費者委員会から意見を聴取することで、消費者参画の機会の確保を図った。また、経済産業省による電気経過措置料金解除に関する検討を受けて、消費者の利益の擁護及び増進等の観点から留意すべき事項について検討するため、平成30年10月に消費者委員会へ付議し、消費者委員会意見を踏まえ、同年12月に経済産業省に対し、経過措置料金解除の判断等に関する意見を述べ、慎重に検討を行うよう要請した。			平成30年度	○
		消費者委員会と連携して、公共料金の決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金適正性の確保に向けた課題の検討、及び値上げされた電気料金のフォローアップに資する材料を整理する。				

測定指標	3 物価モニター調査実施回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成30年度	○
		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)	12回(各月1回)	物価モニター調査及び公共料金に関する調査を行い、ウェブサイトを通じた消費者への情報提供を行う。	
		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	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		○
		36,834回	127,882回	181,920回		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		178,838回	194,478回	263,913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)	目標達成			
		(判断根拠)	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。			
	施策の分析	<p>(実績値が減少している測定指標) 測定指標1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28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。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 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3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、プライスキップ方式によるNTT東西の基準料金指数の設定について、平成30年6月に物価問題に関する関係関係会議を持回り開催し、了承を得て、その過程において、消費者委員会から意見を聴取することで、消費者参画の機会の確保を図った。 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	<p>【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。</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>				

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・本施策(物価対策の推進)において達成すべき目標は「物価の安定」とするのが適切なのか。時代に即した目標を設定すべきではないか。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、今後検討していく。 ・測定指標3について、実施回数のみで評価するのではなく、政策効果を測る上では、調査により得られた情報がどのように活用されているかを捉える必要があるのではないか。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →測定指標4において、物価モニター掲載ページのアクセス数から、一定の活用状況を捉えることができていると考えている。 ・測定指標3及び4関連の物価モニター調査については、現在もモニター方式が最適な調査方式であるのか検討が必要ではないか。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、今後検討していく。
------------------------	--

<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」 https://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」 https://www.cao.go.jp/consumer/kabusoshiki/kokyoryokin/index.html</p>
----------------------------------	--

<p>担当部局名</p>	<p>参事官(調査・物価等担当)</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>参事官(調査・物価等担当) 大森 崇利</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和元年8月</p>
--------------	----------------------	---------------	--------------------------------	-----------------	---------------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-⑥)

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28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	75	94	99	91
		補正予算(b)	-0	-0	-1	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	75	94	98	
執行額(百万円)		54	62	77		
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30年7月22日改定)施策番号4(1)①、4(1)②、4(1)③、4(3)②					

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30年6月12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30年度	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費者基本法に基づき、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	約4,500部		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
約4,500部	約4,700部	約4,800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30年6月12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30年度	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	消費者安全法に基づき、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(消費者基本法の規定に基づく国会報告と合冊)。	
	約4,200部	約4,700部	約4,500部		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
約4,500部	約4,700部	約4,800部			

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
3 消費者意識基本調査 掲載ページアクセス数	<p>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。</p> <p>※消費者庁におけるウェブサイトアクセス数の集計方式が平成30年8月に変更されているため、平成29年度以前との単純比較はできない。</p>			<p>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。</p>	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	-	-	62,654件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	79,261件	74,423件	78,590件		
4 消費者白書掲載ページアクセス数	<p>平成30年版消費者白書は「子どもの事故防止に向けて」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。</p> <p>※消費者庁におけるウェブサイトアクセス数の集計方式が平成30年8月に変更されているため、平成29年度以前との単純比較はできない。</p>			<p>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。</p>	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	-	1,335,247件	1,807,485件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	2,730,332件	2,953,463件	4,879,673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	<p>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。</p>			<p>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。</p>	○
	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	平成30年度		
	7回	21回	21回		

		施策の進捗状況(実績)	目標	達成												
6 研究成果物等掲載ページへのアクセス数		<p>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」、「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」及び「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査」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。</p> <p>※消費者庁におけるウェブサイトアクセス数の集計方式が平成30年8月に変更されているため、平成29年度との単純比較はできない。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> </tr> <tr> <td>-</td> <td>77,715件</td> <td>233,272件</td> </tr> </tbody> </table>	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	平成30年度	-	77,715件	233,272件	<p>平成30年度</p> <p>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。</p>	○
			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	平成30年度											
			-	77,715件	233,272件											
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> <table border="1"> <thead> <tr> <th>平成25年度</th> <th>平成26年度</th> <th>平成27年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> </tr> <tr> <td>43事業者</td> <td>78事業者</td> <td>101事業者</td> </tr> </tbody> </table>	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	平成30年度	43事業者	78事業者	101事業者	<p>平成30年度</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25年度	平成26年度	平成27年度											
			-	-	-											
			平成28年度	平成29年度	平成30年度											
			43事業者	78事業者	101事業者											
(各行政機関共通区分)	目標達成															
目標達成度合いの測定結果	(判断根拠)	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。														

評価結果	<p>施策の分析</p> <p>(達成手段の有効性、効率性) 達成手段(1)「消費者政策の推進に関する調査・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30年6月12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、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・啓発を行った。 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」、「若者の消費者被害の心理的要因からの分析」及び「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査」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。</p>
	<p>次期目標等への反映の方向性</p> <p>【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。</p>

学識経験を有する者の知見の活用	<p>・測定指標7について、昨年度の測定指標(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)とは異なり、消費者志向自主宣言事業者数を指標としたことは適切である。同時に、例えば自主宣言の制度が事業者に悪用されることがないよう、自主宣言に対する信頼性確保の方策を検討し、施策の一部として評価対象に加える必要がある。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →今後、信頼性確保に向けた客観的な評価指標の開発の可否等を検討していく予定。</p> <p>・測定指標7関連の消費者志向経営については、事業者に求められる資質や制度の在るべき姿を消費者庁が示していく必要があるのではないか。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ、今後検討していく。</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、2、4】 消費者庁「消費者白書」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/</p> <p>【測定指標3】 消費者庁「消費者意識基本調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/</p> <p>【測定指標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」 https://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」 https://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」 https://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」 https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/</p> <p>消費者庁「過疎地域等の消費活動特性等に関する調査・分析」 https://www.caa.go.jp/future/project/project_012/</p> <p>【測定指標7】 消費者庁「消費者志向経営推進組織の活動」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/propulsion_organization/</p>
---------------------------	---

担当部局名	参事官(調査・物価等担当)	作成責任者名	参事官(調査・物価等担当) 大森 崇利	政策評価実施時期	令和元年8月
-------	---------------	--------	------------------------	----------	--------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-⑦)

<p>施策名</p>	<p>消費者の安全確保のための施策の推進</p>																																					
<p>施策の概要</p>	<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。 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。 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。 食品を始めとした消費者安全に関し、時宜に適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。 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>																																					
<p>達成すべき目標</p>	<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。 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。</p>																																					
<p>施策の予算額・執行額等</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">区分</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">予算の状況 (百万円)</td> <td>当初予算(a)</td> <td>222</td> <td>225</td> <td>256</td> <td>251</td> </tr> <tr> <td>補正予算(b)</td> <td>-0</td> <td>-0</td> <td>-0</td> <td></td> </tr> <tr> <td>繰越し等(c)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>合計(a+b+c)</td> <td>222</td> <td>225</td> <td>256</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="2">執行額(百万円)</td> <td>170</td> <td>200</td> <td>221</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>					区分		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	222	225	256	251	補正予算(b)	-0	-0	-0		繰越し等(c)	-	-	-		合計(a+b+c)	222	225	256		執行額(百万円)		170	200	221	
区分		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度																																	
予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	222	225	256	251																																	
	補正予算(b)	-0	-0	-0																																		
	繰越し等(c)	-	-	-																																		
	合計(a+b+c)	222	225	256																																		
執行額(百万円)		170	200	221																																		
<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30年7月22日改定)施策番号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</p>																																					

<p>測定指標</p>	<p>1 まつ毛エクステンションに係る被害件数</p>	<p>施策の進捗状況(実績)</p>			<p>目標</p>	<p>達成</p>
		<p>まつ毛エクステンションによる危害を防止するため、事故情報の収集に努めるとともに、事故情報の内容を分析し、注意喚起の必要性等について検討を行った。</p>			<p>平成30年度</p>	<p>○</p>
		<p>平成25年度</p>	<p>平成26年度</p>	<p>平成27年度</p>	<p>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。</p>	
		<p>△</p>	<p>△</p>	<p>92件</p>		
		<p>平成28年度</p>	<p>平成29年度</p>	<p>平成30年度</p>		
<p>111件</p>	<p>101件</p>	<p>48件</p>				

測定指標	施策の進捗状況(実績)	目標			達成
		平成30年度			
2 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	「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」を開催した(平成31年3月)。	平成25年度	平成26年度	平成27年度	○
				<p>子ども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、子ども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。</p> <p>加えて、消費者向けの啓発活動として、子どもを事故から守る！Twitter、子ども安全メールによる情報発信を行うほか、「子どもの事故防止週間」を実施し、関係府省庁の連携による事故防止の集中的な広報活動を行う。</p>	
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	3回	2回	1回		
(参考指標)	関係府省庁の子供の事故防止の取組に関する取りまとめ回数	関係府省庁の連携のため、子どもの事故防止に関する周知・啓発活動を4半期ごとに取りまとめた(平成30年度:4回)。			
3 (1)子どもを事故から守る！Twitterによる情報発信回数 (2)子ども安全メールの情報発信回数	施策の進捗状況(実績)	目標			達成
	(1)「子どもを事故から守る！Twitter」による情報発信を行った。 (2)子ども安全メールによる情報発信を行った。	平成30年度			
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	
		(1) - (2)51回	(1) - (2)51回	(1) - (2)53回	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	
	(1) - (2)51回	(1)117回 (2)62回	(1)122回 (2)50回		
4 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公表を行った(原則週1回)。 平成29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30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に依頼した。	平成30年度			
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	
		50回	50回	49回	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	
	49回	50回	50回		
4 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	施策の進捗状況(実績)	目標			達成
	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、定期的に公表を行った(原則週2回)。 平成29年度の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30年6月)。 平成29年度に報告のあった重大製品事故の一覧を公表した(平成30年6月)。	平成30年度			
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	
		104回	114回	112回	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	
	106回	107回	102回		

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
				平成30年度		
5 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)Twitterによる情報発信回数 (3)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	<p>(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、13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。</p> <p>(2)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Twitterによる注意喚起情報を発信した。</p> <p>(3)子ども安全メールやTwitterで遊具等の事故防止について情報提供を行った(平成30年11月)。</p>			同上	○	
	平成25年度	平成26年度	平成27年度			
	(1)32件 (2)- (3)-	(1)13件 (2)- (3)-	(1)16件 (2)- (3)-			
	平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	(1)15件 (2)- (3)1回	(1)16件 (2)127回 (3)3回	(1)13件 (2)154回 (3)1回			
測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
				平成30年度		
	6 緊急時対応訓練の回数	<p>食品安全委員会、厚生労働省、農林水産省等と連携し、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。訓練は、想定した事案の詳細を当日まで明かさないう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30年9月、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庁との連携 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>その際、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行う。</p>	○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		1回	2回	2回		
平成28年度		平成29年度	平成30年度			
4回		2回	2回			
7 消費者安全情報総括官会議幹事会の開催回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
				平成30年度		
	<p>関係府省庁において消費者の生命又は身体に生ずる被害に関する情報等の集約、共有を行うとともに、緊急事態等の即応体制の強化を行う消費者安全情報総括官会議幹事会を開催した(平成30年12月)。</p>			<p>さらに、消費者安全情報総括官会議幹事会を開催し、関係府省庁において消費者の生命又は身体に生ずる被害に関する情報等の集約、共有を行うとともに、緊急事態等の即応体制の強化を行う。</p>	○	
	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	平成30年度				
/	/	1回				

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成		
				平成30年度			
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)メールマガジンの登録者数	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。 また、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るとともに、重要なリコール情報をメールマガジン等で周知した。 さらに、「消費者庁リコール情報サイト」のリニューアルを行い、消費者の利便性が向上するよう絞り込み機能の充実やレイアウトの改善を行った(平成31年3月)。			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、サイトの改修を実施するなど消費者の利便性向上に資する取組を行う。 また、リコール情報の周知のため、地方公共団体等に向けて、リコール情報サイトについて、情報提供を行う。	○		
	平成25年度	平成26年度	平成27年度				
	(1)2,487件 (2)240回 (3)6,747件	(1)3,450件 (2)248回 (3)7,001件	(1)4,306件 (2)241回 (3)7,432件				
	平成28年度	平成29年度	平成30年度				
			(1)4,827件 (2)237回 (3)7,432件	(1)5,466件 (2)216回 (3)7,972件	(1)6,019件 (2)243回 (3)8,295件		
9 地方公共団体等へのリコール情報サイトについての説明回数	施策の進捗状況(実績)				達成		
	リコール情報が高齢者等に効果的に届くよう、地方公共団体等に向けた「消費者庁リコール情報サイト」に関する情報提供を都道府県等消費者行政担当課長会議において行った。						
	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	平成30年度				
					1件		○
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)勧告・意見件数 (3)事故調査実施件数 (4)申出受付件数 (5)レポート件数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成		
	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。			平成30年度			
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	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。	○		
	(1)0件 (2)1件 (3)2件 (4)57件 (5)0件	(1)3件 (2)11件 (3)2件 (4)40件 (5)0件	(1)3件 (2)6件 (3)2件 (4)29件 (5)0件				
平成28年度	平成29年度	平成30年度					
(1)2件 (2)5件 (3)2件 (4)50件 (5)1件	(1)3件 (2)7件 (3)2件 (4)45件 (5)5件	(1)2件 (2)7件 (3)1件 (4)53件 (5)0件					

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
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	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。			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)	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
	(1)2回 (2)41回 (3)24回 (4)12回	(1)2回 (2)46回 (3)24回 (4)12回	(1)2回 (2)45回 (3)25回 (4)12回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	(1)2回 (2)45回 (3)25回 (4)12回	(1)2回 (2)46回 (3)25回 (4)12回	(1)2回 (2)46回 (3)23回 (4)12回		
12 関係府省庁連携による、食品の安全性に関する意見交換会の開催回数	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
	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更新し、消費者への情報提供を行う。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
13回	9回	8回			
平成28年度	平成29年度	平成30年度			
	14回	11回	7回		
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)			達成	○
	平成29年6月に開設した「食品安全に関する総合情報サイト」を通じ、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を行った。				
	※消費者庁におけるウェブサイトアクセス数の集計方式が平成30年8月に変更されているため、平成29年度との単純比較はできない。				
	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	平成30年度			
		29,077件	31,796件		
14 廃棄食品の不正流通事案に対する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30年度	
	平成29年9月に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た廃棄食品の不正流通事案についての再発防止策を周知した。			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。	○
	※消費者庁におけるウェブサイトアクセス数の集計方式が平成30年8月に変更されているため、平成29年度以前との単純比較はできない。				
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	平成30年度			
	(取りまとめ)1回/(アクセス数)52,388	(取りまとめ)1回/(アクセス数)19,234	(取りまとめ)0回/(アクセス数)16,467		

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
15 製造物責任法に関する裁判例の収録内容の更新回数	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31年3月)。また、製造物責任法の逐条解説を改訂し消費者庁のウェブサイトにおいて公表した(平成30年9月)。			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25年度	平成26年度	平成27年度		
			1回		
	平成28年度	平成29年度	平成30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)	相当程度進展あり
	(判断根拠)	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。

施策の分析	(実績値が減少している測定指標)	
	<ul style="list-style-type: none"> ・測定指標1 事故情報が減少傾向にあるところ、継続して情報の収集・分析、注意喚起の必要性等について検討を実施したため目標達成とした。 ・測定指標2 会議の開催回数は1回となったが、関係府省庁の周知・啓発に関する取組事例を共有するなど情報交換を日常的に行い、連携して取り組むことができたため、目標達成とした。 ・測定指標3(2) 子ども安全メールの配信は週1回を目安としており、年間50回配信したことで目標達成とした。 ・測定指標4(2) 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(原則週2回)公表を行ったことから、目標達成とした。 ・測定指標5(1) 注意喚起に関しては、収集した事故情報の分析や消費者被害の重篤性、拡大可能性を踏まえ注意喚起を行うかどうか判断するものであり、実績値が前年度比減となっているものの、収集した事故情報の分析を継続して行っていることから、目標達成とした。 ・測定指標5(3) 子どもの事故防止に向けた取組の中で遊戯施設を取り上げているが、特定のテーマに偏らないよう情報発信を行っており、Twitter等も含めると例年同様のペースで注意喚起を行っていることから、目標達成とした。 ・測定指標10 申出件数については増加しており、消費者安全調査委員会の活動や申出制度に係る周知が効果を発揮していると考え。また、調査案件等の数値は、申出が寄せられた事案等について情報収集を行った上で、消費者安全調査委員会として調査することが適切かどうか判断した結果であり、案件の内容等によって左右される部分がある。それらのことを総合的に勘案し、目標達成とした。 ・測定指標11(3) リスクコミュニケーション担当者会議は隔週定期的に開催しているところ、稼働日数を考慮すると前年度同様の頻度で開催しているため、目標達成とした。 ・測定指標12 関係府省が主催となる意見交換会は7回であったが、消費者庁が地方公共団体や消費者団体等と共催で行う意見交換会を、平成29年度の135回から平成30年度に171回に増やす中で、関係府省による共催や関係府省の研究機関の専門家の派遣等、関係府省の協力の下で実施したことから、目標達成とした。 	

評価結果

果	<p>・測定指標14 廃棄食品の不正流通事件から時間が経過し、類似の事件も発生していないことから、新たな取りまとめを行う必要がないことに加え、継続して関係府省庁と連携してすき間なく取り組んでいることから目標達成した。</p> <p>(達成手段の有効性・効率性)</p> <p>・達成手段(1) 消費者の安全確保のための施策の推進 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。</p> <p>・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 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、消費行動にい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。</p> <p>・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 リコール情報サイトにて製品別テーマによる整理を行い、消費者に分かりやすい情報発信を行うとともに、メールマガジン等のSNSを活用したリコール情報周知に努めた。また、リコール情報サイトのリニューアルを行い、レイアウトの改善やリコール製品の絞り込み機能の充実化を図ることができた。</p> <p>・達成手段(4) 子どもの事故防止に関する取組の推進 「子どもを事故から守る！事故防止ハンドブック」の配布やTwitter等のSNSを活用した注意喚起・情報提供を行い、効果的な周知啓発に努めたほか、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。</p>
次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】 現在の目標を維持し、引き続き、政策を推進していく。</p> <p>【測定指標】 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。</p>
学識経験を有する者の知見の活用	<p>・測定指標1や14は平成30年度における重点施策であったのか。その時々重点課題にどう対応していくかが重要であり、年度ごとに施策の位置付けにメリハリをつけるべき。(令和元年7月19日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10について、(1)報告書件数と(5)レポート件数の違いが分かりにくいため、区別がつくように表記を工夫すべき。(令和元年7月19日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7等について、会議を行っただけでなく、会議によって事業がどのように前進したのかを示すべきであり、例えば、「即応体制の強化」という成果について具体的に示せるとよい。(令和元年7月19日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>・リスクコミュニケーションに関する関係省庁の会議については、単に情報交換をするというスタンスではなく、消費者庁が計画性を持って主導し、例えば年度計画を持つような場にしていくべきではないか。(令和元年7月19日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きます。</p> <p>・全体的に、会議の回数や公表件数などが指標として適切であるかどうかは検討すべき。「被害の発生又は拡大防止」、「消費者に正確な情報を提供し理解を深める」といった達成すべき目標により合致した指標を設定すべきであり、単に活動量(アウトプット)を示すのではなく、それらの活動による成果(アウトカム)を把握し得る指標を検討する必要がある。(令和元年7月19日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>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、6、7、9、11) なし</p> <p>(測定指標2) ・「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」について https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/children_accident_prevention/</p> <p>(測定指標3) ・子どもを事故から守る！公式ツイッター https://twitter.com/caa_kodomo ・子どもを事故から守る！事故防止ポータル https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/</p> <p>(測定指標4) ・消費者安全法等に基づく重大事故等の一覧表(年間) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/centralization_of_accident_information/serious_accident_list/ ・公表資料一覧(2018年度) https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/release/2018/</p> <p>(測定指標5) ・消費者への注意喚起 2018年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/2018/ ・子どもを事故から守る！Twitter https://twitter.com/caa_kodomo</p> <p>(測定指標8) ・消費者庁リコール情報サイト https://www.recall.caa.go.jp/</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 https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/</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 https://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 https://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 https://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 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/other/product_liability_act/ ・製造物責任(PL)法の逐条解説 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/other/product_liability_act_annotations/</p>
----------------------------------	--

担当部局名	消費者安全課	作成責任者名	消費者安全課長 鮎澤 良史	政策評価実施時期	令和元年8月
-------	--------	--------	------------------	----------	--------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-⑧)

施策名	消費者取引対策の推進					
施策の概要	<p>特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。)等の所管法令に基づき、地方経済産業局と一丸となって、違反事業者に対する行政処分(違反事業者に対する業務停止命令・指示、その取締役らに対する業務禁止命令)等の法執行を厳正かつ適切に行う。また、通信販売について、法執行を補完する取組として、事業者に対し不適切な広告の改善を指導するとともに、インターネット・サービス・プロバイダなどに対し違法な関連情報を提供することにより適切な対応を促す。</p> <p>併せて、特定商取引に関する法律の一部を改正する法律(平成28年法律第60号)による改正後の特定商取引法(平成29年12月1日施行)の内容について、消費者及び事業者等への周知啓発を行う。</p>					
達成すべき目標	<p>特定商取引法の消費者及び事業者等への周知・啓発を行うとともに、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、違反行為に対し厳正かつ適切に行政処分等を行うことにより、取引の公正と消費者利益の保護を図る。</p> <p>併せて、特定商品等の預託等取引契約に関する法律(昭和61年法律第62号。以下「預託法」という。)や特定電子メールの送信の適正化等に関する法律(平成14年法律第26号。以下「特定電子メール法」という。)等の所管法令を厳正かつ適切に執行することにより、消費者利益の保護を図る。</p>					
施策の予算額・執行額等	区分		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	304	306	262	240
		補正予算(b)	38	-1	-	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	342	305	-	
執行額(百万円)		304	213	196		
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30年7月22日改定) 施策番号 1(1)⑧、3(1)①、3(1)②、3(2)⑰、3(3)①、3(3)②、3(4)⑨					

測定指標	施策の進捗状況(実績)	目標			達成
		平成30年度			
1 国の特定商取引法及び預託法執行状況(行政処分件数)	<p>国による特定商取引法及び預託法に基づく行政処分件数は58件となり前年度を上回った。特に、売上高10億円以上の事業者等に対する行政処分は20件となり、引き続き高水準であった。このように、重大事案に重点的に取り組み、特定商取引法及び預託法に基づき、厳正かつ適切に行政処分を行うこと等によって、悪質事業者による消費者被害の拡大防止等が図られた。</p> <p>また、個別事案について都道府県との共同調査を積極的に行い、都道府県と同日付で11件の行政処分を行った。さらに、執行担当者向けの研修を2回開催し、延べ67都道府県の104名に対し、法令や執行実務の説明等を行った。これらの取組により、特定商取引法執行に係る知見やノウハウの共有を図り、各都道府県における執行業務を支援した。</p>	<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>			○
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	
		21件	40件	34件	
		平成28年度	平成29年度	平成30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25年度	平成26年度	平成27年度	
		5件	4件	5件	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	
(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25年度	平成26年度	平成27年度	
		97件	55件	50件	
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	
		34件	37件	72件	

測定指標	2 特定商取引法の周知・啓発及び施行状況のフォローアップの進捗状況	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		改正特定商取引法の周知・啓発活動の一環として、全国で開催された説明会等への講師派遣を11回行ったほか、改正特定商取引法に係るリーフレット及び訪問購入に係るチラシについて、それぞれ、約67,000部及び約70,000部を各地方公共団体や消費生活センター等に対し、平成30年度までに配布した。また、改正特定商取引法施行後の状況を踏まえて、ウェブサイト上のQ&Aの追加等を行った。			平成30年度	
測定指標	3 特定電子メール法の厳正な執行(警告メール(行政指導)の件数及び措置命令(行政処分)の件数)	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、引き続き行政指導を行った。			平成30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25年度	平成26年度	平成27年度		
		4,060件	3,618件	3,388件		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		3,409件	3,458件	5,747件		
		(行政処分)				
		平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		7件	7件	7件		
平成28年度	平成29年度	平成30年度				
0件	2件	0件				
測定指標	4 不適切な広告の改善に向けた通信販売事業者等に対する特定商取引法の執行状況(通信販売事業者に対する行政指導件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		特定商取引法上の広告表示義務に違反していた通信販売事業者に対し、1,459件の行政指導を行うとともに、4件の行政処分を行った。			平成30年度	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	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・プロバイダなどに対して、関連情報を提供し、適切な対応を促す。	
		1,505件	1,150件	1,083件		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
1,019件	1,310件	1,459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25年度	平成26年度	平成27年度		
		0件	6件	0件		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		0件	2件	4件		
測定指標	5 模倣品の通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況(行政指導件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
		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。			平成30年度	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	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。	
				80件		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
160件	79件	93件				

測定指標	6 危険ドラッグの通信販売サイトに対する特定商取引法の執行状況(行政指導件数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成 ○
		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。			平成30年度	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	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。	
		0件	171件	5件		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
10件	1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3について、平成30年度に行政処分は行われなかったものの、行政指導が2,000件以上増加しており、個別の状況に応じた適切な法運用が行われている。 (達成手段の有効性、効率性) 「消費者取引の対策に必要な経費」を活用し、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的、効率的に対応すべく、全国的な広がりがあり、甚大な消費者被害のおそれのある重大事案に重点的に取り組み、法と証拠に基づいて厳正かつ適切に対処した。具体的には、平成30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58件(前年度は34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20件であり、一昨年度(21件)、昨年度(15件)に引き続き高水準であった。さらに、平成29年に施行された改正特定商取引法については、説明会等への講師派遣を11回行ったほか、リーフレット及びチラシについて、それぞれ、約67,000部及び約70,000部を、平成30年度までに関係機関等に配布を行うなどの周知・啓発活動を行った。これらの点に鑑みれば、本達成手段は、効果的かつ効率的に取引の公正の確保及び消費者保護に寄与したものと考えられる。	
	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】 1、3、4、5、6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	<p>・「適切な法運用」という評価には、「適時の法執行」という要素が含まれると考えられるので、個々の執行案件に対する消費者の反応を確認することも一案のように思われる。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →個別の執行に対する個々の消費者の反応を確認することは困難な面も多く、実現には課題も多いが、いずれにしても消費者庁としては法と証拠に基づいた適時で適切な執行を行ってまいりたい。</p> <p>・執行件数は一年間の行政活動を表す象徴的な数値であり、問題事案に対しては、行政指導のみならず、必要に応じ行政処分も積極的に行い、執行件数によって取組への姿勢を示せるとよい。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →今後とも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ってまいりたい。</p>
-----------------	--

政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報	【測定指標1】 特定商取引法違反に基づく処分件数の推移(平成31年4月1日現在) http://www.no-trouble.go.jp/pdf/20190401ac01.pdf
---------------------------	--

担当部局名	取引対策課	作成責任者名	取引対策課長 笹路 健	政策評価実施時期	令和元年8月
-------	-------	--------	----------------	----------	--------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-⑨)

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	<table border="1"> <tr> <th colspan="2">区分</th> <th>平成28年度</th> <th>平成29年度</th> <th>平成30年度</th> <th>令和元年度</th> </tr> <tr> <td rowspan="4">予算の状況 (百万円)</td> <td>当初予算(a)</td> <td>202</td> <td>188</td> <td>193</td> <td rowspan="4">188</td> </tr> <tr> <td>補正予算(b)</td> <td>-0</td> <td>-0</td> <td>-0</td> </tr> <tr> <td>繰越し等(c)</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>合計(a+b+c)</td> <td>201</td> <td>188</td> <td>193</td> </tr> <tr> <td colspan="2">執行額(百万円)</td> <td>135</td> <td>147</td> <td>134</td> <td></td> </tr> </table>	区分		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	202	188	193	188	補正予算(b)	-0	-0	-0	繰越し等(c)	-	-	-	合計(a+b+c)	201	188	193	執行額(百万円)		135	147	134		
区分		平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度																											
予算の状況 (百万円)	当初予算(a)	202	188	193	188																											
	補正予算(b)	-0	-0	-0																												
	繰越し等(c)	-	-	-																												
	合計(a+b+c)	201	188	193																												
執行額(百万円)		135	147	134																												
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30年7月22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30年度は、景品表示法に基づき、措置命令を46件、課徴金納付命令を20件行った。また、行政指導を216件行った。			平成30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25年度	平成26年度	平成27年度			
		45件	30件	13件			
		平成28年度	平成29年度	平成30年度			
		27件	50件	46件			
		課徴金納付命令の件数					
		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	平成30年度			
		1件	19件	20件			
		行政指導の件数					
		平成25年度	平成26年度	平成27年度			
		373件	294件	178件			
平成28年度	平成29年度	平成30年度					
138件	179件	216件					

測定指標

<p>(参考指標1) 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)</p>	<p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>平成30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9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30年度において2回開催した。</p>				
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
		0件	3件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	1件	8件	9件		
<p>(参考指標2) 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)</p>	<p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>平成30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の申請がなく、処分は行っていない。</p>				
	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	平成30年度		
	3件	1件	0件		
<p>2 景品表示法説明会への講師派遣状況(講師派遣件数)</p>	<p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>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。</p>			<p>目標</p> <p>平成30年度</p>	<p>達成</p> <p>○</p>
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	<p>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。</p>	
	150件	201件	151件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
153件	163件	148件			
<p>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)</p>	<p>施策の進捗状況(実績)</p> <p>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。</p>			<p>目標</p> <p>平成30年度</p>	<p>達成</p> <p>○</p>
	平成25年度	平成26年度	平成27年度	<p>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。</p>	
	17件	33件	30件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
22件	22件	26件			

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成		
				平成30年度			
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)	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、内閣府令及び4つの告示の改正に伴い、平成29年度に改訂した家庭用品品質表示法のガイドブックを国民生活センター、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28年度に変更された洗濯表示や、同年度に改正した内閣府令及び告示に合わせて改訂した家庭用品品質表示法ガイドブックを配布するとともに、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。	○		
	ガイドブック配布冊数						
	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	平成30年度				
		6,295冊	165冊				
	講師派遣件数						
	平成25年度	平成26年度	平成27年度				
			20件				
	平成28年度	平成29年度	平成30年度				
	20件	11件	6件				
測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成		
				平成30年度	○		
	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。			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25年度	平成26年度	平成27年度				
			3件				
	平成28年度	平成29年度	平成30年度				
	1件	2件	5件				
	施策の進捗状況(実績)					目標	達成
						平成30年度	○
	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30年度において297事業者、321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。					引き続き、インターネットにおける健康食品等の表示・広告の監視等を適切に実施する。	
	改善要請後の改善率						
平成25年度	平成26年度	平成27年度					
100%	100%	100%					
平成28年度	平成29年度	平成30年度					
100%	100%	100%					
改善要請件数							
平成25年度	平成26年度	平成27年度					
342件	48件	162件					
平成28年度	平成29年度	平成30年度					
468件	759件	321件					

	測定指標	施策の進捗状況(実績)			目標	達成		
		平成30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。	○		
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)	食品表示法違反に対し、国及び都道府県等において、平成30年度では指示23件、命令2件を行った。					○	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度				
		/	/	30件				
		平成28年度	平成29年度	平成30年度				
		27件	23件	25件	○	達成		
	8 食品表示連絡会議の開催状況	施策の進捗状況(実績)					○	
		平成30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25年度	平成26年度	平成27年度				
		/	/	1回				
		平成28年度	平成29年度	平成30年度	○	達成		
		1回	1回	1回				
	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)					○	
平成30年度は、消費税転嫁対策特別措置法に基づく指導を84件行った。								
平成25年度		平成26年度	平成27年度					
1件		170件	145件					
	平成28年度	平成29年度	平成30年度	○	達成			
	120件	50件	84件					
目標達成度合いの測定結果		(各行政機関共通区分)	目標達成					
		(判断根拠)	全ての測定指標で目標が達成されたため、「目標達成」と判断した。					
評価結果	施策の分析							
	<p>(実績値が減少した測定指標)</p> <p>測定指標1については、景品表示法違反として厳正に対処すべき事案に対しては、適切に法執行を行っていることから目標達成とした(なお、平成30年度における措置命令、課徴金納付命令及び指導の合計件数は282件、平成29年における同合計件数は248件であり、法執行件数全体としては増加している。)</p> <p>測定指標2については、他業務の繁忙状況との兼ね合い等も踏まえつつ、できる限り講師派遣依頼に応じており、景品表示法の普及啓発に取り組んだことから目標達成とした。</p> <p>測定指標4については、平成29年度は内閣府令等改正に伴うガイドブック改訂を行ったため、ガイドブックの配布冊数が特に多かったものであるが、平成30年度においても、ガイドブックの配布と講師派遣を、必要に応じてできる限り行ったことから目標達成とした。</p> <p>測定指標6については、インターネット監視業務における端緒把握件数はその時々によってまちまちであるため、改善要請件数については前年度比減となることもあり得るところであるが、改善率は100%であるため、目標達成とした。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>達成手段(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。</p> <p>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。</p> <p>以上の点に鑑みれば、本達成手段は、いずれも有効的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		<p>【施策】</p> <p>引き続き景品表示法等の厳正な運用や普及啓発の取組を切れ目なく続けることが重要であるため、これらの取組を継続して行うこととしたい。</p> <p>【測定指標】</p> <p>引き続き執行件数等を指標としたい。</p>						

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・測定指標1等の法執行件数については、当該法律の全体としての執行状況や執行に対する姿勢を象徴的に示す有効な指標と考えられ、これを中心として評価を行うのは適切と考えられる。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →引き続き、厳正に対処すべき事案に対しては適切に法執行を行ってまいりたい。 ・測定指標2及び3について、講師派遣を民間団体からの求めに応じて行っているとのことだが、消費者庁自体が積極的に働き掛ける姿勢も必要ではないか。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →現状においても、消費者庁が働き掛けた結果や消費者庁が行った処分等が契機となり、民間側から講師派遣の求めが来ているケースもあるところ、引き続き、所管法令の積極的な周知広報に努めてまいりたい。 ・測定指標6については、改善要請後のフォローアップに留意が必要であるとする。また、改善要請は今後も相当数を行っていくべきである。(令和元年8月9日政策評価有識者懇談会) →引き続き、改善要請及びそのフォローアップに適切に取り組んでまいりたい。
------------------------	---

<p>政策評価を行う過程において使用した資料その他の情報</p>	<p>【測定指標1】 景品表示法関連報道発表資料 2018年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/release/2018/ その他の景品表示法関連の公表資料 2018年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2018/ 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 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/pdf/fair_labeling_190426_0001.pdf</p> <p>【測定指標2】 その他の景品表示法関連の公表資料 2018年度 https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/information_other/2018/</p>
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>表示対策課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>表示対策課長 西川 康一</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和元年8月</p>
--------------	--------------	---------------	-------------------------	-----------------	---------------

平成30年度実施施策に係る政策評価書

(消費者庁30-⑩)

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28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度
	予算の 状況 (百万 円)	当初予算(a)	193	219	283	267
		補正予算(b)	13	-0	-	
		繰越し等(c)	-	-	-	
		合計(a+b+c)	206	219	283	
執行額(百万円)	224	219	283			
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30年7月22日改定)施策番号 2(3)①					

測定指標	1 新たな食品表示制度の普及啓発(講師派遣回数)	施策の進捗状況(実績)			目標	達成	
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成30年度		
		/	/	22回	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、徳島県等において、地域特性を生かした栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育に関する調査事業を実施することで、制度の普及啓発を行い、消費者の理解促進を図る。	○	
		/	/	22回		達成	
		74回	162回	135回		○	
		/	/	/		○	
		69.20%	61.90%	66.70%		○	
(参考指標1)	食品表示制度に関する消費者の理解度	施策の進捗状況(実績) 平成30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:21.3%/46.5% 栄養成分表示:38.1%/38.7% 特定保健用食品:34.7%/42.6% 機能性表示食品:16.9%/42.0%			達成	○	
測定指標	3 食品表示基準及び関連法令等の策定・改正本数	施策の進捗状況(実績)			目標	食品表示制度について、実態を踏まえた検討を行い、制度に反映させる。	○
		食品リコール情報を行政機関に届け出る仕組みを創設する(食品表示法の一部を改正する法律(平成30年法律第97号))など、必要な食品表示制度の改正を行った。			平成30年度		
		平成25年度	平成26年度	平成27年度	4本		
		/	/	/			
		平成28年度	平成29年度	平成30年度			
1本	4本	7本					

測定指標

	施策の進捗状況(実績)			目標	達成
				平成30年度	
4 個別課題の検討(検討会等の開催回数)	遺伝子組換え表示については、平成29年度に開催した「遺伝子組換え表示に関する検討会」の結果を踏まえ、改正準備を行った。			食品添加物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。	×
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			7回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	13回	10回	2回		
5 機能性表示食品制度の普及啓発(講師派遣回数)	機能性表示食品制度について、消費者、事業者等に対する普及啓発を実施した。			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。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			16回		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	29回	20回	26回		
6 機能性表示食品制度の認知度	食品表示に関する消費者意向調査を実施し、機能性表示食品制度の認知度を計測した。			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。	○
	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	平成30年度		
	19.20%	15.30%	16.90%		
7 機能性表示食品の公表件数	機能性表示食品の公表件数は、平成30年度末で1,735件(撤回された件数を除く)。			機能性表示食品について、許可・届出後の事後チェックを実効性のあるものとする。	○
	平成25年度	平成26年度	平成27年度		
			275件		
	平成28年度	平成29年度	平成30年度		
	548件	511件	466件		
8 買上調査の対象件数	特定保健用食品及び機能性表示食品について、平成29年度に引き続き、平成30年度も買上調査を実施し、関与成分量の表示値の妥当性に問題点がないことを確認した。			特定保健用食品及び機能性表示食品について、許可・届出後の事後チェックを実効性のあるものとする。	○
	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	平成30年度		
	1回	1回	1回		

		施策の進捗状況(実績)			目標値	達成
					平成30年度	
(参考指標2)	特定保健用食品の買上調査の対象件数	平成27年度から買上調査を実施。平成28年度は7件、平成29年度は40件、平成30年度は40件を対象として実施した。平成30年度は関与成分量の表示値の妥当性に問題点がないことを確認した。			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25年度	平成26年度	平成27年度		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		7件	40件	40件		
(参考指標3)	機能性表示食品の買上調査の対象件数	平成27年度から買上調査を実施。平成27年度は17件、平成28年度は51件、平成29年度は60件、平成30年度は60件を対象として実施した。平成30年度は関与成分量の表示値の妥当性に問題点がないことを確認した。			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25年度	平成26年度	平成27年度		
		平成28年度	平成29年度	平成30年度		
		51件	60件	60件		
				17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)	相当程度進展あり			
		(判断根拠)	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。			
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>前年度に比べて測定指標1については27回、測定指標4については8回、測定指標7については45件減少した。測定指標7については、事業者の届出件数に依存して減少したものの、届出には適切に対応したことから、目標達成とした。測定指標4については今後残りの課題に関して検討会を適切に実施するとともに、測定指標1については講師派遣を積極的に行いつつ、必要な予算を確保するなど普及啓発に一層取り組むことで、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。</p> <p>(達成手段の有効性、効率性)</p> <p>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。</p> <p>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・充実を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。</p> <p>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所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するとともに必要な改修を実施した。</p> <p>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。</p>				
	次期目標等への反映の方向性	<p>【施策】</p> <p>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】</p> <p>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。</p> <p>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>				

<p>学識経験を有する者の知見の活用</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・全体的に、業務のアウトプット(活動量)が単に示されているが、必ずしもそれが事業の適切性を示すわけではないため、事業の進展を示す効果指標を工夫するなど、指標についての見直しが必要。例えば、測定指標4及び5については、政策の効果を直接示すものではない。また、測定指標7についても、制度開始から時間が経てば、届出件数は一定程度落ち着くと思われ、そのような届出件数の増減は政策効果を測る指標としては適さないのではないか。(令和元年7月19日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く。 ・測定指標8及び参考指標2、3についても、政策効果を測るという意味では、買上調査の対象件数だけでなく、その結果問題のあるものがどれだけあったのか、あるいはなかったのかという結果も含めて記述すべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →指摘を踏まえ修正。 ・参考指標1の理解度/目標値については、その意味合いを踏まえた適切な名称を検討すべき。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →消費者意向調査における設問が正しい答えを選択する形式で理解度を測っているため、引き続き当該名称を使用することとさせていただく。 ・各指標が達成(○)とされる根拠が、やや不明瞭。(令和元年7月19日政策評価有識者懇談会) →外的要因に依存して多少数値が減少したが、極端な減少が認められなかった項目については達成(○)としている。
------------------------	--

<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2、6、参考指標1】 平成30年度食品表示に関する消費者意向調査(令和元年5月31日公表) https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/information/research/2018/pdf/information_research_2018_190531_0001.pdf</p>
----------------------------------	---

<p>担当部局名</p>	<p>食品表示企画課</p>	<p>作成責任者名</p>	<p>食品表示企画課長 五十嵐 麻衣子</p>	<p>政策評価実施時期</p>	<p>令和元年8月</p>
--------------	----------------	---------------	-----------------------------	-----------------	---------------