

# 消費者基本計画 工程表評価書

<参考資料>

令和5年6月

## I 消費者基本計画工程表評価書の構成について

本工程表評価書では、前年度の工程表において、取組み予定として掲載をした各事項の実績値等を記載することで、各 KPI 及び各 KPI 指標を基準とした客観的な評価を行うものである。

### 注 1

各 KPI について、実績値の記載がないものは順次取得予定。

### 注 2

本資料は参考資料であり、消費者政策会議決定された消費者基本計画工程表（令和 5 年 6 月 13 日改定）に含まれるものではありません。

## 目次

1. 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止	1
2. 特定商取引法の執行強化等	3
3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた 消費者法制の整備等	5
4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充	7
5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討	9
6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等	14
7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進	18
8. 消費者団体訴訟制度の推進	21
9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進	23
10. エシカル消費の普及啓発	27
11. 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進	32
12. デジタル・プラットフォームを介した取引等における 消費者利益の確保	34
13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び 地域における消費者教育推進のための体制の整備	37
14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた 地方公共団体への支援等	41

重点項目 1. 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止

<p>目標</p>	<p>消費者事故等による被害を未然に防止し、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を実現する。</p>		
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 消費者への情報提供の件数【100 回以上／毎年度】(消費者庁) →141 回 (令和4年3月時点)</p> <p>2 SNS 投稿が表示された回数【70,000 回以上／1 投稿あたり】(消費者庁) →76,994 回 (令和4年4月時点)</p> <p>3 関係府省庁等に情報提供した回数【10 回以上／毎年度】(消費者庁) →12 回 (令和4年3月時点)</p>		
<p>KPI (アウトカム指標)</p>	<p>初期</p> <p>1 事故情報データベースに登録された事故情報件数【25,000 件／毎年度】(消費者庁) →30,609 件 (令和4年3月時点)</p> <p>2 注意喚起の認知度 (SNS のエンゲージメント総数を想定) 【2,000 以上／1 投稿あたり】(消費者庁) →1,800 回 (令和4年4月14日時点)</p>	<p>中期</p> <p>1 消費者の意識変化 (参考指標：消費生活意識調査) (消費者庁)</p> <p>2 勧告・意見先の関係行政機関で終了した取組の件数【10 件／毎年度】(消費者庁)</p>	<p>最終</p> <p>1 消費者の行動変化 (参考指標：消費生活意識調査) (消費者庁)</p>
<p>取組</p>	<p>令和4年予定</p> <p>a 消費者安全法に基づく消費者事故等の通知等、事故情報の収集に関する制度を適切に運用する。(消費者庁)</p> <p>b 消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告を行うとともに、データベースの入力データの質の向上に取り組む。(消費者庁)</p> <p>c 消費者事故等の通知制度の周知徹底を図るとともに、都道府県等に対し通知手順の確認・整理を求めるなど、通知制度を円滑に運用するための方策を推進する。(消費者庁)</p> <p>d 収集した事故情報をもとに、事故動向の的確な把握、消費者への情報発信、行政機関・事業者への働きかけ、事故等原因調査を行う。(消費者庁)</p>		

	<p>e 緊急事態の発生に備え、日頃から関係府省庁が連携するとともに、緊急事態発生時において迅速・適切に対応する。(消費者庁)</p> <p>f 「リコール情報サイト」を適切に運用するとともに、リコール情報が効果的に発信され、リコール対象商品による事故件数の減少につながるよう、事業者からの掲載依頼の促進や情報発信ツールの改善などに取り組む。(消費者庁)</p>
	<p>実績</p>
	<p>a 通知が円滑に行われるよう、関係省庁や地方公共団体の消費者行政担当職員が出席する会議や地方公共団体の主催する研修において、通知制度の周知を行った。(消費者庁)</p> <p>b 消費者安全法に基づき通知された消費者事故等の情報及び消費生活用製品安全法に基づき報告された重大製品事故の情報について、定期公表を実施するとともに事故情報データベースに登録した。(消費者庁)</p> <p>c 令和4年度 地方消費者行政の現況調査において、都道府県における事故情報等の通知手順についての調査を実施した。(消費者庁)</p> <p>d 収集した事故情報をもとに、事故動向の的確な把握、消費者への情報発信、行政機関・事業者への働きかけ、事故等原因調査を行う。(消費者庁)</p> <p>e 令和4年12月に関係省庁と連携して緊急時における対応訓練を実施した。(消費者庁)</p> <p>f リコールに関する情報を、消費者庁リコール情報サイトやメールマガジンを通じて発信した。また、消費者行政ブロック会議において地方公共団体に対して同サイトの周知を依頼した。(消費者庁)</p>

## 重点項目 2. 特定商取引法等の執行強化等

<p>目標</p>	<p>悪質商法等による消費者被害を防止するため、関係機関等とも連携し、特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する。</p>		
<p>KPI（アウトプット指標）</p>	<p>1 国による特定商取引法に基づく行政処分の件数（消費者庁、経済産業省） →34 件（令和5年3月）</p> <p>2 都道府県による特定商取引法に基づく行政処分の件数（消費者庁） →60 件（令和5年3月）</p> <p>3 事業者団体・消費者団体向けの説明会の受講者数【200 名以上/年】（消費者庁）</p> <p>4 執行担当者に対する研修の実施日数、受講者数【4 日以上/年、100 名以上/年】（消費者庁）</p>		
<p>KPI（アウトカム指標）</p>	<p>初期</p> <p>1 違反行為の解消（消費者庁）</p>	<p>中期</p> <p>1 公正な取引の確保（消費者庁）</p> <p>2 行政処分対象事業者の過去の売上高や契約金額の推定累計額を元に算出した消費者被害の推計額（消費者庁） →1,154 億円</p>	<p>最終</p> <p>消費者利益の保護（消費者庁）</p>
<p>取組</p>	<p>令和4年予定</p> <p>a 特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行（消費者庁、経済産業省）</p> <p>b 説明会の実施、広報資料の作成・配布等による改正法の周知・啓発（消費者庁、経済産業省）</p> <p>c 悪質ないわゆる「販売預託商法」に対する対処（消費者庁、経済産業省）</p> <p>d 関係機関等との情報交換及び法執行における連携強化（消費者庁、経済産業省）</p> <p>e 「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」の取りまとめ及び取りまとめ結果を踏まえた必要な措置の実施（消費者庁、経済産業省）</p>		

実績	
	<p>a 特定商取引法による行政処分を実施（消費者庁、経済産業省）</p> <p>b 行政関係者（地方経済産業局等）向けの説明会を実施、政府インターネットテレビ及び政府広報オンラインにおいて改正特定商取引法について周知（消費者庁）</p> <p>c 預託等取引に関する法律における定義規程等に係る考え方（通達）を公表（消費者庁）</p> <p>d 経済産業局、自治体との情報交換及び法執行における連携を強化（消費者庁、経済産業省）</p> <p>e 検討会会合とワーキングチーム会合を行い、10月に検討会報告書を公表。報告書の内容を踏まえ、政令・省令を改正（消費者庁）</p>

重点項目 3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた消費者法制の整備等

<p>目標</p>	<p>消費者契約法を始めとする消費者法制について、適切に運用しながら、社会経済情勢の変化に応じた見直しを行うとともに、事業者の意識向上や消費者リテラシーの向上により、全ての消費者にとって安全、安心な社会を実現する。</p>		
<p>KPI（アウトプット指標）</p>	<p>1 消費者契約法等に関する有識者との意見交換、ヒアリング等の実施【5回以上／毎年度】（消費者庁） →50回（令和5年3月）</p> <p>2 事業者又は事業者団体に対して実施した消費者契約法等に関する研修・講演等の参加人数【120人以上／毎年度】（消費者庁）</p> <p>3 消費者契約法等に関する説明会等の参加人数【240人以上／毎年度】（消費者庁）</p> <p>4 消費者契約法等に関するリーフレット等の周知・啓発媒体の公表【40万アクセス以上／毎年度】（消費者庁） →345,622アクセス（令和4年度）</p> <p>5 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の適切な運用（消費者庁）</p>		
<p>KPI（アウトカム指標）</p>	<p>初期</p> <p>1 消費者契約法の認知度【50％／令和6年度】（消費者庁） →37.0％（令和5年2月）</p> <p>（参考指標）消費者契約法等に関する学術研究の数</p>	<p>中期</p> <p>（参考指標）消費者契約法等に関する学術研究の数</p>	<p>最終</p> <p>（参考指標）消費者契約法等に関する学術研究の数</p>
<p>取組</p>	<p>令和4年予定</p> <p>a 「消費者契約に関する検討会」報告書等を踏まえた必要な措置の実施（消費者庁、法務省）</p> <p>b 同報告書において将来の検討課題とされた事項や制度の改正経緯から見てきた課題を踏まえ、消費者契約法の規定の在り方についての抜本的議論の必要性も視野に入れて、幅広い観点から検討（消費者庁、法務省）</p>		



	<p>c 消費者契約法の周知広報活動（消費者庁、法務省）</p>
	<p style="text-align: center;">実績</p>
	<p>a 第208回国会で「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の一部を改正する法律」が成立。改正法施行に伴う政令・府令の整備を実施。また、「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」報告書（令和4年10月）の提言を踏まえ、第210回国会に「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律案」及び「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律案」を提出し、両法は令和4年12月に成立。（消費者庁、法務省）</p> <p>b 消費者法は現状何が実現できていて何ができていないかを検証し、将来の消費者法の可能性を考えるため、令和4年6月に「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」準備会合を開催し、同年8月から「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を開催し、幅広い観点からの検討を開始。（消費者庁、法務省）</p> <p>c 事業者団体や消費者団体、大学等で消費者契約法等に関する説明会を実施。消費者庁HP上に、消費者契約法等に関するリーフレットを掲載。（消費者庁、法務省）</p>

重点項目 4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充

<p>目標</p>	<p>一般消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保のため不当表示を減少させることは重要であり、そのために、不当表示に対する景品表示法の厳正な運用や不当表示の未然防止の取組を行う。(消費者庁)</p>		
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 景品表示法に違反する行為に対する厳正な対処 (消費者庁)          (参考指標: 措置命令件数、課徴金納付命令件数、指導件数)          →措置命令件数 41 件 (令和3年度: 41 件)          →課徴金納付命令件数 17 件 (令和3年度: 15 件)          →指導件数 112 件 (令和3年度: 172 件)          →都道府県等による措置命令件数 6 件 (令和3年度: 4 件)</p> <p>2 課徴金制度の施行状況に係る評価及び必要に応じた制度の見直し (消費者庁)</p> <p>3 都道府県の担当者も含めた執行担当者に対する研修や意見交換等 (新たな制度の改正も含む。) の実施 (消費者庁)          →14 回</p> <p>4 事業者団体、消費者団体等に対する景品表示法の研修や講師派遣等 (新たな制度改正も含む。) の実施【受講者数 5,000 人以上/年】 (消費者庁)          →14,910 人</p>		
<p>KPI (アウトカム指標)</p>	<p>初期</p> <p>1 インターネット上の広告の監視業務について、より多くの範囲の監視を効率的に行うための方策の検討及び実行 (消費者庁)</p> <p>2 景品表示法の執行担当者における景品表示法の理解の促進 (新しい制度改正も含む。) (消費者庁)</p> <p>3 消費者団体及び事業者団体における景品</p>	<p>中期</p> <p>1 表示の適正化により、一般消費者の適正な商品選択の機会を確保 (参考指標: インターネット上の広告の監視業務の結果公表資料へのアクセス数) (消費者庁)          →19,930 回</p> <p>2 都道府県を含めた執行担当者における景品表示法の理解の促進や知見の共有を通じた厳正な運用 (参考</p>	<p>最終</p> <p>1 景品表示法の厳正な運用の長期的な継続 (参考指標: 措置命令件数、課徴金納付命令件数、行政指導件数) (消費者庁)          →措置命令件数 41 件 (令和3年度: 41 件)          →課徴金納付命令件数 17 件 (令和3年度: 15 件)          →指導件数 112 件 (令和3年度: 172 件)          →都道府県等による措置命令件数 6 件 (令和3</p>

	<p>表示法の理解の促進 (新しい制度改正も 含む。) (消費者庁)</p>	<p>指標: アンケートの理 解度) (消費者庁)</p> <p>3 消費者及び事業者に おける景品表示法の 理解の促進(新しい制 度改正も含む。) (消費 者庁)</p>	<p>年度: 4件)</p> <p>2 不当表示の未然防止の 継続(参考指標: 研修 や講師派遣の回数、ア ンケートの理解度) (消 費者庁)</p> <p>→研修や講師派遣の回 数 170件 アンケートの理解度 96.5%(よくわかった、概 ねわかったと回答した 方の割合)</p>
<p>取組</p>	<p>令和4年予定</p>		
	<p>a 不当な表示に係る事案に対する景品表示法の厳正な執行 (消費者庁) b 課徴金制度の施行状況に係る評価及び必要に応じた制度の見直し (消費者庁)</p>		
	<p>実績</p>		
	<p>a 不当な表示に係る事案に対する景品表示法の厳正な執行を実施した。(消費 者庁)</p> <p>b 景品表示法については消費者利益の確保を図る観点から必要な措置につい て検討するため、令和4年3月から景品表示法検討会を開催し、令和5年 1月に報告書を公表した。消費者庁は、当該報告書等を踏まえて、違反行 為に対する抑止力の強化を図るための繰り返し違反に対する課徴金の割増 等、必要な制度の見直しの検討作業等を進めているところ。(消費者庁)</p>		

重点項目 5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討

<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 食品を摂取する際の安全性の確保及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するため、時代に即した食品表示制度に改善し、これを適切に運用する。(消費者庁)</li> <li>・ 国民の健康の保護及び増進並びに食品の生産及び流通の円滑化並びに消費者の需要に即した食品の生産の振興に寄与する。(消費者庁)</li> <li>・ 生鮮食品の原産地の不適正表示率・加工食品の義務表示事項の不適正表示率について常に0%を目指すべき指標として注視しつつ、適切に対処する。(農林水産省)</li> <li>・ 食品の産地等偽装表示事犯について、関係省庁間で適時情報共有・意見交換を行い、迅速に取締りが行えるようにする。(警察庁)</li> <li>・ 酒類の不適正表示について常に0%を目指すべき指標として注視しつつ、適切に対処する。(国税庁)</li> </ul>
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 食品表示制度に関する啓発媒体へのアクセス数 (消費者庁)</p> <p>2 機能性表示食品及び特別用途食品(特定保健用食品を含む。)の買上・関与成分等の含有量の調査件数 (消費者庁)          →機能性表示食品：103 品目 (令和4年度)          特別用途食品：2 品目 (令和4年度)          特定保健用食品：14 品目 (令和4年度)</p> <p>3 食品表示制度に係る自治体向け研修会の開催 (消費者庁)          →1 回 (令和4年度)</p> <p>4 食品表示連絡会議の開催・参加 (消費者庁、農林水産省、国税庁、警察庁)          →1 回 (令和4年10月)</p> <p>5 食品表示法に基づく指示及び指導件数 (消費者庁、国税庁、農林水産省)          →指示件数 国：13 件 (令和4年度)          都道府県等：21 件 (令和4年度)          指導件数 国：71 件 (令和4年度上半期)</p> <p>6 酒類業組合法等で規定される表示事項の調査件数【700 件／毎年度】(国税庁)          →707 件 (令和3年度)</p> <p>7 食品の産地等偽装表示事犯の検挙事件数等 (警察庁)          →4 事件、検挙人員 14 人 (令和4年)</p>

KPI (アウトカム指標)	初期	中期	最終
	<p>1 消費者の食品表示制度への認知度 (消費者庁)</p>	<p>1 消費者の食品表示への理解度 (消費者庁)</p> <p>2 保健機能食品及び特別用途食品の理解度 (消費者庁)</p> <p>3 生鮮食品の原産地の不適正表示率 (農林水産省) →0.4% (令和4年3月時点)</p> <p>4 加工食品の義務表示事項の不適正表示 (農林水産省) →0.9% (令和4年3月時点)</p> <p>5 酒類の不適正表示率 (国税庁) →0.4% (令和4年3月時点)</p> <p>6 食品表示法に基づく自主回収の届出件数 →1,941件 (令和4年度)</p>	<p>1 消費者の食品表示制度への満足度の向上 (消費者庁)</p>
取組	令和4年予定		
	<p>a 食品表示制度の適切な運用、消費者の更なる食品表示の活用に向けた戦略的な普及啓発の検討及び実施 (消費者庁)</p> <p>b 栄養成分表示の健康づくりへの活用に向けた普及啓発 (消費者庁)</p> <p>c 食物アレルギーの表示対象品目の見直しに向け、実態調査の結果等を踏まえた技術的検討の実施及び事業者が正しい表示を行うための普及啓発 (消費者庁)</p> <p>d ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いについて関係行政機関等と連携した普及啓発 (消費者庁)</p> <p>e 保健機能食品制度及び特別用途食品制度の適切な運用及び普及啓発 (消費者庁)</p>		

- f 保健機能食品制度の発展・充実の検討（消費者庁）
- g 事業者が速やかに新たな遺伝子組換え食品表示制度に移行するための周知活動（消費者庁）
- h 新たな加工食品の原料原産地表示制度の導入効果の検証（消費者庁）
- i 食品表示の全体像に関する報告書を踏まえた消費者の表示の利活用の実態や問題点等を把握することを目的とした調査の実施（消費者庁）
- j 食品表示の全体像に関する報告書を踏まえた表示に関する調査等に基づく、分かりやすく活用される食品表示の検討（消費者庁）
- k インターネット販売における食品に関する情報提供についてガイドブック（令和4年度版）の作成・公表・普及啓発（消費者庁）
- l インターネット販売における食品に関する情報提供について作成したガイドブック（令和4年度版）のCodex等を踏まえての必要に応じた更新（消費者庁）
- m 食品表示の適正化を確保するため、食品関連事業者等に対する立入検査等を実施し、その結果に基づいて厳正に措置。（農林水産省）
- n 食品表示連絡会議等を活用した関係省庁間の情報共有・連携強化、都道府県等と国の出先機関との連携促進・情報共有の支援を通じた横断的な検査体制を構築し、産地偽装等食品表示基準に違反する行為について、迅速な対応を行う（消費者庁、警察庁、国税庁、農林水産省）
- o 酒類の表示の適正化を図るため、商品の買上げによる表示事項の確認や成分等の理化学分析等を行い、酒類の表示に疑義が認められた場合には、酒類製造者に対する確認調査及び調査結果に基づく厳正な措置を実施（国税庁）

**実績**

a, b 原料原産地表示制度、遺伝子組換え食品表示制度及び食物アレルギー表示制度を含む食品表示制度全般について、講習会等を通じて事業者に周知を図るとともに、消費者団体と連携した消費者向けセミナーを全国8か所で実施した。令和5年度に施行を迎えた遺伝子組換え食品表示制度については、地方公共団体や消費者・事業者団体等と連携して、消費者・事業者を対象とした説明会を実施した。食品添加物の表示については、令和2年3月に取りまとめた「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」を踏まえ、「いわゆる無添加表示」における、食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）第9条に規定された表示禁止事項に該当するおそれが高いと考えられる表示に関する「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」を作成・公表しており、併せて消費者向けの啓発チラシ・ポスターも公表した。栄養成分表示の活用を通じた健康作りの普及啓発動画をウェブページで公表するとともに、新たに保健機能食品の理解促進を促す動画を作成した。外食・中食における食物アレルギーに関する取組について、厚生労働省「アレルギー疾患対策の推進に関する基本的な指針」の令和3年度改

正において、国は事業者等が行う情報提供等に関する取組等を積極的に推進する旨が追加されたこと等を踏まえ、令和4年度に消費者及び事業者向けのパンフレットを作成した。(消費者庁)

- c 食物アレルギー表示については、令和4年12月に消費者委員会からの答申を得、「くるみ」を食品表示基準において義務表示の対象とされる「特定原材料」に移行させるため、令和5年3月に食品表示基準の改正を行った。なお、令和7年3月31日までの2年間の経過措置が設けられている。(消費者庁)
- d ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いについては、地方公共団体と連携して、消費者・事業者を対象とした説明会・意見交換会を実施した。(消費者庁)
- e, f 機能性表示食品及び特別用途食品(特定保健用食品を含む。)については、買上調査を実施し、関与成分等が表示量どおり含有しているのかの確認及び検証を行い、各表示の信頼性確保に努めた。機能性表示食品については1,429件の届け出を公表し、特別用途食品(特定保健用食品を除く。)については15件、特定保健用食品については14件を新たに許可した。特定保健用食品制度の疾病リスク低減表示については、昨年度の調査事業の結果をもとに基準の見直し等に関する通知改正を行うとともに、個別申請を支援し、消費者委員会に安全性及び効果について諮問を行った。栄養機能食品については、栄養成分の機能表示等に関する調査・検討事業報告書を公表し、20種の栄養成分の機能に関する文言を、最新の科学的根拠を確認した上で、見直しを整理する方針を示した。機能性表示食品について、広告その他の表示の適正化の観点から、「機能性表示食品に対する食品表示等関係法令に基づく事後的規制(事後チェック)の透明性の確保等に関する指針」(以下「事後チェック指針」という。)に基づく表示の適正化について、機能性表示食品の新規届出者に対し個別に啓発等を行うとともに、健康食品の業界団体と連携した普及啓発を広く実施した。また、「事後チェック指針」及び「健康食品に関する景品表示法及び健康増進法上の留意事項について」を主体として、地方公共団体及び事業者等が主催するリモート会議、研修会等に講師を派遣し、当該資料を用いて説明を行うことにより、機能性表示食品を含め、健康食品に関する景品表示法及び健康増進法の広告及び表示の基本的な考え方について、普及啓発を広く実施した。(消費者庁)
- g 令和5年度に施行を迎える遺伝子組換えでない表示の要件厳格化について、地方公共団体や事業者団体等と連携して、事業者を対象とした説明会を7回実施した。(消費者庁)
- h 令和4年度に全面施行された加工食品の原料原産地表示制度について、消費者の認知度や理解度等の調査を実施した。(消費者庁)
- i ウェブを用いた食品表示情報の提供の現状把握を行うために、食品表示の全体像に関する報告書で求められているウェブでの補助的情報提供の優良

事例に関する調査を実施した。(消費者庁)

- j) 分かりやすく活用される食品表示の検討を行うため、デジタルツールを活用した食品表示の可能性を検討するための調査を実施した。(消費者庁)
  - k, l) インターネット販売における食品に関する情報提供については、令和4年6月に「インターネット販売における食品表示の情報提供に関するガイドブック」を公表した。(消費者庁)
  - m) 食品表示の適正化を確保するため、食品関連事業者等に対する立入検査等を実施し、その結果に基づいて厳正に措置を行った。(農林水産省)
  - n) 食品表示に関する取締りに関しては、不適切な食品表示に関する監視を強化するため、関係省庁の間で「食品表示連絡会議」が設置された。同会議は、不適正な食品表示に関する情報が寄せられた場合に、必要に応じて関係機関で情報共有、意見交換を行い、事業者への処分等の必要な対応を迅速に講ずるとともに、関連情報の共有を進めることを目的とし、平成20年2月から、令和5年3月までに15回開催された。(消費者庁、警察庁、国税庁、農林水産省)
- また、食品表示法違反に対し、国及び都道府県等が指示又は命令を行った場合は公表しており、指示34件を行った。(消費者庁、国税庁、農林水産省)
- 食品表示連絡会議等を通じて関係機関と連携した情報収集等に努め、令和4年中は、外国産わかめを混ぜた塩蔵わかめを国内産等と表記し原産地を偽装して販売した食品の産地等偽装表示事犯等を検挙した。(警察庁)
- o) 酒類業組合法等で規定される表示事項の調査、食品表示基準の遵守状況に係る調査及び市場に流通している酒類の買上げによる成分分析や表示事項の確認を行う調査並びに調査結果に基づく指導を実施した。(国税庁)



重点項目 6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等

※SDGs 開発目標 1、3、10、16

<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高齢者、障害者等の権利擁護の推進を図る。(厚生労働省)</li> <li>・ 認知機能が十分でないために自己の権利の実現が妨げられるおそれがある高齢者、障害者等に対し、法的支援を実施する。(法務省)</li> <li>・ 身元保証等高齢者サポート事業に関するトラブルの発生を防止する。(消費者庁、厚生労働省)</li> </ul>
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 権利擁護支援の地域連携ネットワークの中核機関を整備した市区町村数【全 1,741 市区町村／令和 6 年度末】(厚生労働省) →552 市区町村 (令和 3 年 10 月時点)</p> <p>2 パンフレット等による成年後見制度や相談窓口の周知を行っている市区町村数【全市区町村／令和 6 年度末】(厚生労働省) →808 市区町村 (令和 3 年 10 月時点)</p> <p>3 担い手(市民後見人・法人後見実施団体)の育成方針を策定している都道府県数【全 47 都道府県／令和 6 年度末】(厚生労働省)</p> <p>4 担い手(市民後見人・法人後見実施団体)の養成研修を実施している都道府県数【全 47 都道府県／令和 6 年度末】(厚生労働省) →市民後見を推進するための研修実施状況：11 都道府県 (令和 3 年 10 月時点) →法人後見を推進するための研修実施状況：16 都道府県 (令和 3 年 10 月時点)</p> <p>5 協議会等の合議体を設置した都道府県数【全 47 都道府県／令和 6 年度末】(厚生労働省)</p> <p>6 権利擁護支援に関する市町村計画を策定した市区町村数【全 1,741 市区町村／令和 6 年度末】(厚生労働省) →829 市区町村 (令和 3 年 10 月時点)</p> <p>7 意思決定支援研修を実施している都道府県数【全 47 都道府県／令和 6 年度末】(厚生労働省)</p> <p>8 成年後見制度の活用促進に関する周知(消費者庁) →1 回 (令和 5 年 3 月時点)</p> <p>9 特定援助対象者法律相談援助件数(法務省) →累積 3,767 件、令和 4 年度 883 件 (令和 5 年 2 月時点)</p>

	<p>10 身元保証等高齢者サポート事業に関する注意喚起 (消費者庁) → 1 回 (令和5年3月時点)</p> <p>11 地方公共団体の首長等に対する消費者安全確保地域協議会の設置などの直接的な働き掛けの実施状況【7地域/毎年度】 (消費者庁) → 7 地域 (令和5年2月時点)</p> <p>12 消費生活協力員・協力団体養成事業での講座開催数【2回以上/毎年度】 (消費者庁) → 4 回 (令和5年2月時点)</p>		
<p>KPI (アウトカム指標)</p>	<p>初期</p> <p>1 成年後見制度に関心を持つ国民の増加 (厚生労働省) → ポータルサイト(成年後見はやわかり)の訪問回数 819,578 回 (令和4年度)</p> <p>2 担い手 (市民後見人・法人後見実施団体) の養成研修を実施する都道府県数の増加 (厚生労働省) → 市民後見を推進するための研修実施状況 : 11 都道府県 (令和3年10月時点) → 法人後見を推進するための研修実施状況 : 16 都道府県 (令和3年10月時点)</p> <p>3 意思決定支援研修の受講者数の増加 (厚生労働省) → 意思決定支援研修の受講者数 5,217 人 (令</p>	<p>中期</p> <p>1 成年後見制度の申立件数の増加 (厚生労働省) → 成年後見関係事件の申立件数の合計 39,719 件 (令和4年)</p>	<p>最終</p> <p>1 身寄りのない独居高齢者やセルフネグレクトを含め、成年後見制度の利用を必要とする人が、本人の意思、特性、生活状況等に合わせて成年後見人等による支援を適切に受けられる体制の構築。(厚生労働省)</p> <p>2 身元保証等高齢者サポート事業に関する消費生活相談件数 (消費者庁) → 157 件 (令和4年度)</p> <p>3 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率【上昇】 (消費者庁)</p>

	<p>和4年度)</p> <p>4 身元保証等高齢者サポート事業におけるトラブル防止に向けた対応に関する認知度 (消費者庁)</p> <p>5 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率【50%以上】 (消費者庁) →34% (16 都道府県) (令和5年1月)</p> <p>6 地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用する市区町村の都道府県内人口カバー率【50%以上】 (消費者庁) →6% (3 都道府県) (令和4年4月)</p>		
取組	令和4年予定		
	<p>a 第二期成年後見制度利用促進基本計画に基づき、取組を推進 (厚生労働省)</p> <p>b 各都道府県において、介護支援専門員については成年後見制度や高齢者の権利擁護等の内容を含む介護支援専門員専門研修等を実施するとともに、介護職員については尊厳の保持等の内容等を含む介護職員初任者研修等を実施 (厚生労働省)</p> <p>c 都道府県等の消費者行政担当部局による成年後見制度の周知状況を把握し、地方消費者行政ブロック会議の場等における要請の方法を検討 (消費者庁)</p> <p>d 福祉機関の職員等を対象とした日本司法支援センターの業務説明会の開催 (法務省)</p> <p>e 日本司法支援センターウェブサイト、パンフレット等による特定援助対象者法律相談援助業務の周知 (法務省)</p> <p>f 消費生活相談等を基に現状を把握し、消費者に対する注意喚起を実施 (消費者庁)</p>		

- g 消費者が安心して身元保証等高齢者サポート事業を利用できるようにするため、必要な情報が必要な人に届くよう、関係行政機関等と適宜適切に連携し情報提供（厚生労働省）
- h 地方公共団体に対し、消費生活相談情報を提供（消費者庁）
- i 必要な措置の検討・実施（消費者庁）
- j 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置及び取組への支援（消費者庁）
- k 消費生活協力員、消費生活協力団体の活用支援（消費者庁）

**実績**

- a 第二期成年後見制度利用促進基本計画に基づき、アウトプット指標の1から7、アウトカム指標の1から3の取組等を推進（厚生労働省）
- b 各都道府県において、介護支援専門員については成年後見制度や高齢者の権利擁護等の内容を含む介護支援専門員専門研修等を実施するとともに、介護職員については尊厳の保持等の内容等を含む介護職員初任者研修等を実施した。（厚生労働省）
- c 令和4年4月に開催した都道府県等消費者行政担当課長会議において、身元保証等高齢者サポートサービスの契約時のポイントについて周知したほか、成年後見制度の更なる利用促進について周知した。（消費者庁）
- d 福祉機関の職員等に対し、業務説明会（司法ソーシャルワーク、特定援助対象者法律相談及び高齢者・障害者等の支援に関するもの）を開催した。（法務省）
- e 特定援助対象者法律相談援助業務を解説した動画（YouTube）の配信や、チラシ等の配布による周知活動を行った。（法務省）
- f, h 都道府県等消費者行政担当課長会議等を通じて、成年後見制度や身元保証等高齢者サポート事業に関する情報提供を実施した。（消費者庁）
- g サービスの利用を考えている方向けに、事業者やサービス内容を選ぶ上で注意すべきポイントや相談先の紹介等、相談への対応をまとめたパンフレットを厚生労働省ホームページ上において公表している。令和4年3月開催の全国介護保険・高齢者保健福祉担当課長会議において、同事業に係る相談への対応について、過去に発出した事務連絡や注意喚起内容を周知した。（厚生労働省）
- i 身元保証高齢者サポート事業について、総務省行政評価局の評価・監視対象に選定されたことを受け、適宜、総務省と連携（消費者庁、厚生労働省）
- j 地方消費者行政充実・強化のためのキャラバンの実施等を通じ、消費者安全確保地域協議会の設置等の地方公共団体の取組に対する働き掛けを推進（消費者庁）
- j, k 地方消費者行政に関する先進的モデル事業、消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業、これらの広報啓発など、地方への重層的な支援のための各種事業を実施（消費者庁）

重点項目 7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進

※Well-being 関連

<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若年者が返済能力を超えた借入れを行い、過大な債務を負うような事態が生じないように、貸金業者における日本貸金業協会が策定した自主ガイドラインの遵守状況や若年者への貸付状況についてモニタリングを行う。(金融庁)</li> <li>・若年者への消費者教育の推進による消費者被害の防止・減少(消費者市民社会の実現)(消費者庁、文部科学省)</li> <li>・電気通信分野における成年年齢引下げに伴う若年層の消費者トラブルの発生を防止する。(総務省)</li> <li>・若年者の与信が過大にならないよう、成年年齢引下げ後の若年者に対する過剰与信防止義務及び加盟店調査措置義務等の遵守状況のモニタリングを行う。(経済産業省)</li> </ul>		
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 消費者教育連携・協働推進全国協議会の参加者数【参加者数の増加】(文部科学省) →795 人(令和4年度)</p> <p>消費者庁 若者ナビ!のリーチ数【増加】(消費者庁) →8,624 人(令和4年3月)</p>		
<p>KPI (アウトカム指標)</p>	<p>初期</p> <p>1 地域での若年者向け消費者教育関連事業(講座等)の実施割合【令和5年度に15%以上】(消費者庁) →11.4%(令和4年2月)</p> <p>2 若年者の契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率【令和5年度に38%以上】(消費者庁) →35.7%(令和4年12月)</p> <p>3 教育委員会において、現在、重点的に行っている取組として「学校における消費者教育</p>	<p>中期</p> <p>1 被害の未然防止のための行動ができる若年者の割合【令和5年度に53%以上】(消費者庁) →50.0%(令和4年12月)</p> <p>2 被害に遭った際に相談等行動できる若年者の割合【令和5年度に78%以上】(消費者庁) →75.9%(令和4年12月)</p>	<p>最終</p> <p>1 消費者被害に遭った若年者の割合【令和5年度に18%以下】(消費者庁) →21.0%(令和4年12月)</p>

	<p>の充実」を挙げている割合【取組割合の増加】(文部科学省) →42.6%(令和3年6月)</p> <p>4 大学等における消費者関連(消費者問題に関する啓発・情報提供以外)の取組の割合【取組割合の増加】(文部科学省) →56.8%(令和3年6月)</p>		
取組	令和4年予定		
	<p>a 「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針ー消費者教育の実践・定着プランー」(令和4年3月31日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決定)に基づき必要な施策を実施(消費者庁、経済産業省、法務省、文部科学省、金融庁)</p> <p>b 当局の監督・検査により、日本貸金業協会が策定した自主ガイドラインの遵守状況をモニタリング(金融庁)</p> <p>c 「インターネットトラブル事例集」において、成年年齢引下げに伴う注意事項や相談窓口に関する情報を提供(総務省)</p> <p>d 「当局の監督・検査により、成年年齢引下げ後の若年者に対する過剰与信防止義務及び加盟店調査措置義務等の遵守状況をモニタリング(経済産業省)</p> <p>e 特定商取引法違反行為の厳正な取締り(消費者庁、経済産業省)</p> <p>f これまでの法務省の取組の進捗を踏まえ、令和4年4月1日に施行される成年年齢引下げに関する環境整備を推進するため、必要な取組を引き続き実施(法務省)</p>		
	実績		
	<p>a 私立高等学校、特別支援学校等を対象とした出前講座事業や、事業者における新人研修向け消費者教育プログラムの開発等を実施した。「18歳から大人」Twitterアカウント及び「18歳から大人」特設ページにおいて情報発信を実施した。(消費者庁)</p> <p>経済産業省ホームページに成年年齢引下げ特設サイトを開設するほか、インフルエンサーを起用したウェブコンテンツを展開し、クレジット契約・利用に係る情報提供、消費者トラブルの防止に向けた注意喚起を実施(経済産業省)</p> <p>各都道府県等を通じ各中学校、高等学校等に対し、令和4年度からの18歳成年を見据え高等学校段階までに社会において消費者として主体的に判断</p>		

し責任を持って行動できる能力を育むため作成された消費者教育教材についての周知等を実施した。各都道府県等を通じ各大学・専修学校等に対し、令和4年度からの18歳成年を見据え高等学校段階までに社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むため作成された消費者教育教材や新入学生等への成年年齢引下げ及び消費者被害防止に向けた注意喚起についての周知等を実施（文部科学省）

学校現場等に法曹有資格者を派遣し、契約や私法の基本的な考え方を学習する出前授業を実施。契約や私法の基本的な考え方を分かりやすく解説した法教育リーフレットを全国の高校2年生を対象として配布するとともに、同リーフレットに関する各種コンテンツをホームページで公開。各種イベントやSNSを活用した啓発・情報発信を実施（法務省）

改訂された学習指導要領に対応した授業を行うための高校生向け金融経済教育指導教材を作成し、授業等に利用可能な形で提供するとともに、当該教材を用いた高校生・教員向け授業動画等を公表した。金融庁・財務局職員による高等学校等での金融経済教育授業を実施するとともに、高等学校の家庭科教員の研修・研究授業への講師派遣を実施した。金融広報中央委員会（事務局：日本銀行）や業界団体等とともに大学向けの金融経済教育の連携講座を提供するとともに、大学生・新社会人向けのオンデマンド授業動画を提供した。各種イベント・セミナーへの登壇やテレビ等のメディアを活用した、金融知識の普及・成年年齢の引下げに関する講演等の啓発活動を行った。（金融庁）

b 財務局及び都道府県と連携しつつ、貸金業者による若年者への貸付状況のモニタリングを実施（金融庁）

c 「インターネットトラブル事例集」において、成年年齢引下げに伴う注意事項や相談窓口に関する情報を記載（総務省）

d 監督・検査を通じ、若年者に対する過剰与信防止のモニタリングを行った。（経済産業省）

e 特定商取引法による行政処分を実施（消費者庁、経済産業省）

f 成年年齢引下げ特設ウェブサイト「大人への道しるべ」、動画「1分でわかる成年年齢引下げ」、人気アニメ「東京リベンジャーズ」とタイアップした啓発動画等を掲載した特設ウェブサイトを公表し、引き続き広報・周知を実施した。（法務省）

## 重点項目 8. 消費者団体訴訟制度の推進

<p>目標</p>	<p>制度の運用状況を踏まえた見直しを行うとともに、消費者団体訴訟制度の活用による消費者被害の防止及び消費者被害の回復を促進する。(消費者庁)</p>		
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 消費者団体訴訟制度の説明会等の参加人数【240人以上／毎年度】(消費者庁)</p> <p>2 公表した消費者団体訴訟制度に関する周知・啓発媒体のページへのアクセス数【100万アクセス以上／毎年度】(消費者庁) →697,619 アクセス (令和4年度)</p> <p>3 各適格消費者団体等との情報連携の回数【16回／毎年度】(消費者庁) →25回 (令和5年3月)</p> <p>4 適格消費者団体等と地方公共団体との連携を高めるための会合への参加地方公共団体数【10団体／毎年度】(消費者庁)</p> <p>5 消費生活相談窓口へ差止請求事案に関する情報を提供 (消費者庁)</p>		
<p>KPI (アウトカム指標)</p>	<p>初期</p> <p>1 消費者団体訴訟制度の認知度【40%／令和6年度】(消費者庁) →17.9% (令和5年2月)</p> <p>2 適格消費者団体の認知度【30%／令和6年度】(消費者庁) →21.8% (令和5年2月)</p> <p>3 特定適格消費者団体の認知度【25%／令和6年度】(消費者庁) →18.5% (令和5年2月)</p> <p>4 特定適格消費者団体の認定件数【1団体／毎年度】(消費者庁) →0件 (令和5年3月)</p>	<p>中期</p> <p>—</p>	<p>最終</p> <p>1 適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論が得られた件数【50件／毎年度】(消費者庁) →33件 (令和5年3月)</p> <p>2 特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数【2件／毎年度】(消費者庁) →0件 (令和5年3月)</p>



取組	令和4年予定
	<ul style="list-style-type: none"> <li>a 適格消費者団体等の適正な認定・監督、適格消費者団体等に対する支援に関する取組（消費者庁）</li> <li>b 民事裁判手続のIT化の議論を踏まえた消費者裁判手続特例法上の手続のIT化の検討、必要な措置の実施（消費者庁）</li> <li>c 「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」報告書等を踏まえた必要な措置の実施（消費者庁）</li> <li>d 同報告書において将来の検討課題とされた事項について、制度の運用状況等を踏まえて必要な検討（消費者庁）</li> </ul>
	実績

	<ul style="list-style-type: none"> <li>a 適格消費者団体2団体の新規認定申請に対して認定審査を実施し、1団体を認定。また、特定適格消費者団体3団体からの特定認定更新申請に対し更新審査を実施し、全ての特定認定を更新。適格消費者団体等への支援の取組として、適格消費者団体連絡協議会を実施した（令和4年9月及び令和5年3月）。（消費者庁）</li> <li>b 令和4年3月に、消費者裁判手続特例法の一部の改正内容を含む「民事訴訟法等の一部を改正する法律案」が閣議決定され、第208回国会において「民事訴訟法等の一部を改正する法律」が成立した。（消費者庁）</li> <li>c 令和4年3月に、「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の一部を改正する法律案」を提出し、第208回国会において「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の一部を改正する法律」が成立。また、同改正法の施行準備として、「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の一部を改正する法律の施行に伴う関係政令の整備等に関する政令（案）」等に関する意見募集を実施し、令和5年1月に公布した。（消費者庁）</li> <li>d 制度の運用状況等について、随時収集・分析を行った。（消費者庁）</li> </ul>
--	---

重点項目 9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進 ※Well-being 関連

※SDGs 開発目標 12、Well-being 関連

目標	事業系食品ロス、家庭系食品ロス共に、2030 年度までに食品ロス量を半減する（2000 年度比）。（消費者庁）		
KPI（アウトプット指標）	<p>1 食品ロス削減推進表彰の応募件数【100 件／毎年度】（消費者庁、環境省） →128 件（令和4年度）</p> <p>2 川柳コンテストの応募件数【10,000 件／毎年度】（消費者庁） →13,708 件（令和4年度）</p> <p>3 食品ロス削減特設サイトのアクセス数【2,000,000 回／毎年度】（消費者庁） →2,648,932 回アクセス（令和4年度）</p> <p>4 食品ロス削減推進サポーターの認定数【100 人／毎年度】（消費者庁） →1,427 人（令和4年度）</p> <p>5 商慣習の見直し等に取り組む事業者数（農林水産省） →納品期限の緩和：240 事業者（昨年度 186 事業者） 賞味期限表示の大括り化：267 事業者（昨年度 223 事業者） 賞味期限の延長：182 事業者 フードバンク・子ども食堂等への食品の提供：243 事業者（いずれも令和4年10月末時点）</p>		
KPI（アウトカム指標）	初期	中期	最終
	1 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【80%／令和7年度】（消費者庁） →76.9%（令和4年9月時点）	—	2 食品ロス発生量【家庭系：216 万トン、事業系：273 万トン／令和12年度】（消費者庁） →家庭系：247 万トン、事業系：275 万トン（2020年度時点）
取組	令和4年予定		
	<p>a 食品ロス削減月間（10 月）及び食品ロス削減の日（10 月 30 日）を中心として、食品ロスの現状や食品ロス削減の重要性、賞味期限は「おいしいめやす」であること、実際の取組等についての普及・啓発の実施（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>b 食品ロス発生量推計及び発生要因分析の実施（農林水産省、環境省）</p> <p>c 食品ロスの削減に関する消費者の意識調査、全国での取組事例の収集（消費</p>		

	<p>者庁)</p> <p>d 食品関連事業者による食品ロス削減のための商慣習の見直し等の取組を推進するとともに、このような食品関連事業者の取組に係る消費者への情報提供の実施 (消費者庁、農林水産省、経済産業省)</p> <p>e 諸外国における先進的な取組や制度に関する調査の実施 (消費者庁)</p> <p>f 季節のイベント等に合わせた消費者・事業者等への普及啓発の実施 (宴会シーズンの食べきり・持ち帰り (mottECO) の推進、恵方巻き、食料備蓄におけるローリングストック法の導入等) (消費者庁、農林水産省、環境省)</p> <p>g 食品ロス削減推進表彰の実施 (消費者庁、環境省)</p> <p>h 「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施 (消費者庁)</p> <p>i 地域の特性を踏まえた取組推進に向けた地方公共団体による食品ロス削減推進計画策定に向け、説明会の開催等による支援 (消費者庁、環境省)</p> <p>j 食品ロス削減の推進に向けた地方における先進的なモデル的取組への支援 (消費者庁)</p> <p>k 「新しい生活様式」における食品ロス削減の工夫や留意事項の普及・啓発 (消費者庁)</p> <p>l 地方公共団体による食品ロス削減の取組への支援にも資する「食品ロス削減推進サポーター」の育成 (消費者庁)</p> <p>m 役割を終えた災害用備蓄食品について、各府省庁の提供情報を取りまとめ、ポータルサイトで公表 (農林水産省)</p> <p>n 恵方巻きを始めとする季節食品の需要に見合った販売の継続的な推進 (消費者庁、農林水産省、環境省)</p> <p>o フードバンク活動に対して必要な支援を行うとともに、寄附金付き未利用食品の販売によるフードバンク活動支援等に活用する新たな仕組み構築の検討・実証 (農林水産省、消費者庁)</p> <p>p 命の大切さや食への感謝の気持ちを養うなど、学校の教科等を通じて食品ロスの削減に関する理解と実践の促進 (文部科学省)</p> <p>q 食品ロスの削減及び食品リサイクルに先進的に取り組む地方公共団体・事業者等を支援するため、食品廃棄ゼロエリア創出の推進モデル事業等を実施 (環境省)</p> <p>r 地方公共団体が食品ロス削減に取り組む際の留意点等を取りまとめた「自治体職員向け食品ロス削減のための取組マニュアル」の更新・普及 (環境省)</p> <p>s 食品ロスに関する情報を集約したウェブサイト「食品ロスポータルサイト」の管理・運営 (環境省)</p> <p>t 地方公共団体における食品ロス発生量の把握調査の実施支援 (環境省)</p> <p>u 食品ロス削減推進法第 19 条第 3 項に基づく、食品の提供等に伴って生ずる法的責任の在り方に関する調査及び検討 (消費者庁、関係省庁)</p> <p>v 食品ロス削減に関する関係省庁会議・関係省庁連絡会議を開催し、関係省庁の連携を強化するとともに、食品ロス削減に向けた取組を加速化 (消費者庁)</p>
--	---

実績
<p>a 「てまえどり」の呼び掛けや食品ロス削減全国大会の開催支援など、食品ロス削減月間（10月）に合わせて集中的な情報発信及び普及啓発を実施するとともに、消費者庁では、賞味期限が「おいしいめやす」であることについて普及啓発を実施（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>b 食品ロス発生量推計及び発生要因分析を実施（農林水産省、環境省）</p> <p>c 食品ロスの削減に関する消費者の意識調査を実施するとともに、事業者や地方公共団体による取組事例を収集し、「令和3年度地方公共団体における食品ロス削減の取組について」等を公表（消費者庁）</p> <p>d 食品ロス削減に向けた取組の加速化について、食品製造・卸・小売・外食等関係団体に対して3省庁連名の通知を発出するとともに、10月30日を「全国一斉商慣習見直しの日」として、食品小売事業者における納品期限の緩和や食品製造事業者における賞味期限表示の大括り化（年月表示、日まとめ表示）の取組を呼び掛け。また、食品事業者等による取組を可視化するための「食品ロス削減自主宣言」の募集を開始（消費者庁、農林水産省、経済産業省）</p> <p>e 「諸外国におけるナッジ理論を活用した食品ロス削減の先進的事例調査」及び「韓国における食品寄附の実態及び食品廃棄物・食品ロス削減に関する制度的対応についての調査」を実施し、報告書を公表（消費者庁）</p> <p>f 季節のイベント等に合わせた消費者・事業者等への普及啓発を実施（宴会シーズンの食べきり・持ち帰り（mottECO）の推進、恵方巻き）（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>g 令和4年度食品ロス削減推進推進表彰を6～8月に実施（消費者庁、環境省）</p> <p>h 「令和4年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストを10月に実施（消費者庁）</p> <p>i 全国食べきりネットワーク総会（10月30日開催）において、関係省庁から施策や予算事業等を説明（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>j 地方公共団体と連携して、大規模イベントにおける食品ロス削減実証を実施（消費者庁）</p> <p>k 宴会シーズンに合わせてテイクアウト時の適量購入や家庭での食べきりについて啓発を実施（消費者庁）</p> <p>l 「食品ロス削減推進サポーター」制度に関心を持っている人に対してサポーター制度に関する講座を開催（消費者庁）</p> <p>m 役割を終えた災害用備蓄食品について、各府省庁の提供情報を取りまとめ、ポータルサイトで公表（農林水産省）</p> <p>n 恵方巻きの予約販売及び予約購入を呼び掛け（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>o フードバンク活動に対して必要な支援を行うとともに、寄附金付き未利用食品の販売によるフードバンク活動支援等に活用する新たな仕組み構築の検討・実証（農林水産省、消費者庁）</p> <p>p 小学生用・中学生用食育教材「食に関する指導の手引」等において食品ロ</p>

	<p>スの削減について取り上げ（文部科学省）</p> <p>q 食品ロスの削減及び食品リサイクルに先進的に取り組む地方公共団体・事業者等を支援するため、食品廃棄ゼロエリア創出の推進モデル事業等を実施（環境省）</p> <p>r 地方公共団体が食品ロス削減に取り組む際の留意点等を取りまとめた「自治体職員向け食品ロス削減のための取組マニュアル」の更新・普及（環境省）</p> <p>s 食品ロスに関する情報を集約したウェブサイト「食品ロスポータルサイト」の管理・運営（環境省）</p> <p>t 地方公共団体における食品ロス発生量の把握調査の実施支援（環境省）</p> <p>u 米国、フランス、韓国等の諸外国における寄付・提供した食品に起因する事故・損害等が発生した場合の免責等の調査結果に基づき、我が国における食品の寄付に当たっての法的責任等の在り方について、関係省庁と連携し検討中（消費者庁、関係省庁）</p> <p>v 食品ロス削減に関する関係省庁連絡会議を開催し、食品ロスの削減に関する取組の進捗についてフォローアップを実施（消費者庁）</p>
--	--

## 重点項目 10. エシカル消費の普及啓発

※SDGs 開発目標 12、13、14、15、17、Well-being 関連

<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ エシカル消費の普及啓発を通じた社会の持続可能な発展と改善の実現（消費者市民社会の実現）（消費者庁）</li> <li>・ 生態系や資源の持続性に配慮した方法で漁獲・生産された水産物を消費者が選択して購入できるよう水産エコラベルの認証数を増加させる。（農林水産省）</li> <li>・ 情報提供事業・普及啓発事業の実施により、循環型社会の形成を推進する。（環境省）</li> <li>・ “プラスチックとの賢い付き合い方”をキーワードとした国民運動の展開等の施策を、関係機関と連携し、総合的に講じることで、海洋ごみの発生抑制の更なる推進をする。（環境省）</li> <li>・ 脱炭素社会作りに向けたライフスタイルの変革（環境省）</li> </ul>
<p>KPI（アウトプット指標）</p>	<p>1 消費者庁 HP でのエシカル消費の啓発資材等へのアクセス数【48,000 件／令和5年度】（消費者庁） →45,503 件（令和4年度）</p> <p>2 企業、団体、地方自治体の取組件数【登録件数 330 件以上／令和5年度】（消費者庁） →321 件（令和4年3月（累積））</p> <p>3 エシカル消費特設サイトのアクセス数【260,000 件以上／令和5年度】（消費者庁） →240,675 件（令和4年度）</p> <p>4 サステナブルファッション特設サイトのアクセス数【30,000 件以上／令和5年度】（消費者庁） →25,905 件（令和4年度）</p> <p>5 水産エコラベルの認証取得を希望する事業者に向けたコンサルティングの実施数（農林水産省）</p> <p>6 選ぼう！3R キャンペーンの実施（環境省） →選ぼう！3R キャンペーン 2022 を実施（令和4年10月～12月）</p> <p>7 3R 推進全国大会の開催（循環型社会形成推進功労者表彰、ポスターコンクール）（環境省） →第16回3R推進全国大会を開催（令和4年10月）</p>

	<p>8 「プラスチック・スマート」取組登録数【登録者数の増加3,500件／令和5年度】(環境省) →3,142件(令和5年2月)</p> <p>9 「COOL CHOICE」への賛同数(環境省) →個人約631万人、企業・団体約18.8万事業所(令和3年度(累積))</p>		
KPI (アウトカム指標)	初期	中期	最終
	<p>1 地域での講座等の実践割合【25%／令和5年度】(消費者庁) →21.8%(令和4年4月)</p> <p>2 エシカル消費・消費者市民社会の認知度【32%・28%／令和5年度】(消費者庁) →26.9%・25.2%(令和4年11月)</p> <p>3 サステナブルファッションの認知度【45%／令和5年度】(消費者庁) →41.1%(令和4年11月)</p> <p>4 海岸漂着物等地域対策推進事業で回収される海洋ごみの量(t)【毎年度減少】(環境省) →27,750t(令和2年度)</p>	<p>1 エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合【32%／令和5年度】(消費者庁) →28.7%(令和4年11月)</p> <p>2 エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合【78%／令和5年度】(消費者庁) →76.4%(令和4年11月)</p> <p>3 サステナブルファッションを実践する消費者の割合【72%／令和5年度】(消費者庁) →69.2%(令和4年11月)</p> <p>4 クールビズ及びウォームビズの実施率(環境省) 【クールビズ(業務)91.6%、クールビズ(家庭)93.2%、ウォームビズ(業務)91.5%、ウォームビズ(家庭)94.5%／令和7年度】(環境省)</p> <p>5 家庭エコ診断実施世帯数【830千世帯／令和7年度】(環境省)</p>	<p>1 国内における国際的に通用する水産エコラベルの生産段階認証の認証数【225件／令和7年度】(農林水産省)</p> <p>2 具体的な3R行動の実施率【43.8%／令和7年度】(環境省)</p> <p>3 クールビズ及びウォームビズの実施率【100%／令和12年度】(環境省)</p> <p>4 家庭エコ診断実施世帯数【1,555千世帯／令和12年度】(環境省)</p>

取組	令和4年予定
	<p>a 消費者月間を活用した啓発（消費者庁）</p> <p>b エシカル消費の普及啓発（ワークショップの実施、各種イベント等への積極的な参画、学校用教材の提供等）（消費者庁）</p> <p>c 特設サイトを活用したエシカル消費に関する事例等の積極的な情報発信（消費者庁）</p> <p>d 食と農林水産業の持続性に関心が高い団体・企業が連携し、持続可能な商品の販売や広報等に取り組む「サステナウィーク」及び食や農林水産業に関わる持続可能なサービス・商品を扱う地域・生産者・事業者の取組を分かりやすく紹介する動画を表彰する「サステナアワード」を行う。（農林水産省、消費者庁、環境省）</p> <p>e みどりの食料システム戦略の実現に向け、環境負荷低減に資する農産物の理解が進み、選択につながるよう、環境負荷低減の「見える化」を通じて、消費者への適切な情報の提供を行う。（農林水産省）</p> <p>f 水産エコラベルについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際基準の維持に向けた規格等の改訂（農林水産省）</li> <li>・ 国内外で開催されるシーフードショー等への出展（農林水産省）</li> <li>・ 認証取得を希望する事業者に向けたコンサルティングの実施（農林水産省）</li> <li>・ 審査体制強化に向けた認証審査員等研修会の開催（農林水産省）</li> <li>・ 海外の水産エコラベル等に関する実態調査（農林水産省）</li> <li>・ SNS等を活用した国内消費者向けのPR活動（農林水産省）</li> </ul> <p>g 合法伐採木材等の利用促進について、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 木材等の合法性の確認に必要な各国の法令等の情報の収集及び提供（クリーンウッド・ナビ）</li> <li>・ 合法伐採木材等の利用を確保するための措置を適切かつ確実に講ずる木材関連事業者の登録促進</li> <li>・ 「木づかい運動」と連携した消費者への普及啓発（農林水産省、経済産業省、国土交通省）</li> </ul> <p>h ウェブサイト「Re-Style」による情報提供の実施（環境省）</p> <p>i 3R推進全国大会、地域特性を踏まえた実効的なイベント等の実施（環境省）</p> <p>j 選ぼう！3Rキャンペーンの実施（環境省）</p> <p>k 全国一斉清掃キャンペーン「海ごみゼロウィーク 2022」の実施（環境省）</p> <p>l 海ごみゼロアワード 2022の実施（環境省）</p> <p>m プラスチック・スマートシンポジウムの開催（環境省）</p> <p>n 対策の課題や取組ヒントが得られるプラスチックスマートオンラインプラットフォームの構築（環境省）</p> <p>o 脱炭素社会づくりに貢献する製品への買換え・サービスの利用・ライフスタイルの選択など地球温暖化対策に資するあらゆる賢い選択を促す「COOL CHOICE」の展開（環境省）</p> <p>p 在宅時間の増加に伴い、家庭の省エネ対策としてインパクトの大きいエコ</p>



	<p>住宅・断熱リフォームと省エネ家電への買換えを促進する「みんなでおうち快適化チャレンジ」キャンペーンを関係省庁や関係業界等と連携して実施（環境省）</p> <p>q 再生可能エネルギー（再エネ）の導入・利用をサポートするポータルサイト「再エネ スタート」にて、個人、地方自治体、企業それぞれに再エネ導入・利用のメリットや具体的な方法や取組事例などの情報提供を実施（環境省）</p> <p>r 衣食住・移動・買物など日常生活におけるアクションとそのメリットをまとめた「ゼロカーボンアクション30」の呼び掛けを実施（環境省）</p> <p>s 消費者による環境配慮製品・サービスの選択等の行動に対して企業・地域が新たにポイントを発行する取組を支援する食とくらしの「グリーンライフ・ポイント」推進事業の実施（環境省）</p> <p>t 家電の省エネ性能の比較のできる「しんきゅうさん」や、家庭でのCO2排出量や削減可能量を見える化する「家庭エコ診断」（うちエコ診断）による省エネ家電への買換え・脱炭素ライフスタイルの促進（環境省）</p>
<b>実績</b>	
	<p>a 消費者月間において、インフルエンサーを活用する等、啓発活動を実施（消費者庁）</p> <p>b 全国の様々な場所において、ワークショップの実施及び各種イベント等に積極的に参画してエシカル消費の普及啓発を行うとともに学校用教材のデジタル化及び全国展開を検討・実施（消費者庁）</p> <p>c エシカル消費に関する事例等を収集し、特設サイトを充実させエシカル消費に関する事例等を積極的に情報発信（消費者庁）</p> <p>d 「サステナウィーク」では、温室効果ガス削減効果の「見える化」と「見た目重視から持続性重視」をテーマに、持続可能な生産消費に関するイベントを実施するとともに、新聞・テレビ等で広報を行った。「サステナアワード」において優れた取組動画を表彰し、日本の食と農林水産業のサステナビリティに関する優良事例を国内及び生物多様性条約第15回締約国会議の機を捉えて海外に発信（農林水産省、消費者庁、環境省）</p> <p>e 「みどりの食料システム戦略」に基づき、生産者の温室効果ガス削減の取組の効果を簡易に算定するシートを作成。これを使い消費者に分かりやすいラベル表示を行う温室効果ガス削減の「見える化」実証を令和4年9月から開始（農林水産省）</p> <p>f 水産エコラベルについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際基準の維持に向けた規格等を改訂（農林水産省）</li> <li>・ 国内外で開催されるシーフードショー等へ出展（農林水産省）</li> <li>・ 認証取得を希望する事業者に向けたコンサルティングを実施（農林水産省）</li> <li>・ 審査体制強化に向けた認証審査員等研修会を開催（農林水産省）</li> <li>・ 海外の水産エコラベル等に関する実態調査を実施（農林水産省）</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ SNS 等を活用した国内消費者向けの PR 活動を実施（農林水産省）</li> </ul> <p>g 合法伐採木材等の利用促進について、</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 木材等の合法性の確認に必要な各国の法令等の情報の収集及び提供（クリーンウッド・ナビ）</li> <li>・ 合法伐採木材等の利用を確保するための措置を適切かつ確実に講ずる木材関連事業者の登録促進</li> <li>・ 「木づかい運動」と連携した消費者への普及啓発（農林水産省、経済産業省、国土交通省）</li> </ul> <p>h ウェブサイト「Re-Style」において3Rについての情報提供を実施した（環境省）</p> <p>i 3R 推進全国大会を実施した（令和4年10月27日、都内にて大会実施）（環境省）</p> <p>j 選ぼう！3R キャンペーンの実施（環境省）</p> <p>k 「海ごみゼロウィーク 2022」について春（令和4年5月28日～同年6月12日）、秋（令和4年9月17日～同年9月25日）の2回実施した。（環境省）</p> <p>l 対応なし（共同実施者との協議により中止とすることとなったため）（環境省）</p> <p>m 海ごみをテーマにオンラインにてシンポジウムを実施した。（環境省）</p> <p>n プラスチック・スマート Web サイトのオンラインプラットフォームを構築、運営を行った。（環境省）</p> <p>o 産業界・労働界・地方公共団体・NPO 等と連携し、多様なアプローチ手法・ツールによる効果的な情報提供を通じて、「COOL CHOICE」を展開した（環境省）</p> <p>p 「みんなでおうち快適化チャレンジ」キャンペーンを、年間を通して関係省庁や関係業界等と連携して実施した（環境省）</p> <p>q 「再エネ スタート」にて、個人、地方自治体、企業それぞれに再エネ導入・利用のメリットや具体的な方法や取組事例などの情報提供を実施した（環境省）</p> <p>r 脱炭素型のライフスタイルの実践につなげる「ゼロカーボンアクション 30」の具体的な内容について、WEB やラジオ等のメディアを活用した幅広い層に対する呼び掛けを実施した（環境省）</p> <p>s 「グリーンライフ・ポイント」推進事業を実施した（環境省）</p> <p>t 「家庭エコ診断」（うちエコ診断）による省エネ家電への買換え・脱炭素ライフスタイルの促進を行った（環境省）</p>
--	--

重点項目 11. 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進

※SDGs 開発目標 8、12

目標	事業者における公益通報対応体制整備の徹底を図り、コンプライアンス確保を図る。(消費者庁)		
KPI (アウトプット指標)	1 説明会等(国の行政機関、地方公共団体、民間事業者(義務対象・努力義務対象)等向け)への参加人数(消費者庁) →2,078人(令和5年3月末時点)		
KPI (アウトカム指標)	初期	中期	最終
	1 公益通報者保護制度に対する認知度や意識【前回調査比向上】(消費者庁) →認知度:大企業46%、中小企業43%(平成28年度)  2 民間事業者(義務対象・努力義務対象)の体制整備状況【前回調査比向上】(消費者庁) →内部公益通報窓口の設置率:中小企業40.2%(平成28年度)	1 公益通報者保護制度に対する理解度【前回調査比向上】(消費者庁)	—
取組	令和4年予定		
	a 内部公益通報対応体制整備義務違反に対する行政措置の実施(消費者庁) b 内部公益通報対応体制整備の努力義務対象者に対する体制整備の促進(消費者庁) c 説明会の実施、広報資料の作成・配布等による制度の周知・啓発(消費者庁) d 実態調査等の実施(消費者庁) e 内部公益通報制度に係る認証制度の見直しの検討(消費者庁)		
	実績		
a 事業者に対する体制整備状況に関する調査等を18件実施(令和5年3月末時点)(消費者庁) b, c 公益通報ハンドブック(改正法準拠版)の作成・配布、動画広告の実施、啓発資料・解説動画の作成・公開、公益通報者保護制度相談ダイヤル(一元			

	<p>的相談窓口)での対応、説明会(国の行政機関、地方公共団体、民間事業者向け)の開催、説明会動画の配信及び説明会資料の公開、各種団体の主催する勉強会等への講師派遣等を実施(消費者庁)</p> <p>d, e 対応なし(令和5年度以降実施予定のため)(消費者庁)</p>
--	---

重点項目 12. デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の確保

<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コロナ禍において消費者の電子商取引による食品の購買が増加傾向にあることから、Codex におけるインターネット販売での食品表示に係る国際的なルール作りの議論も踏まえつつ、インターネット販売における食品に関する情報提供の考え方を検討する。(消費者庁)</li> <li>・消費者にとってデジタルプラットフォーム (DPF) が安心・安全なインターネット取引の場となる。(消費者庁)</li> <li>・デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の確保のためには、一般消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保のため不当表示を減少させることは重要であり、そのために、不当表示に対する景品表示法の厳正な運用を行う。(消費者庁)</li> </ul>		
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 官民協議会で共有する問題等【2項目以上/毎年度】(消費者庁) →5項目 (令和4年度)</p> <p>2 アフィリエイト広告やステルスマーケティングを含むインターネット広告の景品表示法に違反する行為に対する、厳正な対処 (参考指標: 措置命令件数、課徴金納付命令件数、指導件数) (消費者庁) →措置命令件数 34 件 →課徴金納付命令件数 11 件 →指導件数 72 件</p> <p>3 景品表示法について都道府県の担当者も含めた執行担当者に対する研修や意見交換等 (新たな制度の改正も含む。) の実施 (消費者庁) →14 回</p>		
<p>KPI (アウトカム指標)</p>	<p style="text-align: center;">初期</p> <p>1 取引 DPF 消費者保護法制度の認知度【毎年度増加】(消費者庁) →8.3% (令和5年2月)</p> <p>2 インターネット上の広告の監視業務について、より多くの範囲の監視を効率的に行うための方策の検討、実行 (消費者庁)</p>	<p style="text-align: center;">中期</p> <p>1 取引 DPF 消費者保護法 10 条に基づく申出件数【毎年度増加】(消費者庁)</p> <p>2 取引 DPF 消費者保護法第 5 条に基づく開示請求の件数【毎年度増加】(消費者庁)</p> <p>3 表示の適正化により、一般消費者の適正な</p>	<p style="text-align: center;">最終</p> <p>1 PIO-NET における取引 DPF に関する相談件数【減少傾向】(消費者庁)</p> <p>2 景品表示法の厳正な運用の長期的な継続 (参考指標: 措置命令件数、課徴金納付命令件数、行政指導件数) (消費者庁)</p> <p>3 不当表示の未然防止</p>

	<p>3 景品表示法の執行担当者における理解の促進 (消費者庁)</p>	<p>商品選択の機会を確保 (参考指標: インターネット上の広告の監視業務の結果公表資料へのアクセス数) (消費者庁) →19, 930 回</p> <p>4 都道府県を含めた執行担当者における理解の促進や知見の共有を通じた景品表示法の厳正な運用 (消費者庁)</p>	<p>の継続 (参考指標: 研修や講師派遣の回数、アンケートの理解度) (消費者庁) →研修や講師派遣の回数 170 件、アンケートの理解度 96.5% (よくわかった、概ねわかったと回答した方の割合)</p>
取組	令和4年予定		
	<p>a 取引 DPF 消費者保護法に対する附帯決議において適切な措置を講ずべきとされた事項について、同法の施行状況を注視しつつ適切に検討を行う。(消費者庁)</p> <p>b インターネット販売における食品に関する情報提供について作成したガイドブック (令和4年度版) について、Codex 等を踏まえての必要に応じた更新及び情報提供の考え方の検討 (消費者庁)</p> <p>c アフィリエイト広告等に関する検討会の報告書への対応として、アフィリエイト広告について、景品表示法第 26 条に基づく広告主が講ずべき措置に関する新たな指針の策定等を行うことにより、アフィリエイト広告における不当表示の未然防止・早期是正に向けた取組、景品表示法検討会におけるステルスマーケティングへの対応等を行う。(消費者庁)</p> <p>d デジタル広告市場の競争状況の最終報告を踏まえ、関係省庁と連携しながらルール整備に取り組む。(内閣官房)</p>		
	実績		
<p>a (委託調査の結果と附帯決議の回答内容を踏まえて記載) (消費者庁)</p> <p>b インターネット販売における食品に関する情報提供については、令和4年6月に「インターネット販売における食品表示の情報提供に関するガイドブック」を公表した。(消費者庁)</p> <p>c アフィリエイト広告については、「アフィリエイト広告等に関する検討会」の報告書に基づき、令和4年6月に景品表示法第 26 条に基づく「事業者が講ずべき景品類の提供及び表示の管理上の措置についての指針」の一部改正を行い、アフィリエイト広告が当該指針の対象に含まれることを明確化した。ステルスマーケティングについては、令和4年9月より「ステルス</p>			

マーケティングに関する検討会」を開催し、ステルスマーケティングを景品表示法第5条第3号の新たな不当表示に指定するべきであるとする提言を行った報告書を同年12月に取りまとめ公表した。(消費者庁)

d 特定デジタルプラットフォームの透明性及び公正性の向上に関する法律の適用対象となる事業にデジタル広告を追加するための政令改正やその他のルール整備について、デジタル市場競争会議ワーキンググループで議論し(第37回デジタル市場競争会議ワーキンググループ)、令和4年7月5日に同政令改正案が閣議決定された。(内閣官房)

重点項目13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育推進のための体制の整備

<p>目標</p>	<p>消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進による消費者被害の防止・減少（消費者市民社会の実現）（消費者庁）</p>		
<p>KPI（アウトプット指標）</p>	<p>1 消費者教育連携・協働推進全国協議会の参加者数【令和5年度に900人以上】（文部科学省） →795人（令和4年度）</p> <p>2 国民生活センターにおける消費者教育推進のための研修の実施状況【独立行政法人国民生活センター中期目標に準じる／毎年度】、国民生活センターにおける消費者教育推進のための研修受講者数（消費者庁） →498人（令和3年度）</p> <p>3 消費者教育コーディネーター会議の参加者数【令和5年度に100人以上】（消費者庁） →83人（令和4年度）</p> <p>4 事業者向け研修の実施状況・受講者数（消費者庁）</p> <p>5 消費者教育ポータルサイトのアクセス件数、教材件数、取組件数、講師派遣団体数【アクセス件数380,000件】（消費者庁） →アクセス数：357,573件、教材531件、取組件数：14件、講師派遣団体数：114団体（令和5年3月時点）</p>		
<p>KPI（アウトカム指標）</p>	<p>初期</p> <p>1 消費者教育推進計画の策定状況【令和6年度に指定都市及び中核市で50%以上】（消費者庁） →37.8%（18指定都市、13中核市）（令和4年4月）</p> <p>2 消費者教育地域協議会の設置状況【令和6年度に指定都市及び中核市で50%以上】</p>	<p>中期</p> <p>1 被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合【令和5年度に48%以上】（消費者庁） →45.9%（令和4年12月）</p> <p>2 被害に遭った際に相談等行動できる消費者の割合【令和5年度に70%以上】（消費者庁） →67.9%（令和4年12月）</p>	<p>最終</p> <p>1 消費者被害に遭った人の割合【令和5年度に15%以下】（消費者庁） →18.8%（令和4年12月）</p>



	<p>(消費者庁)</p> <p>→37.8% (18 指定都市、13 中核市) (令和4年4月)</p> <p>3 消費者教育コーディネーター配置済の地方公共団体の数【令和6年度に47 都道府県での配置】(消費者庁)</p> <p>→40 都道府県 (令和4年4月)</p> <p>4 地域サポーター配置済の地方公共団体の数【令和6年度に配置都道府県数増加】(消費者庁)</p> <p>→26 都道府県 (令和4年4月)</p> <p>5 教育委員会において、現在、重点的に行っている取組として「学校における消費者教育の充実」を挙げている割合【令和5年度に50%以上】(文部科学省)</p> <p>→42.6%(令和3年6月)</p> <p>6 大学等における消費者関連(消費者問題に関する啓発・情報提供以外)の取組の割合【令和5年度に65%以上】(文部科学省)</p> <p>→56.8%(令和3年6月)</p> <p>7 地域での消費者教育関連事業(講座等)の</p>	<p>3 被害防止のために周囲に働き掛けできる消費者の割合【令和5年度に27%以上】(消費者庁)</p> <p>→23.5% (令和4年12月)</p>	
--	---	--	--

	<p>実施割合【目標：令和5年度に40%以上の自治体での実施】(消費者庁) →36.4% (令和4年4月)</p> <p>8 契約等消費生活(消費者被害)に関する知識の正答率【目標：令和5年度に38%以上】(消費者庁) →34.6% (令和4年12月)</p>		
取組	令和4年予定		
	<p>a 消費者教育推進会議の開催 (消費者庁、文部科学省)</p> <p>b 消費者教育の推進に関する基本方針の変更 (消費者庁、文部科学省)</p> <p>c 消費者教育ポータルサイトでの情報提供・発信 (消費者庁)</p> <p>d 消費者教育コーディネーターの育成・配置に向けた取組支援 (消費者庁、文部科学省)</p> <p>e 大学・専修学校等における消費者教育の推進 (消費者庁、文部科学省)</p> <p>f 中学校等における消費者教育プログラムの周知等 (消費者庁)</p> <p>g 「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針—消費者教育の実践・定着プラン—」(令和4年3月31日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決定)に基づき必要な政策を実施 (消費者庁、文部科学省)</p>		
	実績		
<p>a 消費者教育推進会議等を6回開催 (消費者庁)</p> <p>a, b, d 消費者教育連携・協働推進全国協議会等において、情報提供及び周知・啓発を実施 (文部科学省)</p> <p>b 消費者教育推進会議等において議論を行い、令和5年3月に変更の閣議決定 (消費者庁)</p> <p>c 消費者教育の担い手等に対し、消費者教育ポータルサイトの活用を促進 (消費者庁)</p> <p>d 令和4年7月に第2回消費者教育コーディネーター会議を開催 (消費者庁) 国民生活センターにおいて、消費者教育推進のための研修を実施 (消費者庁)</p> <p>e, f, g 中学校、私立高等学校、大学等を対象とした出前講座事業や、事業者における新人研修向け消費者教育プログラムの開発等を実施 (消費者庁) 消費者教育連携・協働推進全国協議会等において、情報提供及び周知・啓発を実施 (文部科学省)</p>			

全国の指導主事等を対象とする会議等の場を通じて学習指導要領の趣旨の周知・徹底を実施（文部科学省）

各都道府県等を通じ各中学校、高等学校等に対し、令和4年度からの18歳成年を見据え、高等学校段階までに社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むため作成された消費者教育教材についての周知等を実施（文部科学省）

成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プランを踏まえた消費者教育の充実について全国の教職課程を置く大学に周知等を実施（文部科学省）

大学等関係者を対象とした会議において、大学における消費生活センター等と連携した消費者教育の実施等について周知。（文部科学省）

e 各都道府県等を通じ各中学校、高等学校等に対し、令和4年度からの18歳成年を見据え高等学校段階までに社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むため作成された消費者教育教材についての周知等を実施（文部科学省）

重点項目 14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた地方公共団体への支援等

※SDGs 開発目標 1、3、4、10、12、16、17

<p>目標</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地方消費者行政の機能を強化し、相談体制を充実させる。(消費者庁)</li> <li>・地方消費者行政を中核として、消費者被害の未然防止・拡大防止を実現する。(消費者庁)</li> </ul>		
<p>KPI (アウトプット指標)</p>	<p>1 地方公共団体の首長等に対する相談体制の機能強化やデジタル化などの直接的な働き掛けの実施状況【7地域/毎年度】(消費者庁) →7地域 (令和5年2月)</p> <p>2 各地域の地方公共団体の消費者行政担当者等との情報共有・意見交換を行う会議等の実施回数【ブロック会議については7地域/毎年度、担当課長会議については1回/毎年度】(消費者庁) →ブロック会議：7地域/担当課長会議：1回 (令和5年2月)</p> <p>3 消費生活相談員担い手確保事業の受講者数【1,600名/毎年度】(消費者庁)</p> <p>4 消費者ホットラインや消費生活センターに関する広報事業の実施回数(消費者庁) →1回 (令和5年2月)</p> <p>5 国民生活センターでの研修実施状況【※独立行政法人国民生活センター中期目標に準じる/毎年度】(消費者庁)</p> <p>6 消費生活協力員・協力団体養成事業での講座開催数【2回以上/毎年度】(消費者庁) →4回 (令和5年2月)</p>		
<p>KPI (アウトカム指標)</p>	<p>初期</p> <p>1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%以上】(消費者庁) →57% (27 都道府県) (令和4年4月)</p> <p>2 消費生活相談員配置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%</p>	<p>中期</p> <p>—</p>	<p>最終</p> <p>1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【上昇】(消費者庁)</p> <p>2 若年者の消費生活センターの認知度【上昇】(消費者庁)</p> <p>3 消費者安全確保地域</p>

	<p><b>以上】</b>(消費者庁) →89% (42 都道府県) (令和4年4月)</p> <p><b>3 相談員資格保有率【75%以上】</b>(消費者庁) →60% (28 都道府県) (令和4年4月)</p> <p><b>4 相談員の研修参加率【100%】</b>(消費者庁) →10% (5 都道府県) (令和4年4月)</p> <p><b>5 指定消費生活相談員を配置【全都道府県】</b>(消費者庁) →21 都道府県 (令和4年12月)</p> <p><b>6 若年者の消費者ホットライン188の認知度【30%以上(全国)】</b>(消費者庁)</p> <p><b>7 若年者の消費生活センターの認知度【75%以上(全国)】</b>(消費者庁)</p> <p><b>8 講習等 (出前講座を含む) の実施市区町村割合【75%以上】</b>(消費者庁) →9% (4 都道府県) (令和4年4月)</p> <p><b>9 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率【50%以上】</b>(消</p>		<p>協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率【上昇】(消費者庁)</p>
--	--	--	--

	<p>費者庁) →34% (16 都道府県) (令和5年3月)</p> <p>10 消費者安全確保地域協議会設置済み自治体数 (消費者庁) →446 自治体 (令和5年3月)</p> <p>11 地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用する市区町村の都道府県内人口カバー率【50%以上】 (消費者庁) →6% (3 都道府県) (令和4年4月)</p> <p>12 地方版消費者基本計画の策定【全都道府県、政令市】 (消費者庁) →35 都道府県／14 政令市 (令和4年4月)</p> <p>13 消費者行政職員の研修参加率【80%以上】 (消費者庁) →0% (0 都道府県) (令和4年4月)</p> <p>14 オンライン相談受付を行っている自治体数 (消費者庁) →209 自治体 (令和4年8月)</p>		
取組	<p style="text-align: center;">令和4年予定</p> <p>a 地方消費者行政強化作戦 2020 における政策目標の達成に向けた取組を推進する。また、消費生活相談のデジタル化を推進する。(消費者庁)</p>		

- b 消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置及び取組への支援（消費者庁）
- c 消費生活協力員、消費生活協力団体の活用支援（消費者庁）
- d 相談者の利便性の向上、消費生活相談員の負担軽減等を図るため、次期の全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O-N E T）について、民間企業で活用される業務システムを使った実証実験を踏まえ、詳細な検討を行う。（消費者庁）
- e 消費生活相談の業務見直し等を行い、地方公共団体がデジタル化を進める際のモデルを作成する。また地方公共団体への説明を行い、デジタル化の推進を支援する。（消費者庁）
- f 地方消費者行政のための交付金等を通じ消費生活センターの相談体制の構築を支援する。（消費者庁）

**実績**

- a 地方公共団体の消費者行政担当部署との情報共有・意見交換を行う会議等を定期的実施。消費者ホットラインや消費生活センターの認知度向上に向け、PR 動画の作成や、広告配信等を行う事業を実施。国民生活センターの機能強化、研修の充実等を促進（消費者庁）
- a, b 地方消費者行政充実・強化のためのキャラバンの実施等を通じ、消費者安全確保地域協議会の設置、消費生活相談員の処遇改善及びスキル向上等の地方公共団体の取組に対する働き掛けを推進（消費者庁）
- a, b, c 地方消費者行政に関する先進的モデル事業、消費生活相談員担い手確保事業、消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業、これらの広報啓発など、地方への重層的な支援のための各種事業を実施（消費者庁）
- a, f 地方公共団体の自主財源に裏付けられた予算の確保を促進するとともに、地方消費者行政強化交付金により、相談体制の機能強化やデジタル化など消費者行政に積極的に取り組む地方公共団体を支援（消費者庁）
- a, d, e, f 消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション（DX）に向けた取組や、地方公共団体への働き掛けを推進（消費者庁）