消費者政策企画・立案

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	消費者政策課			
	作成責任者	鮎澤良史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000456	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL		
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（１）消費者政策企画・立案	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/		
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	消費者基本法に規定する「消費者基本計画」に基づく、関係府省庁等による具体的施策について、刻々と変化する消費者を取り巻く環境に柔軟に対応するため、工程表の検証・評価及び見直しを行うとともに、「消費者基本計画」自体の定期的な見直しにより、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現を目指す。				
	現状・課題	次期（第５期）「消費者基本計画」の策定に向け、インターネット取引環境の急激な進展や国際的取引の普遍化など、消費者を取り巻く環境の変化に柔軟に対応する必要がある。 また、現行計画（第４期）における具体的施策について、工程表を作成しているが、政策効果を把握する手法がない。				
	事業の概要	次期「消費者基本計画」の策定に向け、社会状況の変化等を踏まえ、消費者が将来的に直面し得る課題について洗い出しを行うとともに、消費者保護の実現に関する政策効果の把握手法を確立するための基礎的材料を得る。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者基本法	昭和四十三年法律第七十八号	第九条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月15日）	--
	消費者基本計画工程表（令和５年６月13日）	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	10,500	51,500	58,268	109,195
当初予算	15,700	11,500	51,000	71,178	--
補正予算	100,000	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	100,000	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	115,700	111,500	51,000	71,178	0
執行額	12,000	93,200	43,766	--	--
執行率	10.4%	83.6%	85.8%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

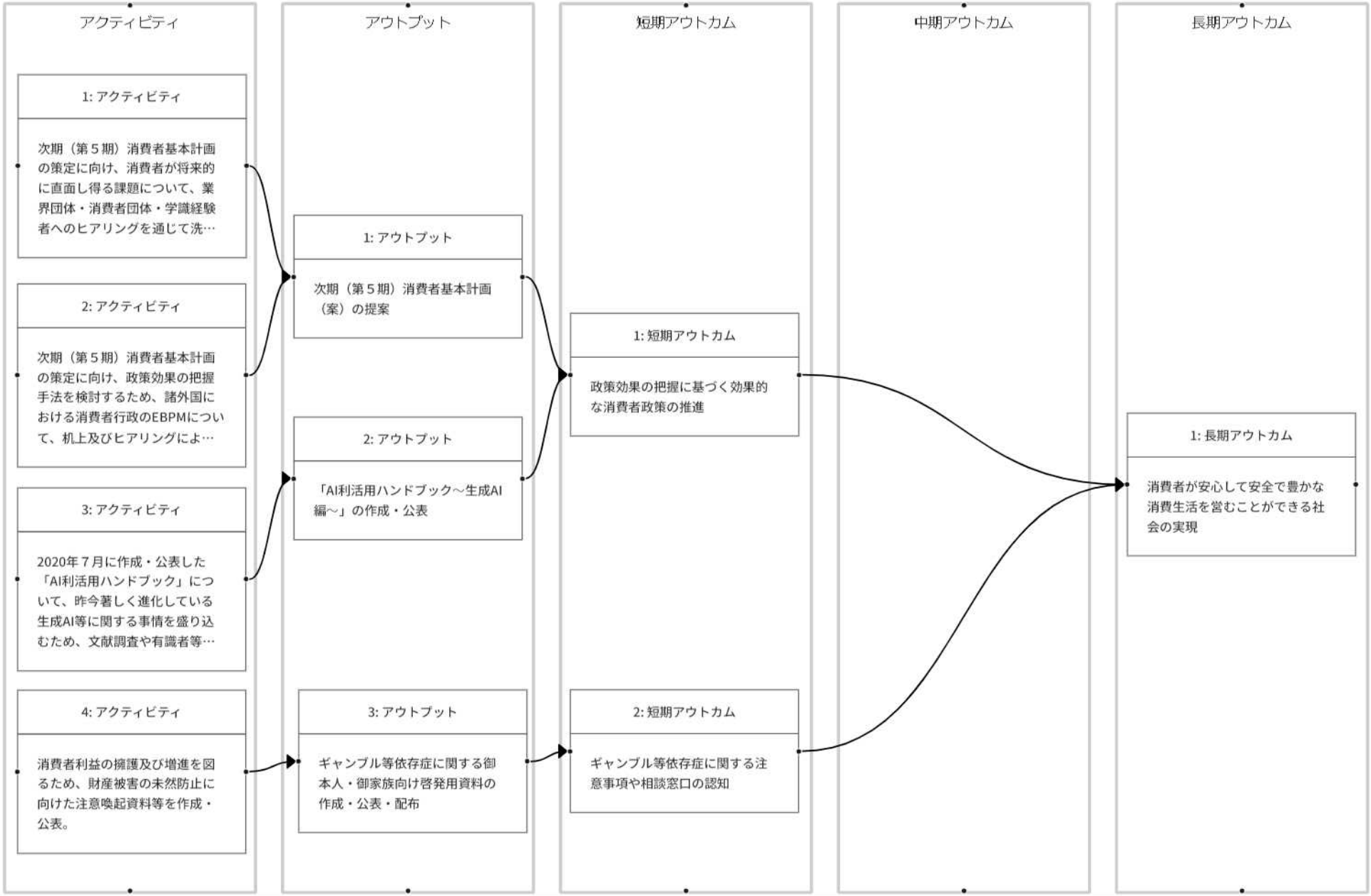
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	46,648	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	70,695	108,712
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	325	325
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	158	158

主な増減理由	新規・要望枠として「「送料無料」表示の見直しに関する調査」を要求するため	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	次期（第５期）消費者基本計画の策定に向け、消費者が将来的に直面し得る課題について、業界団体・消費者団体・学識経験者へのヒアリングを通じて洗い出しを行い、課題の対応方針の作成に当たっては、PIO-NET情報の活用や庁内担当部局と意見交換を実施。			
アウトプット	活動目標	次期（第５期）消費者基本計画（案）の提案	活動指標	ヒアリング実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	ヒアリングは協会等：17団体、有識者：４名、海外当局：４か国へ実施。 第５期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会（第１回・第２回）開催。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	--	--
	活動実績／成果実績	25	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	次期（第５期）消費者基本計画に基づき、消費者政策を立案。

短期アウトカム	成果目標	政策効果の把握に基づく効果的な消費者政策の推進	成果指標	主要施策に関する何らかの評価手法の導入
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	評価手法の確立を検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	各施策の推進によって達成されるものであり、１つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-1-1-1

アクティビティ	次期（第５期）消費者基本計画の策定に向け、政策効果の把握手法を検討するため、諸外国における消費者行政のEBPMについて、机上及びヒアリングにより基礎的材料を得る。諸外国におけるEBPMの動向や消費者行政の先進事例等を踏まえ、EBPMの必要性や適用すべき分野等の検討を実施。また、工程表の見直しを検討。			
アウトプット	活動目標	次期（第５期）消費者基本計画（案）の提案	活動指標	ヒアリング実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	ヒアリングは協会等：17団体、有識者：４名、海外当局：４か国へ実施。 第５期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会（第１回・第２回）開催。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	--	--
	活動実績／成果実績	25	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	次期（第５期）消費者基本計画に基づき、消費者政策を立案。

短期アウトカム	成果目標	政策効果の把握に基づく効果的な消費者政策の推進	成果指標	主要施策に関する何らかの評価手法の導入
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	評価手法の確立を検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	各施策の推進によって達成されるものであり、１つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-2-1-1

アクティビティ	2020年７月に作成・公表した「AI利活用ハンドブック」について、昨今著しく進化している生成AI等に関する事情を盛り込むため、文献調査や有識者等へのヒアリングを実施。			
アウトプット	活動目標	「AI利活用ハンドブック～生成AI編～」の作成・公表	活動指標	ハンドブック作成数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	--	--
	活動実績／成果実績	1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	文献調査やヒアリングで得た情報を「AI利活用ハンドブック～生成AI編～」に反映し、消費者政策の立案に活用。

短期アウトカム	成果目標	政策効果の把握に基づく効果的な消費者政策の推進	成果指標	主要施策に関する何らかの評価手法の導入
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	評価手法の確立を検討中であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	立案された政策の実施。

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	各施策の推進によって達成されるものであり、１つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 4-3-2-1

アクティビティ	消費者利益の擁護及び増進を図るため、財産被害の未然防止に向けた注意喚起資料等を作成・公表。			
アウトプット	活動目標	ギャンブル等依存症に関する御本人・御家族向け啓発用資料の作成・公表・配布	活動指標	ポスター配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	--	--
	活動実績／成果実績	25,250	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発用資料をHPに掲載するとともに、全国の大学附属病院や国立機構病院機構、消費生活センター等へ配布。

短期アウトカム	成果目標	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口の認知	成果指標	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口の認知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	ギャンブル等依存症に関して注意すべき点は多種多様であり、それらを網羅的に挙げた上で、その認知度を定量的に評価することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	ギャンブル等依存症問題に対する消費者の意識・行動の変容。

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	各施策の推進によって達成されるものであり、１つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

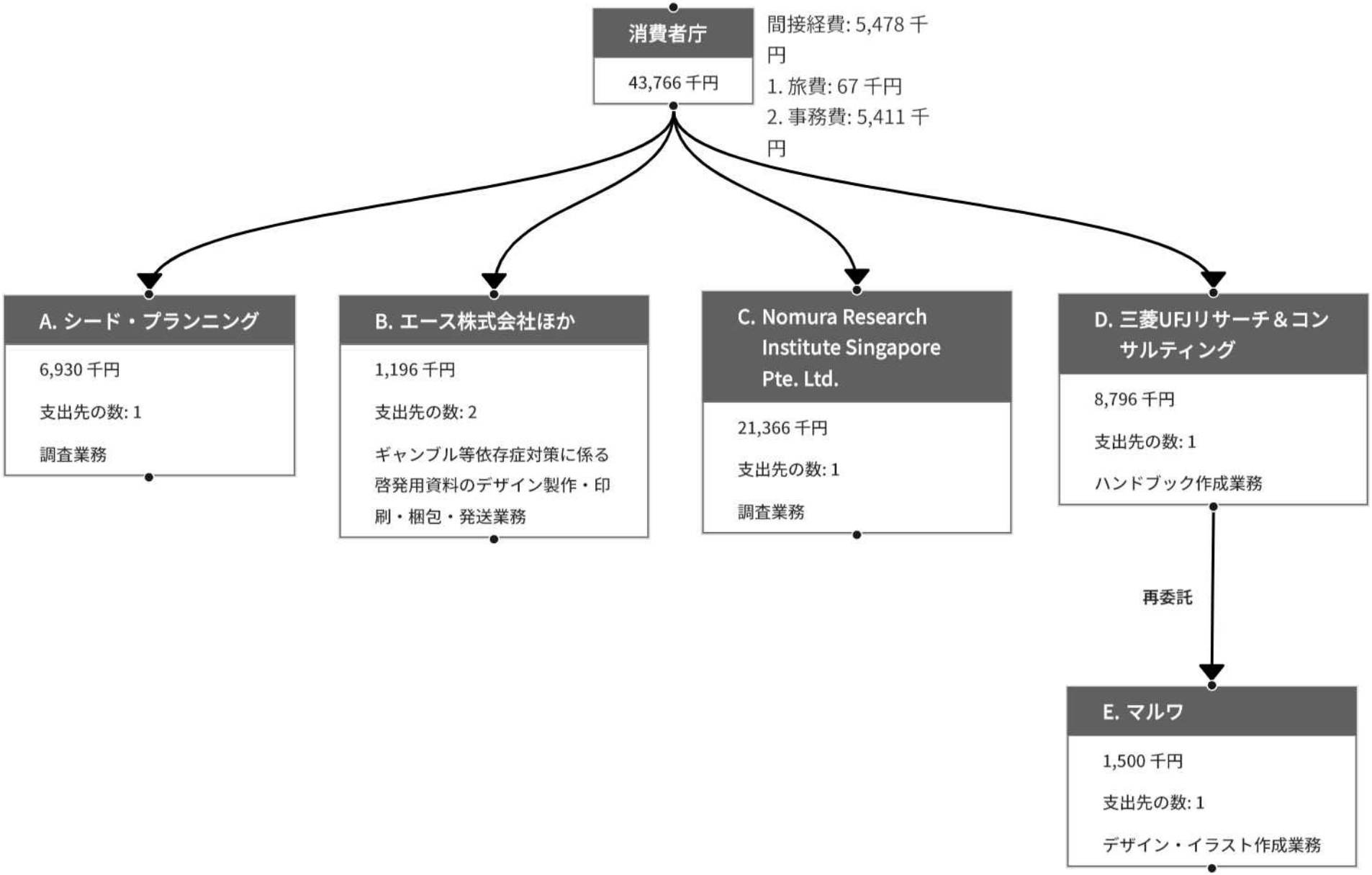
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	【必要性】 消費者基本法の規定に基づく「消費者基本計画」について、現行計画（第４期）の計画期間満了に伴う次期計画（案）の作成に向け、社会状況等の変化に基づき消費者が直面し得る課題の抽出・分析、及び施策効果の把握手法の確立が必要である。 【効率性・効果】 分析結果を踏まえ、第５期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会を２回実施。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	第５期消費者基本計画策定に向けた有識者懇談会（第３回・第４回）を実施。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	・本事業は、長期的な視点に立ち、将来にわたる消費者政策における課題を探り、また、消費者政策の効果検証手法など基礎的なノウハウを蓄積しながら、中期的な計画内容を策定していく、いわば消費者政策の基盤となる事業と理解される。従って、その性格からして、個別の事業評価におけるように、評価指標として短期・中期・長期のアウトカムを機械的に設定することは必ずしも適切でない面があるように思う。今回のレビューシートの内容に関しても、来たる第5期に向けた準備作業の準備に、より焦点を当てたものにすべきかと思う。上記の考え方からしても、個別の対策項目である「ギャンブル依存症対策」が、案件として複数課にまたがるという事情から本事業に含まれていることは、適切ではなかったように思う。 ・消費者基本計画等の検討に向けて、様々な者から意見を聴取することは重要であり、アクティビティのヒアリング実施件数については属性別の内訳を示す等、より実態を分かり易く表現することも一案ではないか。 ・短期アウトカムについて、「評価手法の確立」を検討中なので定性的な評価しかできないと説明があるが、「消費者基本計画」の策定自体が事業になっているので、本来、その計画策定の巧拙、充実がその事業の成果の対象になるべきだが、そもそもそれを評価する視点がはっきりしないため、基本計画自体の巧拙を評価する手法というものではなく、個別の事業に対する評価手法の確立ということなのではないか。とすると、基本計画それ自体のパフォーマンスは、個別事業を実施する各事業部門の対応のあり方に依存するので、因果関係を描写しにくいのではないだろうか。 ・基本計画の策定それ自体は消費者庁の常勤職員が策定すると思われるが、その検討は支出先である業者はどこまでコミットするのか。支出額に現れない消費者庁側の労務量が圧倒的に大きい（有識者懇談会への準備作業等）のではないか。そうすると支出に対する評価がやや難しくなると思われる。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	有識者点検にて指摘のあった、消費者基本計画などの中期計画に係る事業等と個別事業の効果発現経路を別々で設定することを検討されたい。 引き続き一般競争入札により競争性を確保しつつ、適切な予算執行に努めていただきたい。

<table>
<tr><td rowspan="4">所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況</td><td>改善点・反映状況</td><td colspan="3">現状通り</td></tr>
<tr><td rowspan="2">反映額</td><td>会計</td><td>勘定</td><td>反映額 (千円)</td></tr>
<tr><td>--</td><td>--</td><td>--</td></tr>
<tr><td>詳細</td><td colspan="3">・「ギャンブル等依存症対策」について、効果発現経路を別立てで設定した。
・ヒアリングの属性別の内訳については、活動目標及び活動実績の欄に追記した。
・御指摘のとおり、個別の事業の取組状況は、これを実施する事業部門の対応の在り方に依存するが、今回業務の目的である消費者基本計画が消費者政策の大綱という性質を踏まえ、政策の理念と個別事業の効果の関連性及び個別事業の取組状況が国民に分かりやすく伝えられるよう、計画を仕立てていきたい。
・引き続き一般競争入札により競争性を確保しつつ、適切な予算執行に努めてまいりたい。</td></tr>
<tr><td>公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ</td><td colspan="4">--</td></tr>
<tr><td>その他の指摘事項</td><td colspan="4">--</td></tr>
</table>

支出先

資金の流れ


消費者庁
43,766 千円
間接経費: 5,478 千円
1. 旅費: 67 千円
2. 事務費: 5,411 千円
A. シード・プランニング
6,930 千円
支出先の数: 1
調査業務
B. エース株式会社ほか
1,196 千円
支出先の数: 2
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷・梱包・発送業務
C. Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.
21,366 千円
支出先の数: 1
調査業務
D. 三菱UFJリサーチ＆コンサルティング
8,796 千円
支出先の数: 1
ハンドブック作成業務
再委託
E. マルワ
1,500 千円
支出先の数: 1
デザイン・イラスト作成業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　シード・プランニング	6,930	1	調査業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社シード・プランニング	6,930	9010001144299

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者基本計画に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	6,930	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　エース株式会社ほか	1,196	2	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷・梱包・発送業務

支出先名	支出額	法人番号
エース株式会社	797	5010501046486

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷業務 随意契約（少額）	797	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	399	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・発送業務 随意契約（少額）	399	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	21,366	1	調査業務

支出先名	支出額	法人番号
Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	21,366	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者政策の政策効果測定・検証に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）	21,366	3	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　三菱UFJリサーチ＆コンサルティング	8,796	1	ハンドブック作成業務

支出先名	支出額	法人番号
三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	8,796	3010401011971

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務 一般競争契約（総合評価）	8,796	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　マルワ	1,500	1	デザイン・イラスト作成業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社マルワ	1,500	1180001024335

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務 その他(再委託契約)	1,500	--	--	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	株式会社シード・プランニング	消費者基本計画に関する調査業務	雑役務費	消費者基本計画に関する調査業務	6,930
	B	エース株式会社	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷業務	印刷製本費	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン製作・印刷業務	797
	C	Ｎｏｍｕｒａ Ｒｅｓｅａｒｃｈ Ｉｎｓｔｉｔｕｔｅ Ｓｉｎｇａｐｏｒｅ Ｐｔｅ．Ｌｔｄ．	消費者政策の政策効果測定・検証に係る調査業務	雑役務費	消費者政策の政策効果測定・検証に係る調査業務	21,366
	D	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	雑役務費	生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	8,796
	E	株式会社マルワ	生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	雑役務費	生成系AIを踏まえた「AI利活用ハンドブック」の普及啓発のための改訂版作成業務	1,500

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

消費者財産被害対応

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者政策課				
	作成責任者	吉田健一				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000425	事業開始年度	2010	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（２）消費者財産被害対応		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	財産被害の消費者事故等に係る情報を集約・分析し、そのうち、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、当該消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。				
	現状・課題	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知（令和５年度は1万663件）やPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム。令和５年度は90万件）等には多くの情報が寄せられており、当該情報を速やかに分析し、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出する必要がある。 このうち、措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等においては、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する必要がある。				
	事業の概要	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知やPIO-NET、有識者との情報交換会等において最新の情報を収集し、寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析する。 さらに、分析した情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、必要な調査を行った上で、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十二条	2	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十三条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第三十八条	1	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第四十条	4	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第四十条	5	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月15日改定）第５章１（２）①及び②	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	27,000	26,000	26,346	26,568
当初予算	27,000	26,000	26,000	26,485	--
補正予算	△500	△100	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	26,500	25,900	26,000	26,485	0
執行額	22,000	33,000	15,393	--	--
執行率	83%	127.4%	59.2%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

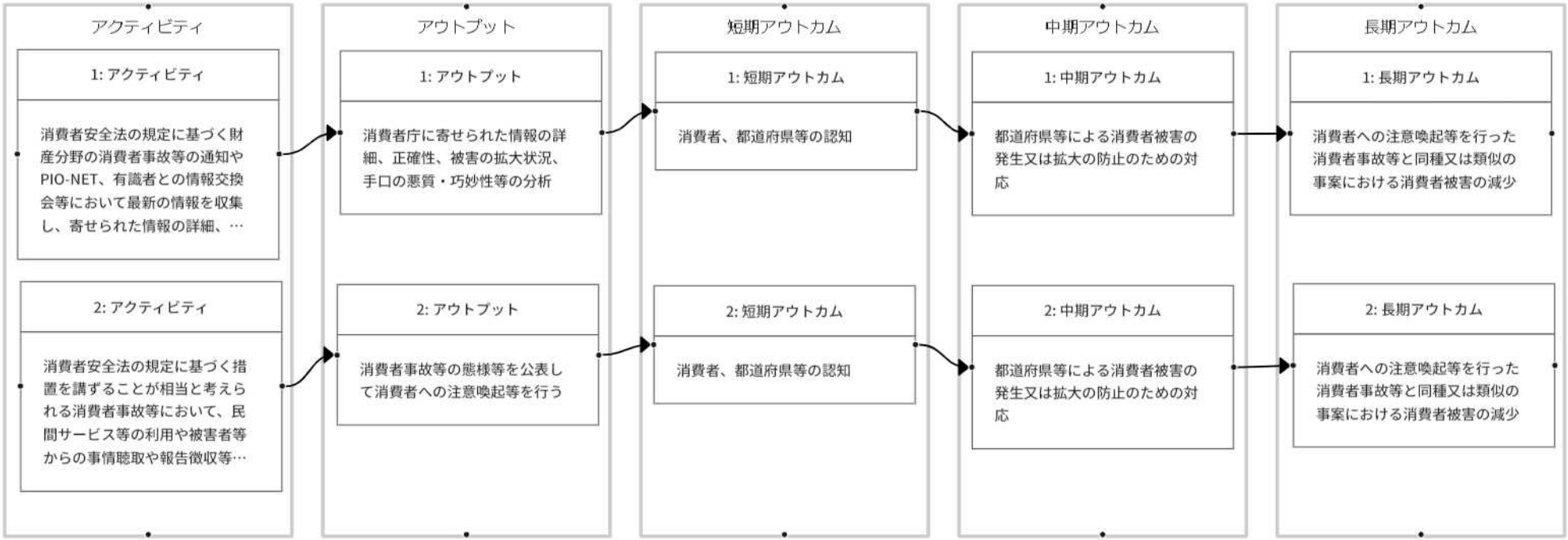
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	0	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	12,346	12,312
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	8,820	8,937
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費	--	2,037	2,037
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	1,602	1,602
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	1,131	1,131
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	549	549

主な増減理由	単価の変動のため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	消費者安全法の規定に基づく財産分野の消費者事故等の通知やPIO-NET、有識者との情報交換会等において最新の情報を収集し、寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析する。

アウトプット	活動目標	消費者庁に寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等の分析	活動指標	消費者安全法の規定に基づき通知され、分析を行った財産分野の消費者事故等の件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	10,949	10,394	10,663	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁に寄せられた情報の詳細、正確性、被害の拡大状況、手口の悪質・巧妙性等を速やかに分析し、消費者庁内や独立行政法人国民生活センターとの間でお互いの情報を共有する。 さらに、消費者庁が分析した情報や国民生活センターから共有された最新の情報等を元に、消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等を早期に抽出し、民間サービス等の利用、被害者等からの事情聴取・報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入手する。 そして、調査により入手した情報を元に、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供し、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。

短期アウトカム	成果目標	消費者、都道府県等の認知	成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	都道府県等に対しては、消費者安全法の規定に基づく情報提供をすることで認知させる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--
	活動実績／成果実績(件)	527,025	--
	達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等に注意喚起等の内容を認知させることで、当該都道府県等において注意喚起等の情報の周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応を図る。

中期アウトカム	成果目標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応	成果指標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大防止の取組度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	情報提供先となる都道府県等に対しては、当該都道府県等が周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のために適切な対応を図ることができるよう、消費者事故等の態様等を速やかに情報提供している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	情報提供先となる都道府県等によって消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、当該都道府県等による対応の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等においても対応が図られることで、注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。

長期アウトカム	成果目標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少	成果指標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少度合い
	定性的なアウトカムに関する成果実績	これまで消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であり、注意喚起等の対象となった事案に加え、これと同種又は類似の事案における消費者被害を減少させるために、被害の拡大状況や手口の悪質、巧妙性等に応じて、速やかにかつ機動的に消費者への注意喚起等を行っている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2-2

アクティビティ	消費者安全法の規定に基づく措置を講ずることが相当と考えられる消費者事故等において、民間サービス等の利用や被害者等からの事情聴取や報告徴収等の調査を行って、正確かつ詳細な情報を入手し、当該情報を元に、消費者事故等を生じさせた事業者名を含むその態様等を公表して消費者への注意喚起等を行う。

アウトプット	活動目標	消費者事故等の態様等を公表して消費者への注意喚起等を行う	活動指標	消費者安全法の規定に基づく措置（注意喚起等）の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	22	26	16	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者事故等の態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供することで、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。

短期アウトカム	成果目標	消費者、都道府県等の認知	成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	都道府県等に対しては、消費者安全法の規定に基づく情報提供をすることで認知させる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--
	活動実績／成果実績(件)	527,025	--
	達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等に注意喚起等の内容を認知させることで、当該都道府県等において注意喚起等の情報の周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応を図る。

中期アウトカム	成果目標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応	成果指標	都道府県等による消費者被害の発生又は拡大防止の取組度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	情報提供先となる都道府県等に対しては、当該都道府県等が周知・啓発等、消費者被害の発生又は拡大の防止のために適切な対応を図ることができるよう、消費者事故等の態様等を速やかに情報提供している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	情報提供先となる都道府県等によって消費者被害の発生又は拡大の防止のための対応は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、当該都道府県等による対応の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県等においても対応が図られることで、注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害を減少させる。

長期アウトカム	成果目標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少	成果指標	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少度合い
	定性的なアウトカムに関する成果実績	これまで消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であり、注意喚起等の対象となった事案に加え、これと同種又は類似の事案における消費者被害を減少させるために、被害の拡大状況や手口の悪質、巧妙性等に応じて、速やかにかつ機動的に消費者への注意喚起等を行っている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者への注意喚起等を行った消費者事故等の態様は様々であることから、一律の指標を設定することは困難である。また、消費者への注意喚起等を行った消費者事故等と同種又は類似の事案における消費者被害の減少の程度を定量的に示す指標を設定することは困難である。このため、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	＜必要性＞ 消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、必要があると認めるときは、消費者安全法の規定に基づき消費者への注意喚起等を行うこととされている。 ＜効率性＞ 効率的な調査に努めるとともに、注意喚起等の公表については、記者発表だけでなく消費者庁ウェブサイトへの掲載やSNSでの配信、都道府県等に情報提供するなど情報発信に係る効率性に配慮して行っている。 ＜効果＞ 消費者への注意喚起において、消費等事故等を生じさせていた事業者の名称、URLや消費者被害をもたらす悪質商法の内容等を公表することにより、例えば、「人気インテリア家具や雑貨等の公式通信販売サイトを装った偽サイトに関する注意喚起」（令和５年４月26日公表）に関し、公表後に偽サイトが閉鎖されるなど、消費者被害の発生又は拡大の防止のために一定の効果があった。		
	目標年度における効果測定に関する評価	消費者への注意喚起において、消費等事故等を生じさせていた事業者の名称、URLや消費者被害をもたらす悪質商法の内容等を公表することにより、例えば、「人気インテリア家具や雑貨等の公式通信販売サイトを装った偽サイトに関する注意喚起」（令和５年４月26日公表）に関し、公表後に偽サイトが閉鎖されるなど、消費者被害の発生又は拡大の防止のために一定の効果があった。		
	改善の方向性	点検結果を踏まえ、引き続き、効率的に事業を執行していく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2019
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	2023年度は、予算額に対する執行率が低いため、執行率の向上に向けた取組を検討いただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	執行率の向上に向けた取組を検討してまいりたい。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ

間接経費: 15,394 千円

1. 人件費: 5,591 千円
2. 諸謝金: 41 千円
3. 旅費: 1,200 千円
4. 事務費: 8,562 千円

支出先上位者リスト（単位：千円）	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	--	--	--	--

費目・使途（単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	--	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

新たな消費者トラブル等の動向調査

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者政策課				
	作成責任者	鮎澤良史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000459	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL		
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（３）新たな消費者トラブル等の動向調査	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/		
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	新たなインターネット関連の技術やサービスの出現に伴い、多くの消費者を巻き込むトラブルが発生する例も見られることから、特に優先的な対応が求められると考えられる分野を抽出して消費者の動向を把握し、消費者保護の必要性等を判断するための基礎的材料を得る。				
	現状・課題	インターネット取引が著しく進展し、消費者トラブルの実態が把握できていない。				
	事業の概要	ブロックチェーン技術を用いた新しいインターネットの在り方である「Web3」に着目し、最新事例や消費者トラブル等の調査・分析を行う。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改定）第３章２．（４）デジタル化により実現するSociety5.0への対応	--
	消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定、令和３年６月15日改定）１．（２）⑨エ　インターネット上の消費者トラブルへの対応	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	13,000	13,000	13,278	13,276
当初予算	13,000	13,000	13,000	13,278	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	13,000	13,000	13,000	13,278	0
執行額	13,000	13,000	8,800	--	--
執行率	100%	100%	67.7%	--	--

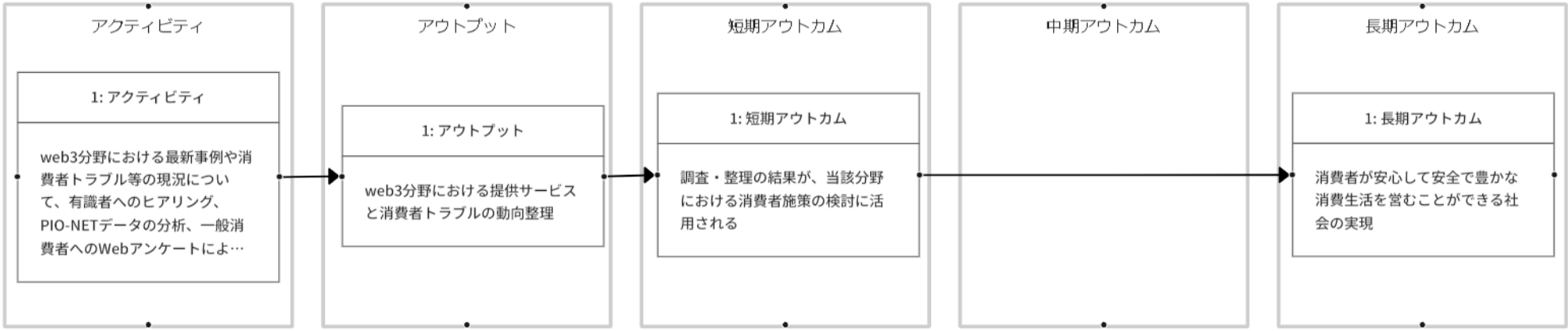
予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
一般会計	一般会計	--	0	--	
	予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	13,278	13,276

主な増減理由	単価の変動のため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	web3分野における最新事例や消費者トラブル等の現況について、有識者へのヒアリング、PIO-NETデータの分析、一般消費者へのWebアンケートにより調査・分析する。			
アウトプット	活動目標	web3分野における提供サービスと消費者トラブルの動向整理	活動指標	業界団体・有識者等へのヒアリング主体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	業界団体・有識者等へのヒアリングに加え、5,000人を対象にwebアンケートを実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	--	--
	活動実績／成果実績	10	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	web3分野における提供サービスと消費者トラブルの動向整理を踏まえ、消費者保護を要すると判断された場合に、消費者施策の検討へつなげる。

短期アウトカム	成果目標	調査・整理の結果が、当該分野における消費者施策の検討に活用される	成果指標	各施策の検討における活用状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	web3分野も含めたデジタル化対応に関する調査結果を庁内部での検討に活用している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	検討での活用や検討内容については、定量的に評価できるものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	--

長期アウトカム	成果目標	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	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	各施策の推進によって達成されるものであり、１つの定量指標を置くことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

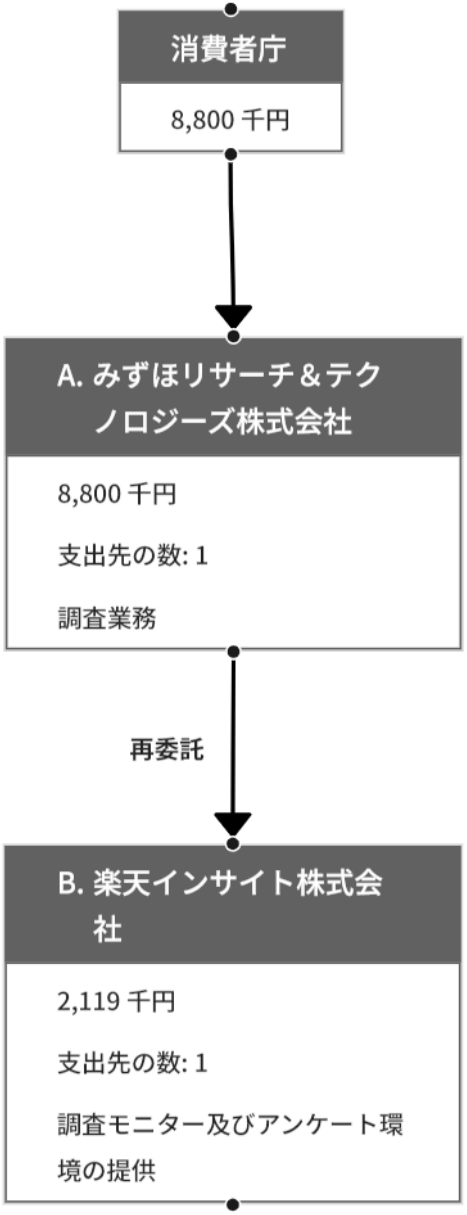
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・技術革新に伴う新たな消費者取引の形態であり、社会状況の変化等に応じた消費者行政の推進判断に不可欠なもの。 ・取引形態やサービスの利用状況は刻々と変化するため、引き続き、消費者動向やトラブルの実態をフォローする必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	今回の点検結果を踏まえ、動向変改に注視しつつ、今後の継続調査の有無を判断する。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	・業界団体・有識者等へのインタビュー、5000人規模のwebアンケートなどを駆使して取引状況の動向を捉えようとして努力しているものと見るが、それらを通じて得られた情報の分析内容等は明らかにされておらず、また、その成果は内部で活用しているとしながらも、内部での活用の効果も明らかにされているとは言えない。すべてが公開されねばならないとは思わないが、EBPMが重視される中にあっては、内部での活用とはいえ、具体的にどの部門でどこまで活用実績があるのかという情報や部門ごとに関連する活用法のマインドマップを示したり、インターネット取引におけるトラブル解決に、どのような変化をもたらしているのかを指す具体的な指標を示す努力が求められるのではないか。 ・調査内容の一つである、PIO-NETのビックデータ分析については、新未来創造戦略本部の知見等も活用し、分析を内製化して迅速かつ適時に実施できる状況にすることが期待される。また、新未来創造戦略本部で実施されているモデルプロジェクト等、他事業での検討・調査と本事業の調査との連携や役割分担を明確にし、本事業の効果をより高めていくことが望ましい。 ・長期アウトカム等が記載されていないが、なんらかのターゲットは示すべきではないか。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図られたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	・今回業務を通じて、web3サービスに対する消費者の参入熟度が限定的であることが確認されたが、引き続きPIO-NETの情報等により動向を観察し、更なる対応の要否判断についての相対指標としていきたい。 ・本事業の効果を高めるよう、新未来創造戦略本部との連携を図ってまいりたい。 ・長期アウトカムについて記載した。 ・引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図ってまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
8,800 千円
A. みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社
8,800 千円
支出先の数: 1
調査業務
再委託
B. 楽天インサイト株式会社
2,119 千円
支出先の数: 1
調査モニター及びアンケート環境の提供

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社	8,800	1	調査業務

支出先名	支出額	法人番号
みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社	8,800	9010001027685

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
web3分野における利用者保護に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）	8,800	5	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　楽天インサイト株式会社	2,119	1	調査モニター及びアンケート環境の提供

支出先名	支出額	法人番号
楽天インサイト株式会社	2,119	8010701019594

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
web3分野における利用者保護に係る調査業務 その他(再委託契約)	2,119	--	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社	web3分野における利用者保護に係る調査業務	雑役務費	web3分野における利用者保護に係る調査業務	8,800
B	楽天インサイト株式会社	web3分野における利用者保護に係る調査業務	雑役務費	web3分野における利用者保護に係る調査業務	2,119

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

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運用等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者政策課				
	作成責任者	松本光好				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	006456	事業開始年度	2023	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（４）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運用等		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律（令和４年法律第105号。以下「不当寄附勧誘防止法」又は「法」という。）の規定による法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。				
	現状・課題	不当寄附勧誘防止法は、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者を保護する観点から、法人等による個人に対する寄附の勧誘に関して、配慮義務（法第３条）及び禁止行為（法第４条及び第５条）を規定している。これら配慮義務及び禁止行為に対しては、違反に対する行政上の措置（法第６条及び第７条）を規定しているところ、法を厳正に運用するとともに、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の着実な収集につながるよう、法の規定や消費者庁への情報提供方法について周知啓発を実施する必要がある。また、法附則第５条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する必要がある。				
	事業の概要	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。あわせて、被勧誘者及び法人等向けに、説明会や周知動画等を通じ、法の規定や趣旨の周知啓発を実施し、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図る。加えて、法附則第５条に係る対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律	令和四年法律第百五号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画工程表（令和５年６月13日改定）重要項目３．	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2023	2024	2025
要求額	--	70,000	63,000
当初予算	77,000	70,000	--
補正予算	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--
予備費等	--	--	--
計	77,000	70,000	0
執行額	63,262	--	--
執行率	82.2%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

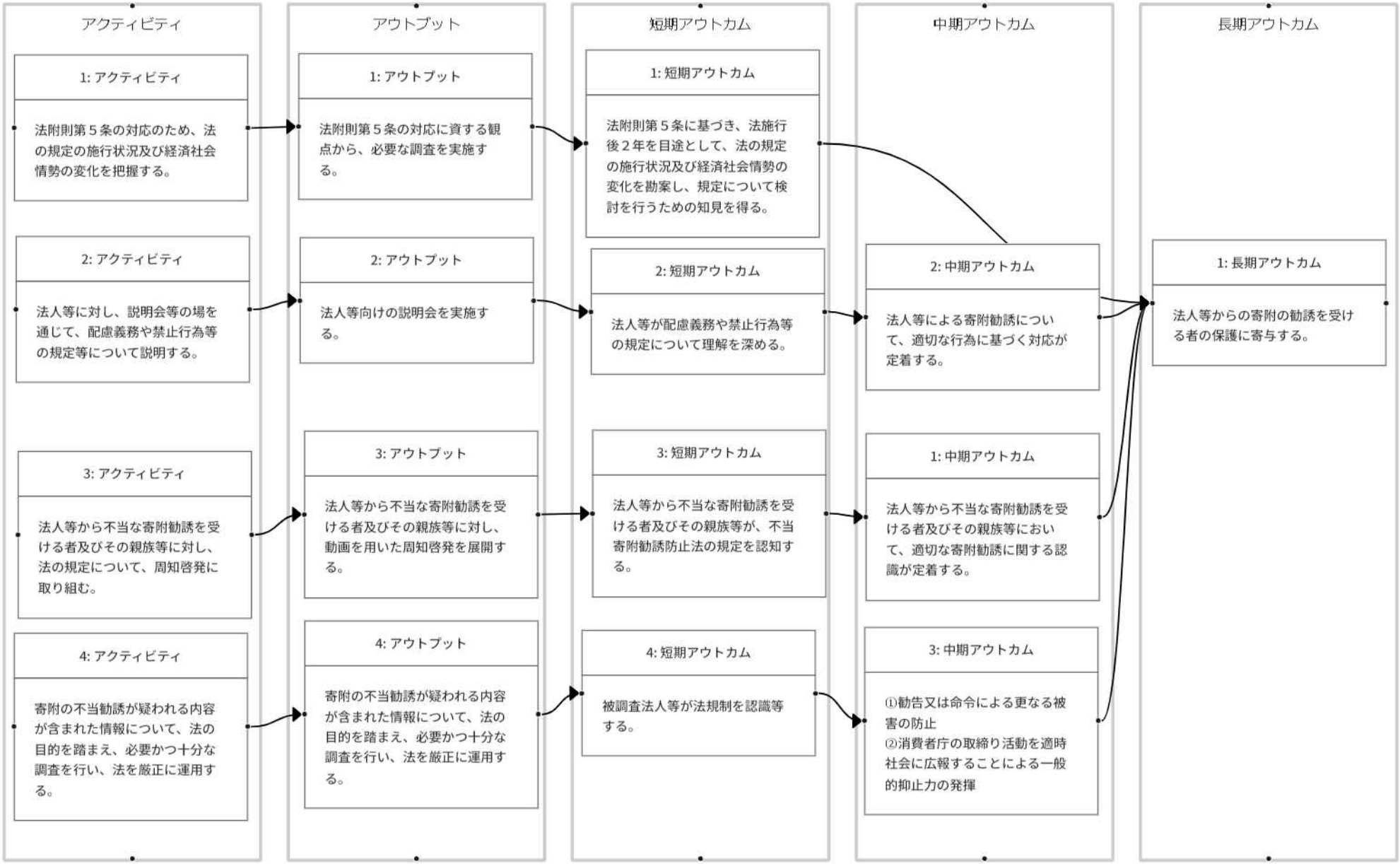
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	65,760	58,697
当初予算 消費者政策費　諸謝金	--	193	194
当初予算 消費者政策費　職員旅費	--	4,047	4,109

主な増減理由	シーリングに基づく減額をしたもの。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	法附則第５条の対応のため、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する。			
アウトプット	活動目標	法附則第５条の対応に資する観点から、必要な調査を実施する。	活動指標	実施調査数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	①諸外国における寄附に関する制度を把握するための海外調査の実施 ②法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握するための調査の実施	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	1	--
	活動実績／成果実績	1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第５条の対応に資する調査を実施し、知見を収集することで、法附則第５条に基づき、法施行後２年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずる。

短期アウトカム	成果目標	法附則第５条に基づき、法施行後２年を目途として、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案し、規定について検討を行うための知見を得る。	成果指標	検討に資する知見の集約等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	諸外国における寄附に関する制度の把握など必要な知見の確保を達成するとともに、法附則第５条に基づく対応の際に活用していく。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	検討内容について、定量的に評価できるものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第５条に係る対応により、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。

長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。（不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和６年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2-1

アクティビティ	法人等に対し、説明会等の場を通じて、配慮義務や禁止行為等の規定等について説明する。			
アウトプット	活動目標	法人等向けの説明会を実施する。	活動指標	説明会への参加人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(人)	500	200
活動実績／成果実績(人)	550	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等向けの説明会を通じて、法人等が配慮義務や禁止行為等の規定について理解を深める。

短期アウトカム	成果目標	法人等が配慮義務や禁止行為等の規定について理解を深める。	成果指標	法人等の配慮義務や禁止行為等の規定についての理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法人等向け説明会については、法人等関係者合計約550名の参加があり、アンケート結果において、参加法人の種別割合が、多い順に、学校法人43.5%、公益財団法人13.8%、NPO法人6.2%であった。また、参加者の72%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の99%が説明会で法の理解が深まったと回答している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	説明会参加者を対象にアンケートを実施し、計315名から回答を得た結果を集計
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(%)	80	80
活動実績／成果実績(%)	99	--
達成率(%)	123.8	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等の不当寄附勧誘防止法に対する理解が深まることで、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。

中期アウトカム	成果目標	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着する。	成果指標	法人等による寄附勧誘における適切な行為に基づく対応の定着
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、中期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	不当寄附勧誘防止法は、その規模や活動内容等を問わず、広く法人等（法人又は法人でない社団若しくは財団で代表者若しくは管理人の定めがあるもの）を対象としており、世の中には多種多様な法人等が存在するため、多種多様な法人等の寄附勧誘行為を網羅的に把握したうえで、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着したかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護が図られる。

長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。（不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和６年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-1-1

アクティビティ	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等に対し、法の規定について、周知啓発に取り組む。			
アウトプット	活動目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等に対し、動画を用いた周知啓発を展開する。	活動指標	YouTube広告における動画の視聴回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	国民向けの周知啓発については、配慮義務及び禁止行為の内容を分かりやすいイラストで示した不当寄附勧誘防止法ポスターを作成し、全国の大学、消費生活センター等、中央公民館及び東京メトロ駅構内などに対し、約37，000枚を配布した。また、15秒の周知動画を作成し、当該動画を用いた広告について、各種広告媒体に掲載したところ、コンビニエンスストアPOSレジ広告については全国の小売店舗13,904店に掲載し、YouTube広告については68万回以上の視聴回数を獲得した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(回)	650,000	--
活動実績／成果実績(回)	681,012	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	動画を用いた周知啓発により、法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が、不当寄附勧誘防止法の規定について認知する。

短期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が、不当寄附勧誘防止法の規定を認知する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における不当寄附勧誘防止法の規定の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2024年度
当初見込み／目標値(%)	--
活動実績／成果実績(%)	--
達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等が不当寄附勧誘防止法の規定について認知することで、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。

中期アウトカム	成果目標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等において、適切な寄附勧誘に関する認識が定着する。	成果指標	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における適切な寄附勧誘に関する認識の定着
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、中期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。成果実績に係る実態把握の実施や方法については、今後検討してまいりたい。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等の把握が困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等における適切な寄附勧誘に関する認識が定着することで、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。

長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。（不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和６年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-3-1

アクティビティ	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。			
アウトプット	活動目標	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用する。	活動指標	調査対象情報件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--
	活動実績／成果実績(件)	97	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、法の目的を踏まえ、必要かつ十分な調査を行い、法を厳正に運用することで、被調査法人等の法規制の認識等につながる。

短期アウトカム	成果目標	被調査法人等が法規制を認識等する。	成果指標	被調査法人等の法規制の認識等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月1日から令和６年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	被調査法人等が法規制を認識等するという事象について定量的に評価できるものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	被調査法人等が法規制を認識等することで、 ①勧告又は命令による更なる被害の防止 ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮 につながる。

中期アウトカム	成果目標	①勧告又は命令による更なる被害の防止 ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮	成果指標	①勧告又は命令による更なる被害の防止（再犯の有無） ②消費者庁の取締り活動を適時社会に広報することによる一般的抑止力の発揮（行政上の措置の件数の増減）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	勧告又は命令による更なる被害の防止及び消費者庁の取締り活動の社会への広報による一般的抑止力の発揮を通じ、法人等から寄附の勧誘を受ける者の保護が図られる。

長期アウトカム	成果目標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与する。	成果指標	法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法施行（令和５年６月１日全面施行）から間もないことから、長期アウトカムの効果が発現する段階に至っていない。 （不当寄附勧誘防止法の行政措置規定の施行日である令和５年４月１日から令和６年３月末までにおける情報の受理件数のうち、勧告又は命令を実施した事件はない。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	法人等からの寄附の勧誘を受ける者を網羅的に把握することは困難であるため、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護がどの程度図られたかを定量的に評価することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和５年度においては、主に、①国民及び法人等向けの周知啓発、②寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査、及び③諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析を実施した。 具体的には、①について、令和４年12月の法成立から令和４年度末までの間において、既に法の解説資料（Q＆A形式）や逐条解説、啓発チラシ等を作成・公表していたことを踏まえ、令和５年度においては、これらも活用しつつ、法人等向け説明会を実施するとともに、国民向けの幅広い法の周知が必要との観点から、配慮義務及び禁止行為の内容を分かりやすいイラストで示した不当寄附勧誘防止法ポスターの作成及び配布、並びに15秒動画の作成及び当該動画を用いた各種広告媒体（電車の映像広告、コンビニエンスストアPOSレジ広告及びYouTube広告）での周知を行った。 法人等向け説明会については、法人等関係者合計約550名の参加があり、アンケート結果において、参加法人の種別割合が、多い順に、学校法人43.5%、公益財団法人13.8%、NPO法人6.2%であった。また、参加者の72%が寄附を募る活動を行っているとの回答であり、参加者の99%が説明会で法の理解が深まったと回答している。以上から、説明会実施の効果が認められると考える。また、国民向けの周知啓発については、不当寄附勧誘防止法ポスターを全国の大学、消費生活センター等、中央公民館及び東京メトロ駅構内などに対し、約37，000枚を配布した。15秒動画による広告については、令和６年３月11日から同月20日の期間において、各種広告媒体に掲載し、コンビニエンスストアPOSレジ広告については全国の小売店舗13,904店に掲載し、YouTube広告については68万回以上の視聴回数を獲得した。これら様々な広報手法を通じて、周知啓発を行うことにより、不当寄附勧誘防止法の認識について、一定の社会的浸透を果たしたものと考える。 ②について、消費者庁ウェブフォーム、全国の消費生活センター等、霊感商法等対応ダイヤルの３つの窓口を設け、これらを中心に端緒情報を収集し、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、所要の調査を行った。令和５年度における対応状況として公表した「寄附の不当勧誘に係る情報の受理・処理等件数表」（※）のとおり、調査対象情報として97件を受理し、そのうち85件について調査結果に基づく処理を行った。残りの12件について令和６年度以降引き続き調査継続する。 （※）https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/assets/donation_solicitation_240509_0001.pdf ③について、諸外国における寄附に関する制度を把握するため、米国、英国、ドイツ、フランス、韓国の５か国について海外調査を実施した。その結果、寄附に関する制度の概要や運用実態をはじめ、知見の収集を達成した。 上記①～③の令和５年度における取組については、法の目的を踏まえ、いずれもその必要性を精査した上で実施してきた取組であり、今後、寄附勧誘対策室として業務を実施していくに当たり、いずれの取組も必要なものであったと考えられる。一方で、令和５年度は法運用のために予算が措置された初年度に当たるため、事業単位として、取組の改善の比較対象がなかった。令和６年度以降の取組においては、令和５年度における取組の実施状況を踏まえ、各種取組をブラッシュアップしていくことが重要である。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	まず、法の目的である法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を達成するためには、被勧誘者向けの啓発と法人向けの説明の双方について継続的に実施すること及び寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査活動等を行うことを通じて、法人等による寄附勧誘について、適切な行為に基づく対応が定着することが求められる。 よって、国民向け及び法人向けに、法の規定や趣旨の周知啓発を継続し、充実することが求められる。その際、令和５年度の取組状況を踏まえつつ、対象とする者や法人ごとに整理をして、より効果的な周知啓発方法を選択する必要がある。 次に、寄附の不当勧誘が疑われる情報の調査について、令和５年度の実績を踏まえ、その活動指標として、調査対象情報件数を設定し、中期的には、調査活動等を通じ、勧告又は命令による更なる被害の防止及び消費者庁の取締り活動の社会への広報による一般的抑止力の発揮を目指す。なお、消費者庁に寄せられる情報の件数については、周知啓発による被害の未然抑止に伴う件数の減少と情報提供窓口の認知に伴う件数の増加など様々な要因から指標が変動する可能性が考えられ、調査対象情報件数の多寡について、一概に評価することは困難であると考える。 加えて、法附則第５条に係る対応については、法施行後２年を目途に検討を加えることとされており、これに向け、令和６年度においては、法の規定の施行状況及び経済社会情勢の変化を把握する必要がある。

外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	前年度に新規に開始した事業		
	所見	①2023年度開始ということから、様々な基礎的な調査等を通じて有効な対策策定の方途を探りつつ、同時に不当な寄附勧誘の存在を社会的に認知させることで被害の未然防止を図る活動を展開している段階であり、当面、現在の活動を地道に続けていくことが適切と思われる。 ②周知広報における多言語対応等、様々な消費者が当該法規制を十分に認識できるよう、取組を更に充実化していくことが重要である。 ③YouTube広告についてはコントローラブルなのか。視聴回数が費用をかければ獲得できるのであればアウトプットに、何らかの成果になるのであれば短期アウトカムになる。 ④認知度については何らかのアンケート等の方法はないか。勧誘を受ける親族等に限定するのではなく、潜在的な被害者（人々）で良いのではないか。 ⑤意図的な違反法人については周知の効果に関わらず行政措置件数に計上されることになるので、周知の効果とは逆のデータになってしまう可能性がある。 ⑥契約における再委託の割合が高い件に関しては、この契約が総合評価方式によっていることを考慮すると、消費者庁は、事業者の技術力を高く評価したうえで契約したものと思われ、その事業者が契約内容の9割を再委託している事実は、契約制度の運用として不適切と言わざるを得ないように思う。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札等の実施により調達を行っているが、一者応札となった入札案件があるところ、その要因を分析し、一者応札の解消に努めていただきたい。

<table>
<tr><td rowspan="4">所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況</td><td>改善点・反映状況</td><td colspan="3">現状通り</td></tr>
<tr><td rowspan="2">反映額</td><td>会計</td><td>勘定</td><td>反映額 (千円)</td></tr>
<tr><td>--</td><td>--</td><td>--</td></tr>
<tr><td>詳細</td><td colspan="3">①2023年度開始ということから、様々な基礎的な調査等を通じて有効な対策策定の方途を探りつつ、同時に不当な寄附勧誘の存在を社会的に認知させることで被害の未然防止を図る活動を展開している段階であり、当面、現在の活動を地道に続けていくことが適切と思われる。
⇒御指摘を踏まえ、引き続き然るべく対応してまいりたい。

②周知広報における多言語対応等、様々な消費者が当該法規制を十分に認識できるよう、取組を更に充実化していくことが重要である。
⇒日本語による周知啓発を基盤としつつ、その経過及び結果を踏まえた上で、御指摘の対応について適切に取り組んでまいりたい。

③YouTube広告についてはコントローラブルなのか。視聴回数が費用をかければ獲得できるのであればアウトプットに、何らかの成果になるのであれば短期アウトカムになる。
⇒予算を増額することにより、視聴回数を増やすことができる。

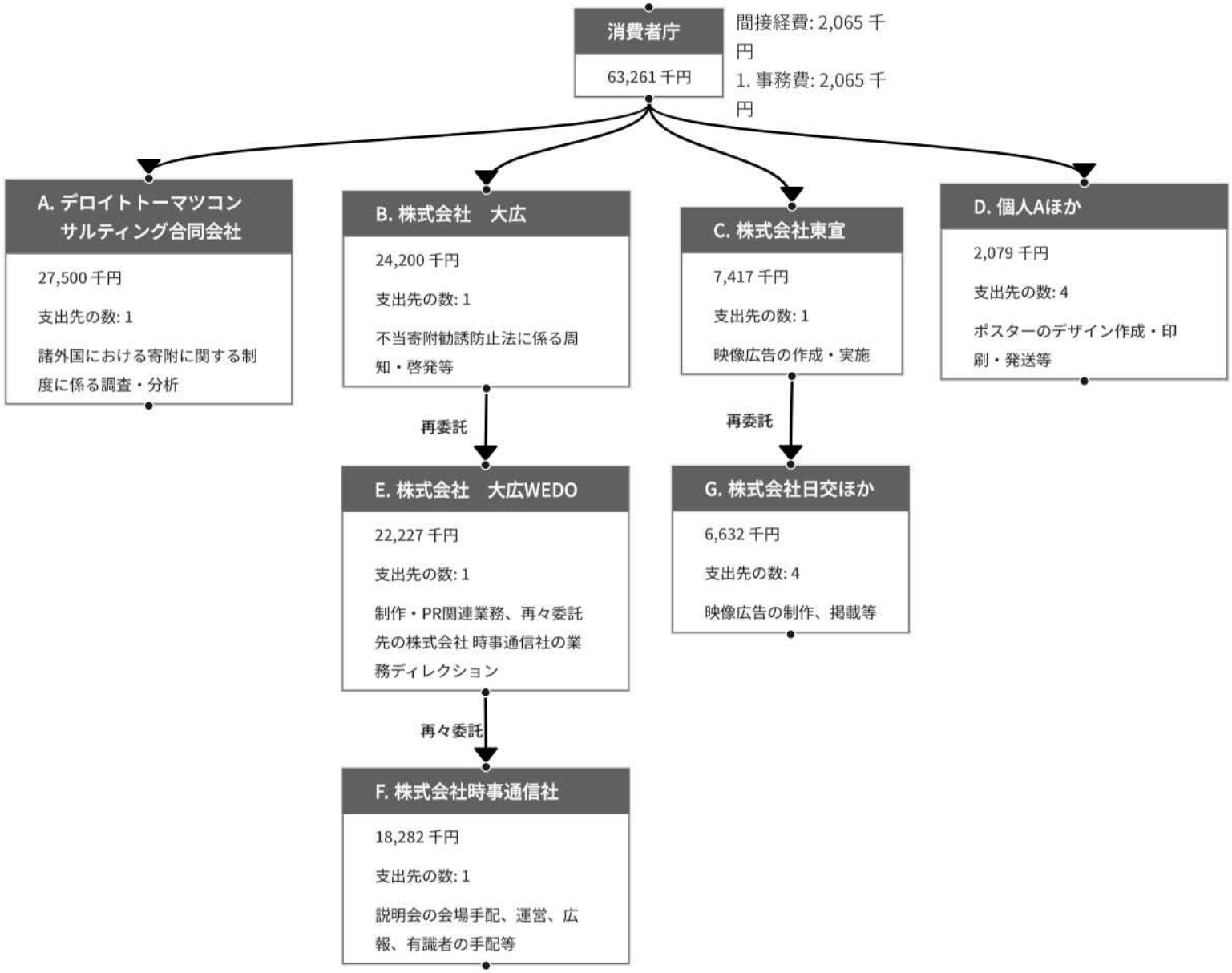
④認知度については何らかのアンケート等の方法はないか。勧誘を受ける親族等に限定するのではなく、潜在的な被害者（人々）で良いのではないか。
⇒予算執行の効果測定のために限りなお予算を浪費してしまうこととならぬよう、十分に工夫して取り組んでまいりたい。

⑤意図的な違反法人については周知の効果に関わらず行政措置件数に計上されることになるので、周知の効果とは逆のデータになってしまう可能性がある。
⇒行為の故意又は過失にかかわらず、違法な寄附勧誘を行う法人等の根絶を目指し、寄附の勧誘を受ける者の保護を図るため、法人等に対する周知啓発について、より効果的に取り組んでまいりたい。

⑥契約における再委託の割合が高い件に関しては、この契約が総合評価方式によっていることを考慮すると、消費者庁は、事業者の技術力を高く評価したうえで契約したものと思われ、その事業者が契約内容の9割を再委託している事実は、契約制度の運用として不適切と言わざるを得ないように思う。
⇒御指摘の入札案件においては、応札者から提出された技術等提案書で、再委託先も含む履行体制を確認及び把握した上で、総合的に評価し、落札者を決定しており、再委託を行っているものの、主たる業務である事業全体の企画、総括、運営については、元請けである受注者において適切に実施している。再委託比率は高くなっているものの、その理由としては広報手段に要する費用（広告掲載費）が高かったことが影響している。なお、広告の出稿業務については、広告代理店を通じて媒体社に依頼するのが一般的な商慣習となっている。</td></tr>
<tr><td>公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ</td><td colspan="4">--</td></tr>
<tr><td>その他の指摘事項</td><td colspan="4">--</td></tr>
</table>

支出先

資金の流れ


消費者庁
63,261 千円
間接経費: 2,065 千円
1. 事務費: 2,065 千円
A. デロイトトーマツコンサルティング合同会社
27,500 千円
支出先の数: 1
諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析
B. 株式会社　大広
24,200 千円
支出先の数: 1
不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等
C. 株式会社東宣
7,417 千円
支出先の数: 1
映像広告の作成・実施
D. 個人Aほか
2,079 千円
支出先の数: 4
ポスターのデザイン作成・印刷・発送等
再委託
再委託
E. 株式会社　大広WEDO
22,227 千円
支出先の数: 1
制作・PR関連業務、再々委託先の株式会社 時事通信社の業務ディレクション
G. 株式会社日交ほか
6,632 千円
支出先の数: 4
映像広告の制作、掲載等
再々委託
F. 株式会社時事通信社
18,282 千円
支出先の数: 1
説明会の会場手配、運営、広報、有識者の手配等

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　デロイトトーマツコンサルティング合同会社	27,500	1	諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析

支出先名	支出額	法人番号
デロイトトーマツコンサルティング合同会社	27,500	7010001088960

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析業務 一般競争契約（総合評価）	27,500	4	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社　大広	24,200	1	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社大広	24,200	3120001056530

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務 一般競争契約（総合評価）	24,200	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社東宣	7,417	1	映像広告の作成・実施

支出先名	支出額	法人番号
株式会社東宣	7,417	8010001051463

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 一般競争契約（最低価格）	7,417	8	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　個人Aほか	2,079	4	ポスターのデザイン作成・印刷・発送等

支出先名	支出額	法人番号		
個人Ａ	959	--		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷・梱包・発送 随意契約（少額）	959	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社	488	9010601040880		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	488	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
当矢印刷株式会社	460	8013301008595		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスター印刷 随意契約（少額）	460	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社太陽美術	172	6010601003790		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係るポスターデザイン等制作 随意契約（少額）	172	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
Ｅ　株式会社　大広WEDO	22,227	1	制作・PR関連業務、再々委託先の株式会社 時事通信社の業務ディレクション

支出先名	支出額	法人番号		
株式会社大広ＷＥＤＯ	22,227	9120001056772		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務 その他(再委託契約)	22,227	--	--	--	

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　株式会社時事通信社	18,282	1	説明会の会場手配、運営、広報、有識者の手配等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社時事通信社	18,282	7010001018703

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務 その他(再々委託契約)	18,282	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G　株式会社日交ほか	6,632	4	映像広告の制作、掲載等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日交	4,160	9011101025579

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)	4,160	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ローソンエンタテインメント	1,320	9010701022515

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)	1,320	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
プラウドエンジン株式会社	822	5011101087029

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)	822	--	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
株式会社フーモア	330	9011201015488

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務 その他(再委託契約)	330	--	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	デロイトトーマツコンサルティング合同会社	諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析業務	雑役務費	諸外国における寄附に関する制度に係る調査・分析業務	27,500
B	株式会社大広	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	24,200
C	株式会社東宣	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	7,417
D	個人Ａ	不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷・梱包・発送	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷・梱包・発送	959
E	株式会社大広ＷＥＤＯ	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	22,227
F	株式会社時事通信社	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に係る周知・啓発等業務	18,282
G	株式会社日交	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の普及・啓発に係る映像コンテンツの作成及び広告実施業務	4,160

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者団体訴訟制度に関する環境整備

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者制度課				
	作成責任者	古川剛				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000458	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（５）消費者団体訴訟制度に関する環境整備		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	その他関連元: 6462:消費生活相談機能強化促進等補助金		主要経費	その他の事項経費		

概要・目的	事業の目的	消費者団体訴訟制度（差止請求、被害回復）の適切かつ実効的な運用により、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られることで、安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。
	現状・課題	【現状】 ・制度の担い手である適格消費者団体、特定適格消費者団体（以下「団体」という。）の活動環境に関する支援が十分ではなく、消費者被害の未然防止及び被害回復が迅速かつ効率的に図られていない。 ・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。新たに団体を支援する主体として、「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度を創設。同制度を含む消費者団体訴訟制度に係る改正部分は、令和５年10月１日までに施行した。 【課題】 ・団体の行う差止請求は、事業者の不当な行為を差し止めるものであり、金銭を回収するものではないため、適格消費者団体は、地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しており、差止請求制度が十分に機能していない。 ・団体間の相互連携及び情報連携が十分にできていない。 ・団体とその他の団体（幅広い分野のNPOや地方公共団体など）との連携が十分にできていない。 ・消費者団体訴訟制度の認知度が16.3%と依然として低く、消費者などからの情報提供が不十分。
	事業の概要	消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者との間には情報の質・量・交渉力の格差があること、訴訟には時間・費用・労力が掛かり、少額被害の回復に見合わないこと、個別のトラブルが回復されても、将来的に同種のトラブルがなくなるわけではないことなどの課題がある。このため、内閣総理大臣が認定した団体が、消費者に代わって事業者に対して不当行為の差止請求や被害回復のための訴訟を行う消費者団体訴訟制度が消費者と事業者間の紛争解決のための枠組みとして活用されるよう、消費者契約法（平成12年法律第61号）及び消費者の財産的被害等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）に基づき、日本全国における制度の適切かつ実効的な運用等を推進する。具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。 ・団体及び消費者団体訴訟等支援法人の認定・監督・支援 ・団体の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する環境整備 ・団体が、消費者契約法等に基づいて行う、事業者の不当な行為に対する差止請求（被害回復は除く。）に関する事業に対する費用の補助 ・消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/collective_litigation_system/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--
	消費者の財産的被害等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	平成二十五年法律第九十六号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	第４期消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定）第５章１．（４）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	消費者基本計画工程表　重点項目８	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf

実施方法	補助			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	適格消費者団体	（P）	（P）	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	191,000	101,500	104,000	145,878
当初予算	47,000	64,900	74,000	88,883	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	7,000	--	--	--	--
計	54,000	64,900	74,000	88,883	0
執行額	36,000	44,000	45,022	--	--
執行率	66.7%	67.8%	60.8%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

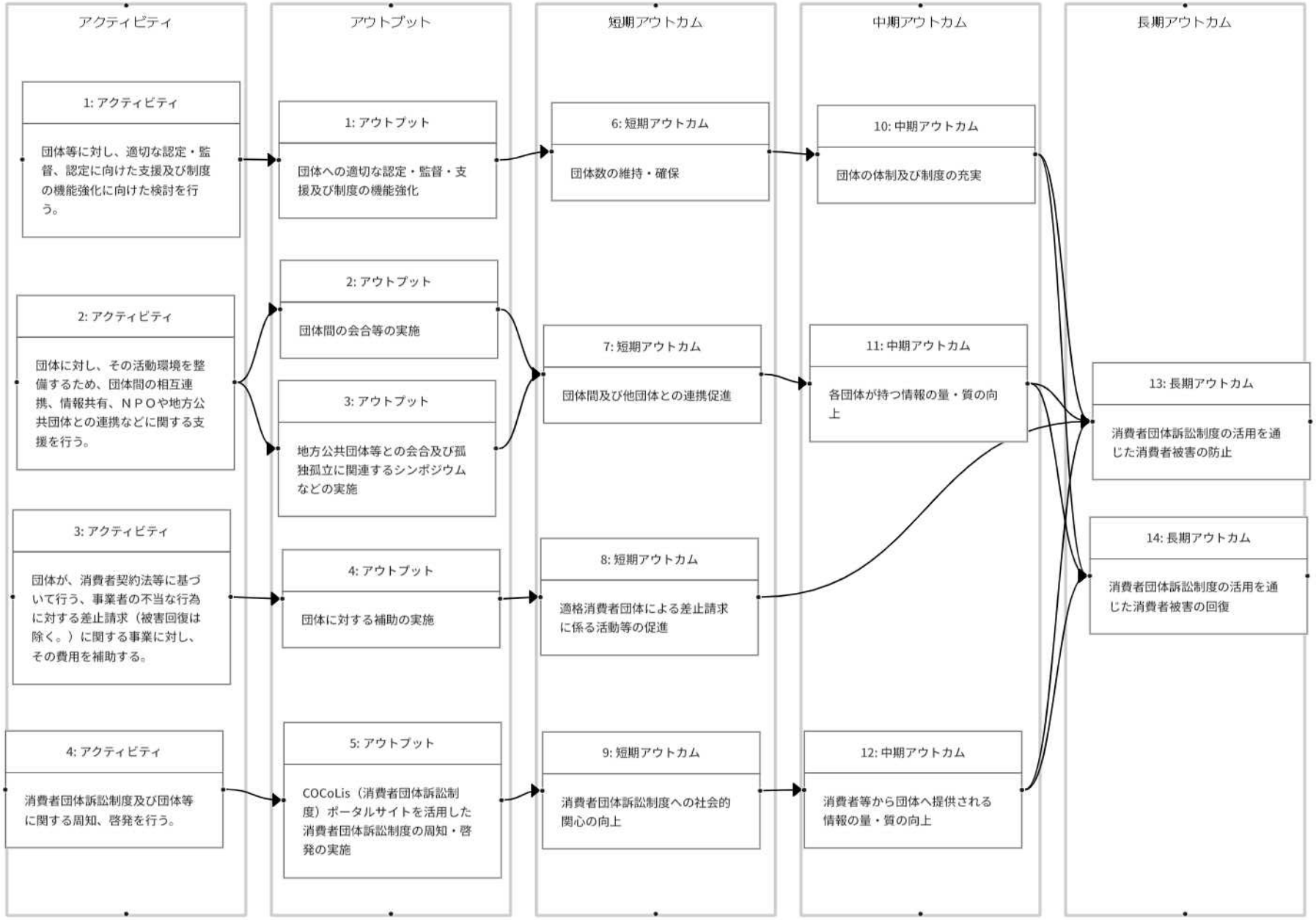
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	57,045	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	12,346	6,157
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	2,011	2,016
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	487	488
当初予算 消費者政策調査費	--	74,039	137,217

主な増減理由	消費者団体訴訟制度の実効性確保のため、適格消費者団体が行う差止請求に係る費用を一部補助するための経費を新規で要求すること等による増額。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-6-10-13

アクティビティ	団体等に対し、適切な認定・監督、認定に向けた支援及び制度の機能強化に向けた検討を行う。			
アウトプット	活動目標	団体への適切な認定・監督・支援及び制度の機能強化	活動指標	監督している適格消費者団体・特定適格消費者団体の数（延べ数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体に対して助言・情報提供等を行う「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度の創設に伴い、令和５年８月31日に「消費者団体訴訟等支援法人の認定、監督等に関するガイドライン」を制定。同年12月に第１号として、特定非営利活動法人消費者スマイル基金を認定。 ・消費者被害情報を収集し、被害回復の可否や消費者裁判手続特例法に関する法的な課題等について検討する「消費者被害の実態調査業務」を2018年度以降、毎年実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(団体)	--	--	28	30
活動実績／成果実績(団体)	26	27	30	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。

短期アウトカム	成果目標	団体数の維持・確保	成果指標	団体からの認定の申請件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：１団体	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(件)	2	5	7
活動実績／成果実績(件)	2	5	--
達成率(%)	100	100	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。

中期アウトカム	成果目標	団体の体制及び制度の充実	成果指標	団体の体制及び制度の充実
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者被害の実態調査により、制度の利活用状況を把握し、引き続き制度の改善に向けた検討を行う。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	団体の体制及び制度の充実度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体の体制及び制度の充実が図られることにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 1-1-6-10-14

アクティビティ	団体等に対し、適切な認定・監督、認定に向けた支援及び制度の機能強化に向けた検討を行う。			
アウトプット	活動目標	団体への適切な認定・監督・支援及び制度の機能強化	活動指標	監督している適格消費者団体・特定適格消費者団体の数（延べ数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体に対して助言・情報提供等を行う「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度の創設に伴い、令和５年８月31日に「消費者団体訴訟等支援法人の認定、監督等に関するガイドライン」を制定。同年12月に第１号として、特定非営利活動法人消費者スマイル基金を認定。 ・消費者被害情報を収集し、被害回復の可否や消費者裁判手続特例法に関する法的な課題等について検討する「消費者被害の実態調査業務」を2018年度以降、毎年実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(団体)	--	--	28	30
活動実績／成果実績(団体)	26	27	30	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な認定・監督、支援をすることで、団体数が維持・確保される。

短期アウトカム	成果目標	団体数の維持・確保	成果指標	団体からの認定の申請件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：１団体	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(件)	2	5	7
活動実績／成果実績(件)	2	5	--
達成率(%)	100	100	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体数が維持・確保されたうえで団体の体制充実が図られることで、制度全体の体制充実・機能強化につながる。

中期アウトカム	成果目標	団体の体制及び制度の充実	成果指標	団体の体制及び制度の充実
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者被害の実態調査により、制度の利活用状況を把握し、引き続き制度の改善に向けた検討を行う。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	団体の体制及び制度の充実度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体の体制及び制度の充実が図られることにより、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	1	0	0	--
	達成率(%)	50	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-7-11-13

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	団体間の会合等の実施	活動指標	適格消費者団体等との情報連携の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者庁の主催により、適格消費者団体、特定適格消費者団体、その他の関係団体・機関（適格消費者団体を目指す団体、国民生活センターなど）の連携を図るため、「適格消費者団体連絡協議会」を年２回開催している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	25	19	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体間での情報交換などが行われることで、団体間の連携が促進され、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	46
	活動実績／成果実績(団体)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体に集まる情報の量・質が向上することにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 2-2-7-11-14

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	団体間の会合等の実施	活動指標	適格消費者団体等との情報連携の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者庁の主催により、適格消費者団体、特定適格消費者団体、その他の関係団体・機関（適格消費者団体を目指す団体、国民生活センターなど）の連携を図るため、「適格消費者団体連絡協議会」を年２回開催している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	25	19	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体間での情報交換などが行われることで、団体間の連携が促進され、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	46
	活動実績／成果実績(団体)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体が持つ情報の量・質が向上することにより、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	1	0	0	--
	達成率(%)	50	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-3-7-11-13

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体等との会合及び孤独孤立に関連するシンポジウムなどの実施	活動指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・令和４年度から、適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム及びオンライン相談会を実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	10	10
	活動実績／成果実績(団体)	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	会合やシンポジウム等における参加自治体数が増えることで、団体と自治体が連携する機会が増え、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	46
	活動実績／成果実績(団体)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体に集まる情報の量・質が向上することにより、差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 2-3-7-11-14

アクティビティ	団体に対し、その活動環境を整備するため、団体間の相互連携、情報共有、ＮＰＯや地方公共団体との連携などに関する支援を行う。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体等との会合及び孤独孤立に関連するシンポジウムなどの実施	活動指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・令和４年度から、適格消費者団体等と孤独・孤立対策に取り組むNPO等との連携促進のため、シンポジウム及びオンライン相談会を実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	10	10
	活動実績／成果実績(団体)	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	会合やシンポジウム等における参加自治体数が増えることで、団体と自治体が連携する機会が増え、ひいては協力関係が構築される。

短期アウトカム	成果目標	団体間及び他団体との連携促進	成果指標	各団体において協力関係にある他の適格消費者団体やその他の団体の数（１団体当たり）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	46
	活動実績／成果実績(団体)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	団体同士及び他団体と適切に連携し、協力関係が構築されることで、各団体に集まる情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	各団体が持つ情報の量・質の向上	成果指標	情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・団体が、消費者契約法又は消費者裁判手続特例法に基づき、差止請求の実施等について他団体へ通知・消費者庁へ報告できる仕組みを整備・運用。 ・孤独孤立に関連する事業の成果として、消費者被害に関連する団体一覧表を作成。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	団体の持つ情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各団体が持つ情報の量・質が向上することにより、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	1	0	0	--
	達成率(%)	50	--	--	--

アクティビティからの発現経路 3-4-8-13

アクティビティ	団体が、消費者契約法等に基づいて行う、事業者の不当な行為に対する差止請求（被害回復は除く。）に関する事業に対し、その費用を補助する。			
アウトプット	活動目標	団体に対する補助の実施	活動指標	補助対象団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	（参考情報） ・令和４年度補正予算事業として措置した「消費生活相談機能強化促進等補助金」において、霊感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、適格消費者団体の行う、事業者の不特定かつ多数の消費者に対する不当な勧誘行為等の差止請求に係る業務に対して補助金を交付した。 ・執行年度：令和５年度　補助率：10/10　交付団体数：14団体　執行額：約5,800万円	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	
	当初見込み／目標値(団体)		14	
	活動実績／成果実績(団体)		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体による補助事業の実施により、差止請求に係る活動が促される。			
短期アウトカム	成果目標	適格消費者団体による差止請求に係る活動等の促進	成果指標	適格消費者団体による相談会・説明会等の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(件)		28	
	活動実績／成果実績(件)		--	
	達成率(%)		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	団体が差止請求に係る活動をすることにより、差止請求数が増加し、消費者被害の防止が期待される。			

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 4-5-9-12-13

アクティビティ	消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	COCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトを活用した消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施	活動指標	COCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのコンテンツ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟制度を消費者にとってより身近なものとするため、令和６年４月からCOCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトの運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画を作成。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	--	15
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施により、制度の社会的関心が高まる。

短期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度への社会的関心の向上	成果指標	COCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.3%（2023年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：20.3%（2023年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.7%（2023年度）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	80,000
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の社会的関心が向上することで、消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上	成果指標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟等支援法人である特定非営利活動法人消費者スマイル基金が、国の委託を受け、適格消費者団体ポータルサイトの運営・管理を実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者等から団体へ提供される情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者からの情報提供の増加や質の向上により、団体における差止請求の増加につながり、消費者被害の防止が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の防止	成果指標	適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論（差止請求に係る判決、裁判外の和解など）が得られた件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者契約法第23条第4項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	22	33	28	--
	達成率(%)	44	66	56	--

アクティビティからの発現経路 4-5-9-12-14

アクティビティ	消費者団体訴訟制度及び団体等に関する周知、啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	COCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトを活用した消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施	活動指標	COCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのコンテンツ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟制度を消費者にとってより身近なものとするため、令和６年４月からCOCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトの運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画を作成。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	--	15
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の周知・啓発の実施により、制度の社会的関心が高まる。

短期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度への社会的関心の向上	成果指標	COCoLis（消費者団体訴訟制度）ポータルサイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.3%（2023年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：20.3%（2023年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.7%（2023年度）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	80,000
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体訴訟制度の社会的関心が向上することで、消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上につながる。

中期アウトカム	成果目標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上	成果指標	消費者等から団体へ提供される情報の量・質の向上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費者団体訴訟等支援法人である特定非営利活動法人消費者スマイル基金が、国の委託を受け、適格消費者団体ポータルサイトの運営・管理を実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者等から団体へ提供される情報の量・質について、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者からの情報提供の増加や質の向上により、共通義務確認訴訟等の増加につながり、消費者被害の回復が期待される。

長期アウトカム	成果目標	消費者団体訴訟制度の活用を通じた消費者被害の回復	成果指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・消費者の財産的被害等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第84条第１項に基づく報告 ・COCoLiS(消費者団体訴訟制度)ポータルサイト https://cocolis.caa.go.jp/caseinjunction/index.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	1	0	0	--
	達成率(%)	50	--	--	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf
	該当箇所	重点項目８

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本制度は、事業概要で記載したとおり、事業者に比べて弱い立場にある消費者の被害の未然防止・拡大防止、集団的な被害回復の観点で重要である。また、本制度は消費者利益の擁護のみならず、健全な事業者の発展にも寄与する。団体が事業者の問題のある行為の是正を促すこと（差止請求）は、自覚せずに問題のある行為を行っている事業者にとっては、その行為の改善につながり、信頼性向上に資する。また、自覚的に悪質な行為を行っている事業者に対しては、その行為が未然に差し止められ、市場から排除されることで、業界全体の信用性の向上が見込まれる。こういった効果とあわせて、集団的な被害回復が図られることで、消費者被害を回避した消費者や被害回復を受けた消費者による新たな消費につながり、健全な事業者への需要が喚起され、消費需要の増大につながり、ひいては健全な事業活動に還流することが期待される。 なお、2022年の消費生活相談件数は87.0万件で、前年より増加しているという背景や近年、高齢化や取引のデジタル化が急速に進む中、事業者が意図するしないにかかわらず消費者被害が容易に発生し得る状況にある一方で、全ての消費者被害に対して行政が関与することは現実的には困難であることを鑑みると、民間団体が主体となって消費者被害の防止や回復に取り組むという本制度の重要性は増加し、その有効性は高い。 また、令和４年において、消費者裁判手続特例法を改正。被害回復制度の更なる活用を促すため、消費者団体訴訟等支援法人制度を創設するとともに、被害回復裁判における和解の早期柔軟化などを図る制度改善を実施したところ。足下において、共通義務確認訴訟において和解に向けた協議が進行している事案も確認されており、改善の効果が発現しつつある。 他方、団体数は着実に増加してきている（2021年度：22団体、2022年度：23団体、2023年度：26団体）にもかかわらず、差止請求などの件数は大きく増加するには至っていない（2021年度：22件、2022年度：33件、2023年度：28件）。 その要因として、前述したとおり、差止請求制度は消費者及び事業者の双方にメリットがあるにもかかわらず、その業務に要した費用（弁護士費用や申入れに要した費用など）を消費者からも、事業者からも得ることが難しい。これは、団体による差止請求が、特定の消費者において現に生じている被害を防止するための制度ではなく、将来に向けて不特定多数の消費者に対して生じ得る被害の防止を図る制度であること、また、事業者にとっては団体による差止請求が表面上ではメリットにならないことなどが要因である。 このため、多くの団体が地域の弁護士や消費生活相談員などの有志の行うボランティアや寄附を原資として運営しているのが現状であり、財政的な課題を抱えていることから、消費者団体訴訟制度を通じた消費者被害の防止・回復の更なる促進のためには、現状のアクティビティだけではなく、財政面の支援が必要と考えられる。加えて、団体への情報面での支援が不十分であることや、制度の認知度が低く、消費者などからの情報提供が不十分であること等が考えられることから、引き続き団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施していく必要があると考えられる。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	点検結果でも記載したとおり、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、経済の成長に資することを踏まえると、本制度が事業者や業界にとっても、ひいては我が国経済全体にとってもメリットになることを消費者及び事業者に広く周知・広報していく。あわせて、行政としても団体の活動しやすい環境構築に向けた総合的な支援体制の整備を積極的に行い、団体に消費者と事業者との間をつなぐ社会インフラとしての活動を促すことで更なる制度の活用を促進する必要がある。 具体的には、新たに団体を支援する主体として、「消費者団体訴訟等支援法人」に関する認定制度を創設したことから、今後は、新たに認定された消費者団体訴訟等支援法人も活用しながら、他団体との連携を促すことによる情報面等での環境整備や制度の活用促進に向けた総合的な支援体制を整備していく必要がある。特に、制度の中核を担う団体における財政面のひっ迫は喫緊の課題であり、差止請求制度の重要性や有効性、費用対効果などを踏まえ、新たに補助金制度の創設を行う必要がある。 また、周知・啓発については、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるため、令和６年４月からCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）の運用を始めるとともに、キャラクター（ここりす等）を使用した新たなパンフレットや啓発動画の作成も行ったところ。さらに、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。

外部有識者による点検	点検対象	公開プロセス	最終実施年度	2024
	対象の理由	その他		
	所見	--		

	公開プロセス結果概要	本事業は、実際の消費行動の中にあっては、事業者と各消費者の立場が対等なものになりにくいことに着目し、消費者保護の一環として、一定要件を満たした消費者団体が個々の消費者に代わって事業者に対応できる団体訴訟権を設定するものであり、消費者保護を目指す諸事業の中にあって高い重要性を有している。 その重要性からして、本事業が今後とも安定的に継続していく必要があるという一致した認識のもと、そのために特に留意すべき事項として、① 事業遂行態勢の維持方策、② 国による財源補填の必要性、③ 本制度の国民への周知・広報活動という３点について提言を試みる。 ①　事業遂行態勢の維持方策 本事業の中心となる適格消費者団体及び特定適格消費者団体(以下「団体」という。)は、その実務に必要とされる専門知識と経験を有する者で構成されることを前提としている。ただ、その構成員の実務への関与の形態は一様ではなく、また団体内に一定の能力が継続的に担保される仕組みには必ずしもなっていないきらいがある。例えば主要な役割を果たしてきた構成員の交代などで、一時的にせよ機能が弱体化するといったリスクが常に存在していると考えられる。自律を旨とする団体にあっては、第一義的には組織として能力の向上・蓄積が求められるが、加えて他の団体との連携、他の各種組織との連携、地方公共団体との連携など、外部能力の活用も有効な方策となるものと考えられる。また、令和４年の法改正を受けて、国が認定した消費者団体訴訟等支援法人「スマイル基金」が各団体の一部業務を受託する道が拓かれるなど、新たな対策も講じられている。各団体の現状を踏まえると、今後とも事業遂行態勢の安定的な確保を図るための様々な手段が整備されると同時に、その積極的な活用が全団体にわたって図られることが不可欠である。 ②　国による財源補填の必要性 本事業を担う各団体は、その運営財源に関しても自律を旨としており、国の認定を受ける際にも、「経理的な基礎」という要素が掲げられてはいる。しかし、それは認定後の財源的な安定性を保証するものではなく、実際に取り扱う案件に要する費用が予測できるものとは限らないなど、人的資源以上に不確実性が高い。個々の団体の財源をめぐる状況は画一的なものではなく、構成員のボランタリー活動による費用処理の回避、篤志家からの寄附、さらには地方公共団体からの受託業務といったものも含んでいるといわれるが、今後も財源不足を原因とする事業の停滞を避ける手立てを考えておく必要がある。令和５年度には、霊感商法を含めた悪質商法対策に係る別事業として「消費生活相談機能強化促進等補助金」が14団体に交付されたが、今後についても、レビューシートにも示されているとおり、本事業の円滑な推進に資する国の補助金の設定を考慮すべきものと思う。ただ、国の補助金に関しては、各団体の活動状況及び財源事情の把握を前提に、個々の事業進捗に欠かせない不足部分に的確に投入される必要があり、前記の補助金の効果検証等を参考に、交付要件を慎重に設計していく必要がある。 ③　本制度の国民への周知・広報活動 あらゆる国の施策について、国民への周知・広報は様々な形で行われているが、本事業については、本年度からポータルサイトを通じた活動が加わったものの、現状、消費者団体訴訟制度の認知度は著しく低いのではないかと考えられる。本事業に関しては、周知・広報活動に伴う認知度の向上が、消費者サイドからの問題提起、すなわち団体訴訟の積極的な活用に結びつく可能性があり、ひいては現在の団体の数、案件処理能力の見直しにも影響し得るものであり、より一層積極的に認知度向上の施策が展開されていく必要がある。その際、国民への制度そのものに関する情報伝達のみならず、実際に起きた事例の紹介の中でも、この制度がどのように活用されたか、あるいは活用され得たかという視点からの紹介が有効に作用するものと思う。 消費者団体訴訟制度の維持発展には、自律を本旨とする各団体の自助努力と国による適切な支援が、ともに欠かせないものと思われ、またその前提として、国が、各団体の活動状況、課題・ニーズ、さらには活動環境の変化に関する情報を精緻に把握・評価していくことが求められる。また、事業管理する上でのアウトプット、アウトカムの設定等についても、EBPMの考え方のより一層の定着が必要な部分が残っているように見受けられる。 それらを基礎に、この制度が国民の関心そして利益擁護の要請に広く応え、より大きな成果を上げることによって、消費者庁自身も展望するように「社会インフラ」のひとつに育っていくことを強く望むものである。

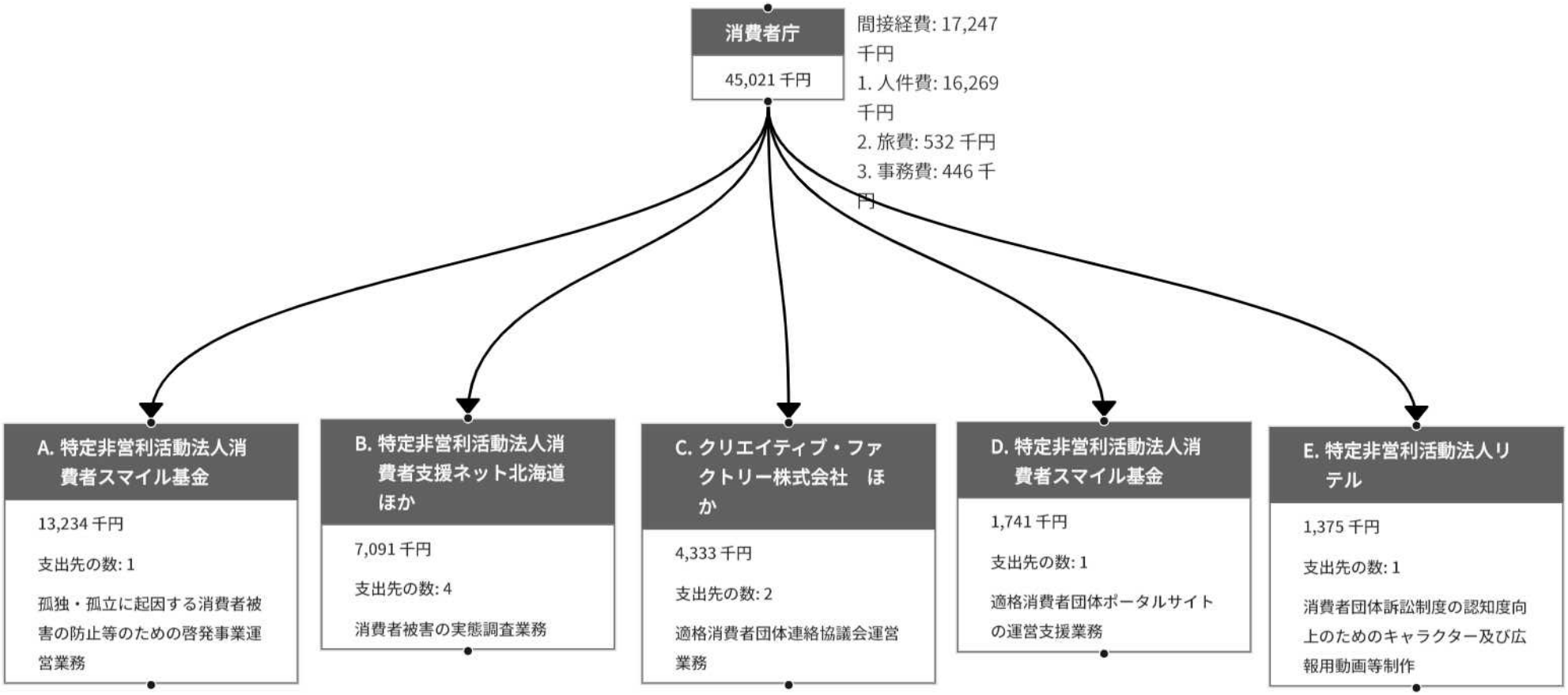
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	主に一般競争入札により調達を行っているものの、一部の調達において一者応札となっている。複数者の応札がない理由を明らかにしつつ仕様書や調達時期等を工夫し、複数の応札者が見込めるように調達を検討されたい。

所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	・各団体の事業遂行体制の安定的な確保に向けては、新たに創設した「消費者団体訴訟等支援法人制度」を活用しつつ、団体の業務負担等の軽減を図るとともに、団体間及びその他の関係団体・機関との連携・協働を促すことにより、情報面・機能面での支援を進め、団体が安定的に事業を継続できる環境の整備を進める。 ・団体における財政面のひっ迫は、差止請求等の担い手確保、ひいては制度の根幹に関わる喫緊の課題であり、令和４年度２次補正予算により令和５年度に実施した「消費生活相談機能強化促進等補助金」についての効果検証や各団体の財政状況の把握等を通じて、真に必要な費用を見極めるとともに、団体訴訟制度を維持・発展させるための効果的な財政支援の在り方や民間資金の活用の可能性について検討を進めてまいりたい。 ・制度の認知度向上に向けては、本年度から運用を開始したポータルサイトや広報動画・パンフレット等も活用しながら、より効果的な手段を検討する。また、本制度が我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献し、事業者や業界にとってもメリットになることを広く周知するため、事業者向け説明会を開催するとともに、団体と業界団体等が連携して行うアウトサイダー対策等の促進、団体と事業者が連携して成果につながった優良連携事例集の作成等を通じて、消費者のみならず事業者も含めた認知度向上に取り組む。 ・各団体からの定期報告やヒアリング等を通して、各団体の活動状況や課題・ニーズ、活動環境の変化に関する情報の精緻な把握に努めるとともに、EBPMの考え方に基づき指標・目標の不断の見直しを行い、制度の維持発展につなげてまいりたい。 ・調達については、複数の応札者が見込めるよう、仕様書や調達時期について検討してまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
45,021 千円
間接経費: 17,247 千円
1. 人件費: 16,269 千円
2. 旅費: 532 千円
3. 事務費: 446 千円
A. 特定非営利活動法人消費者スマイル基金
13,234 千円
支出先の数: 1
孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務
B. 特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道 ほか
7,091 千円
支出先の数: 4
消費者被害の実態調査業務
C. クリエイティブ・ファクトリー株式会社 ほか
4,333 千円
支出先の数: 2
適格消費者団体連絡協議会運営業務
D. 特定非営利活動法人消費者スマイル基金
1,741 千円
支出先の数: 1
適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務
E. 特定非営利活動法人リテル
1,375 千円
支出先の数: 1
消費者団体訴訟制度の認知度向上のためのキャラクター及び広報用動画等制作

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　特定非営利活動法人消費者スマイル基金	13,234	1	孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者スマイル基金	13,234	5010005027116

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務 一般競争契約（総合評価）	13,234	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道　ほか	7,091	4	消費者被害の実態調査業務

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	2,005	7430005005201

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者被害の実態調査業務（北海道・東北・北関東地方） 一般競争契約（総合評価）	2,005	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者機構日本	1,959	9010005008351

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者被害の実態調査業務（南関東地方） 一般競争契約（総合評価）	1,959	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援機構関西	1,687	6120005010084

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者被害の実態調査業務（近畿・中国・四国・九州地方） 一般競争契約（総合評価）	1,687	2	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者被害防止ネットワーク東海	1,440	6180005007083

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者被害の実態調査業務（中部地方） 一般競争契約（総合評価）	1,440	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　クリエイティブ・ファクトリー株式会社　ほか	4,333	2	適格消費者団体連絡協議会運営業務

支出先名	支出額	法人番号
クリエイティブ・ファクトリー株式会社	2,242	3011301024114

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度適格消費者団体連絡協議会（令和６年３月開催） 運営業務 一般競争契約（最低価格）	2,242	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社Ｐｉｉｃ	2,091	9010701039096

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度適格消費者団体連絡協議会（令和５年９月開催） 運営業務 一般競争契約（最低価格）	2,091	6	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　特定非営利活動法人消費者スマイル基金	1,741	1	適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者スマイル基金	1,741	5010005027116

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務 随意契約（その他）	1,741	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　特定非営利活動法人リテル	1,375	1	消費者団体訴訟制度の認知度向上のためのキャラクター及び広報用動画等制作

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人リテル	1,375	2013305003383

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者団体訴訟制度の認知度向上のためのキャラクター及び広報用動画等制作 一般競争契約（総合評価）	1,375	7	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	令和５年度孤独・孤立に起因する消費者被害の防止等のための啓発事業運営業務	役務費	オンライン相談会、シンポジウムの実施	13,234
B	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	消費者被害の実態調査業務（北海道・東北・北関東地方）	役務費	実態調査	2,005
C	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	令和５年度適格消費者団体連絡協議会（令和６年３月開催）運営業務	役務費	協議会運営費	1,813
--	--	--	人件費	当日スタッフ	429
D	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務	役務費	適格消費者団体ポータルサイトの運営支援業務	1,741
E	特定非営利活動法人リテル	消費者団体訴訟制度の認知度向上のためのキャラクター及び広報用動画等制作	役務費	キャラクターリデザイン・イラスト・パンフレット・動画作成	1,023
--	--	--	役務費	啓発方法調査提案	55
--	--	--	役務費	進行管理・企画・映像ディレクション	297

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者契約に関する制度の企画立案

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者制度課				
	作成責任者	古川剛				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000462	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（６）消費者契約に関する制度の企画立案		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		

概要・目的	事業の目的	消費者契約法の適切な運用を行うとともに、時宜にあわせて必要な制度改善を図ることで、消費者にとって安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。
	現状・課題	【現状】 ・消費者法を理念から見直し、その在り方を再編し拡充するため、令和４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。15回の討議を重ね、その議論の整理を令和５年７月に公表。同年11月に消費者委員会へ更なる具体的な検討を求める諮問を行った。 ・令和５年12月から「解約料の実態に関する研究会」を開催し、解約料の実態等についての検討を開始。 ・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。取消権の拡充や不当条項の追加等については令和５年６月１日から、前記以外の改正事項については同年10月１日から施行。 ・「霊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）の提言等を踏まえ、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」を提出し、令和４年12月に成立。令和５年１月５日施行。 【課題】 ・デジタル化、高齢化の進展といった消費者を取り巻く環境の変化を捉え、第208回国会の消費者契約法等改正時の附帯決議において、既存の消費者法制度の枠組みでの対応には限界があり、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討が必要であると示されている。こういった指摘も踏まえ、消費者を取り巻く環境の急激な変化に対応するため、抜本的な制度的・政策的対応に向けた検討を遅滞なく進める必要がある。
	事業の概要	消費者被害については、一般的な民事紛争の解決方法に照らすと、被害を受けた消費者が、自ら事業者を相手取って被害回復のための行動を取ることが基本となる。しかし、消費者と事業者との間には情報の質・量・交渉力の格差があることから、消費者の利益の擁護を図るため、平成13年４月１日に消費者契約法が施行された。同法は、消費者が事業者と結んだ契約（消費者契約）について、不当な勧誘による契約の取消しや不当な契約条項の無効等を規定しており、民事ルールである本法が活用されることで、消費者契約に関するトラブルの公正かつ円滑な解決に資することが期待される。本事業では、同法の適切な運用を行うとともに、同法を含む消費者法制度について、時宜にあわせた改善の方向性に係る検討などを実施している。 具体的には、以下の業務（アクティビティ）を実施。 ・消費者契約法を始めとする消費者法制度について見直しの検討や必要な調査等を行う。 ・消費者契約法の運用を行うとともに、消費者契約法の周知・啓発に取り組む。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者契約法	平成十二年法律第六十一号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	第４期消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定）第５章１．（２）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	消費者基本計画工程表　重点項目３	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf

実施方法	
	--

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	44,000	66,300	95,000	62,738
当初予算	13,000	18,600	38,000	74,371	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	4,000	--	--	--	--
計	17,000	18,600	38,000	74,371	0
執行額	20,000	26,000	19,948	--	--
執行率	117.6%	139.8%	52.5%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

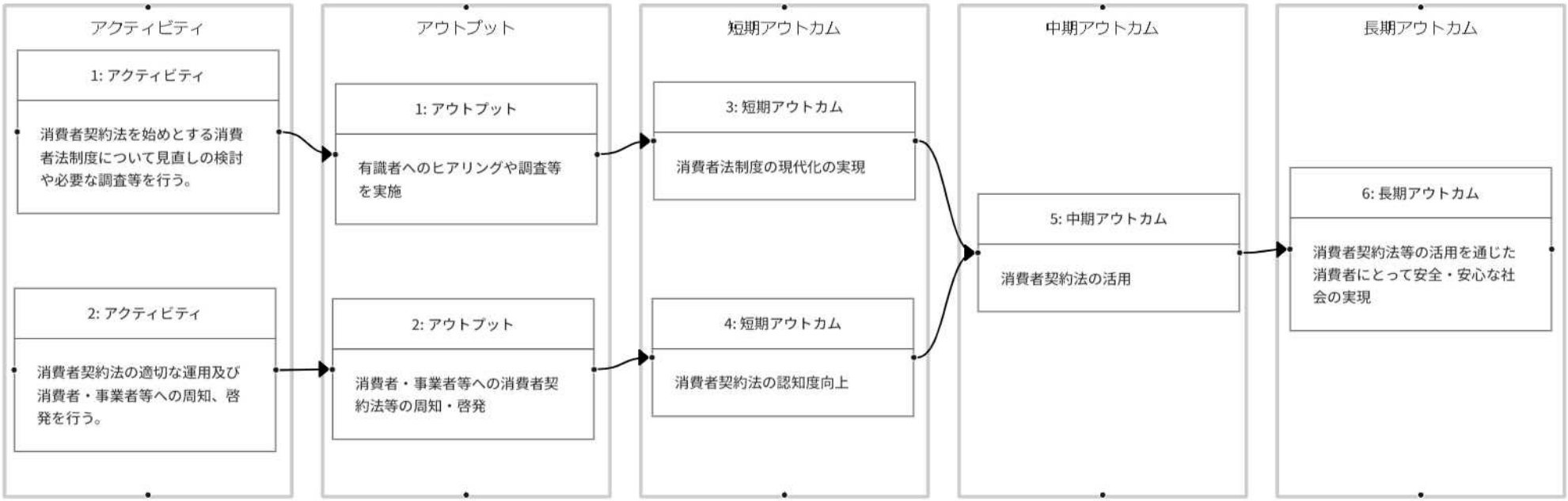
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	0	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	56,538	38,752
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	12,346	18,469
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	3,018	3,030
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	772	773
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費	--	678	692
当初予算 委員等旅費	--	1,019	1,022

主な増減理由	前年度限りの予算（パラダイムシフトに係る海外調査事業等）の削減等による減額。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-3-5-6

アクティビティ	消費者契約法を始めとする消費者法制度について見直しの検討や必要な調査等を行う。			
アウトプット	活動目標	有識者へのヒアリングや調査等を実施	活動指標	消費者契約法、消費者法制度の在り方等に関する会合、有識者との意見交換・ヒアリング等の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・令和４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。令和５年７月に議論の整理を公表。同年11月には、より具体的な検討を行うよう消費者委員会へ諮問。 ・令和５年12月から「解約料の実態に関する研究会」を開催し、解約料の実態等についての検討を開始。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	30	30
	活動実績／成果実績(回)	42	28	--

後続アウトカムへのつながり	有識者へのヒアリングや会合等の議論を踏まえ、具体的な検討・見直しを行うことで、消費者法制度の現代化の実現につながる。

短期アウトカム	成果目標	消費者法制度の現代化の実現	成果指標	消費者法制度の現代化の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標：消費者契約法等に関する学術研究の数：121件（2023年度）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者法制度の現代化の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	消費者法制度の現代化が実現することで、より一層消費者契約法が活用されることが期待される。

中期アウトカム	成果目標	消費者契約法の活用	成果指標	消費者契約法の活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者契約法の活用の成果としては、事業者の意識向上・消費者のリテラシー向上により適正な消費者契約がされることや、消費者や適格消費者団体等の指摘により、事業者が不当条項等を修正すること等が考えられるが、これらを外部から計測することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--
	活動実績／成果実績(件)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法が実際に活用されることにより、消費者被害が防止・回復され、消費者にとって安全・安心な社会の実現につながる。

長期アウトカム	成果目標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現	成果指標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	安全・安心な社会の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-4-5-6

アクティビティ	消費者契約法の適切な運用及び消費者・事業者等への周知、啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	消費者・事業者等への消費者契約法等の周知・啓発	活動指標	消費者や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・説明会等の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・身元保証や日常生活支援、死後事務等を契約に基づいて行う「身元保証等高齢者サポート事業」を消費者が安心して利用できるようにするため、関係府省庁が連携してガイドライン策定に向けて取り組んでいるところ、消費者契約法の観点から参画。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	10
	活動実績／成果実績(回)	12	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法等の周知・啓発を実施することにより、消費者契約法の認知度が向上する。

短期アウトカム	成果目標	消費者契約法の認知度向上	成果指標	消費者契約法の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・参考指標：消費者契約法等に関するパンフレット等の周知・啓発媒体のアクセス数：156,018アクセス（2023年度）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和３年度：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 ・令和４年度：消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003 ・令和５年度：消費者庁「消費生活意識調査」 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	40	40	40	50
	活動実績／成果実績(%)	35	37	32.3	--
	達成率(%)	87.5	92.5	80.8	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法の認知度が向上することで、消費者契約法の活用が期待される。			
中期アウトカム	成果目標	消費者契約法の活用	成果指標	消費者契約法の活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者契約法の活用の成果としては、事業者の意識向上・消費者のリテラシー向上により適正な消費者契約がされることや、消費者や適格消費者団体等の指摘により、事業者が不当条項等を修正すること等が考えられるが、これらを外部から計測することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--
	活動実績／成果実績(件)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者契約法が実際に活用されることにより、消費者被害が防止・回復され、消費者にとって安全・安心な社会の実現につながる。			
長期アウトカム	成果目標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現	成果指標	消費者契約法等の活用を通じた消費者にとって安全・安心な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	安全・安心な社会の実現度合いについて、数値で計測することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf
	該当箇所	重点施策３

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者契約法に代表される消費者法は、これまで累次の改正を繰り返してきたが、高齢化やデジタル化の進展等に伴い、消費者を取り巻く環境が日々変化している現代においては、これまでのように消費者法を個別課題ごとに都度対応するために改正を行っても、消費者取引の安心・安全を十全に実現するのは難しくなりつつある。 その根拠として、2022年の消費生活相談件数は前年より増加していること（87.0万件）、高齢化の進展により認知機能が不十分な消費者の割合が拡大していること（2022年時点で全人口の3割が高齢者）、デジタル化の進展等により、限定合理性や認知バイアス等が利用され消費者に不利益・不公正な取引が生じやすい状況が生じていること、近年、消費者が情報、時間、関心・アテンションを提供する新たな消費者取引が拡大するとともに、デジタル技術がこれらを含むデジタル消費者取引の在り方を規律していること、消費者取引の国際化も急速に普遍化していることなどの社会的背景が挙げられる。 このような消費者取引環境の変化を受け、衆・参両院からは「既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること」という附帯決議（消費者契約法の令和４年改正時）がなされており、我が国において、消費者法制度を理念から見直し、その在り方を再編し拡充する「消費者法制度のパラダイムシフト」に向けた検討を進めていくことは立法府の要請に添った取組であるとともに、社会的背景を捉まえた適切な取組であると考える。 また、前述のとおり、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中においては、現行の消費者契約法も十分に活用されることで足下の消費者被害を防止していく必要がある。実際に、令和４年度には、強い社会的な要請を受け、消費者契約法において霊感商法等の悪質商法などへの対応を行っており、その結果はこれから測定していく必要があるものの、一定の有効性があると考えられる。こういった現状を踏まえ、現行法について適切に運用するともに、その内容について事業者や消費者に広く周知することで、更なる活用を促していくことが重要である。 以上により、国費を投入する必要性は高い事業であると考える。 他方、本事業の課題としては、消費者法制度を理念から見直すことは、消費者が単独で検討するには広範なテーマであること、社会的な背景を十分に反映するため、消費者法制に限らず、多種多様な有識者の知見を取り込むとともに、海外の法制度に関する状況なども把握する必要があること、事業者に対する消費者契約法に係る周知・広報が不足していることなどが挙げられる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	「消費者法制度のパラダイムシフト」に向けた検討については、消費者庁から消費者委員会に諮問を行い、消費者委員会に2023年12月に設置された「消費者法制度のパダライムシフトに関する専門調査会」おいてより具体的な議論を開始。独立した第三者機関である消費者委員会が自ら調査・審議を行い、消費者庁を含む関係省庁の消費者行政全般に対して意見表明（建議等）を行うことも視野に、具体的な見直しに向けた検討を進めているところ。消費者庁は消費者委員会における審議に関して必要な協力を行っていく。また、本年度事業において海外調査等の各種調査を行い、今後の検討に必要な情報の収集を行う予定である。 また、周知・啓発については、関連事業において、消費者などに団体に関する活動情報などを効果的かつ効率的に伝えるべく、令和６年４月からCOCoLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）の運用を始めたところ。こういったサイトの活用も視野に入れつつ、今後は、事業者も含めた広い対象に、より効果的な周知・広報する手段を検討していく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

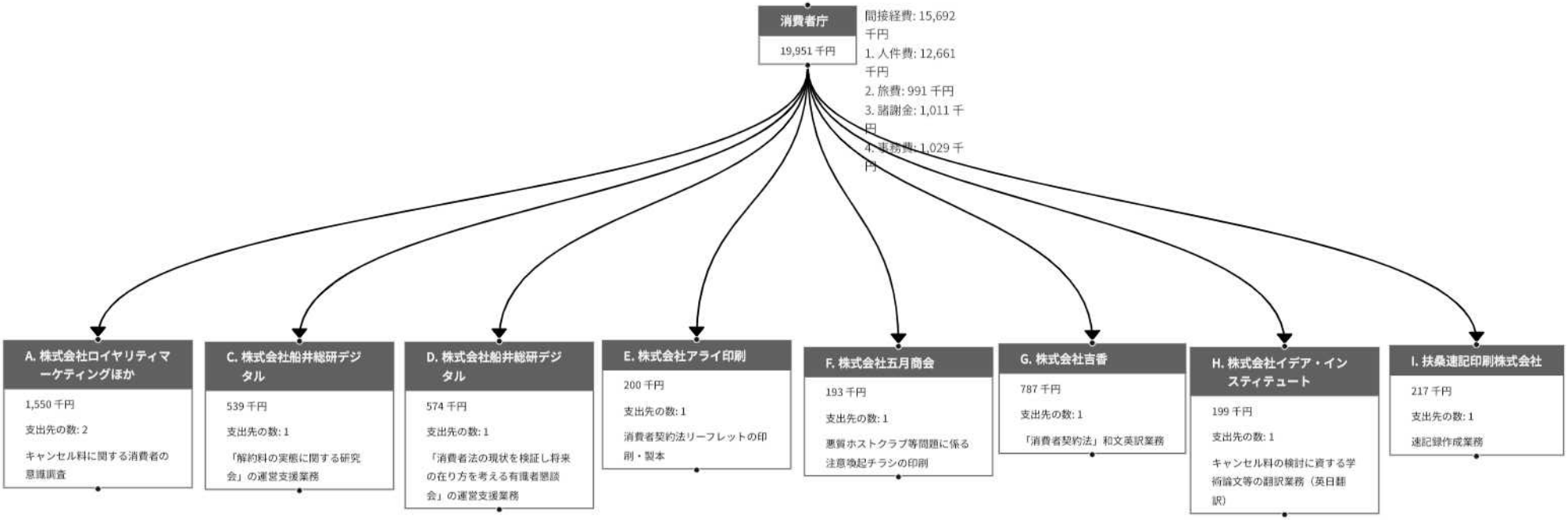
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。

所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	所見を踏まえ、引き続き必要性・効率性・有効性について不断の検討を行い、適切な予算執行に努めてまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
19,951 千円
間接経費: 15,692 千円
1. 人件費: 12,661 千円
2. 旅費: 991 千円
3. 諸謝金: 1,011 千円
4. 事務費: 1,029 千円
A. 株式会社ロイヤリティマーケティングほか
1,550 千円
支出先の数: 2
キャンセル料に関する消費者の意識調査
C. 株式会社船井総研デジタル
539 千円
支出先の数: 1
「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務
D. 株式会社船井総研デジタル
574 千円
支出先の数: 1
「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」の運営支援業務
E. 株式会社アライ印刷
200 千円
支出先の数: 1
消費者契約法リーフレットの印刷・製本
F. 株式会社五月商会
193 千円
支出先の数: 1
悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷
G. 株式会社吉香
787 千円
支出先の数: 1
「消費者契約法」和文英訳業務
H. 株式会社イデア・インスティテュート
199 千円
支出先の数: 1
キャンセル料の検討に資する学術論文等の翻訳業務（英日翻訳）
I. 扶桑速記印刷株式会社
217 千円
支出先の数: 1
速記録作成業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社ロイヤリティマーケティングほか	1,550	2	キャンセル料に関する消費者の意識調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ロイヤリティマーケティング	1,067	1011001058851

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
キャンセル料に関する消費者の意識調査 一般競争契約（最低価格）	1,067	7	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社サーベイリサーチセンター	483	6011501006529

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
キャンセル料に関する消費者の意識調査（予備調査） 随意契約（少額）	483	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社船井総研デジタル	539	1	「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社船井総研デジタル	539	4120001180783

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務 随意契約（少額）	539	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　株式会社船井総研デジタル	574	1	「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」の運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社船井総研デジタル	574	4120001180783

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

「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」の運営支援業務 随意契約（少額）	574	0	--	--	

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　株式会社アライ印刷	200	1	消費者契約法リーフレットの印刷・製本

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アライ印刷	200	6010901000777

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者契約法リーフレット「知っていますか？消費者契約法～」の印刷・製本 随意契約（少額）	200	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　株式会社五月商会	193	1	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷

支出先名	支出額	法人番号
株式会社五月商会	193	4013301005010

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷 随意契約（少額）	193	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G　株式会社吉香	787	1	「消費者契約法」和文英訳業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社吉香	787	5010001031682

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者契約法」（平成12年法律第61号）和文英訳業務 随意契約（少額）	787	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

H	株式会社イデア・インスティテュート	199	1	キャンセル料の検討に資する学術論文等の翻訳業務（英日翻訳）	

支出先名	支出額	法人番号
株式会社イデア・インスティテュート	199	3011001002287

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
キャンセル料の検討に資する学術論文等の翻訳業務（英日翻訳） 随意契約（少額）	199	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
I 扶桑速記印刷株式会社	217	1	速記録作成業務

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷株式会社	217	9010001027784

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
速記録作成（３月） 随意契約（少額）	119	0	--	--
速記録作成（１月） 随意契約（少額）	51	0	--	--
速記録作成（12月） 随意契約（少額）	47	0	--	--

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社ロイヤリティマーケティング	キャンセル料に関する消費者の意識調査	役務費	意識調査	1,067

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者教育・普及啓発

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	消費者教育推進課			
	作成責任者	黒田啓太				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000465	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進		（７）消費者教育・普及啓発		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないこと及び被害に遭った際に救済できるように教育することに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。				
	現状・課題	○成年年齢引下げやデジタル化の進展等により、幅広い世代において消費者被害増加のリスクがある。 ○消費者被害の防止・減少のため、ライフステージに応じた、社会人も含めた切れ目のない消費者教育の推進が必要。				
	事業の概要	上記事業目的を達成するため、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を基に主に以下の取組を実施。 ○地方公共団体等への消費者教育実施の支援(消費者力新教材の開発)・働きかけ ○事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ(教育プログラムの開発等) ○消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者教育の推進に関する法律	平成二十四年法律第六十一号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画 第５章　４．	--
	消費者基本計画工程表　施策番号Ⅳ（１）①～④	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

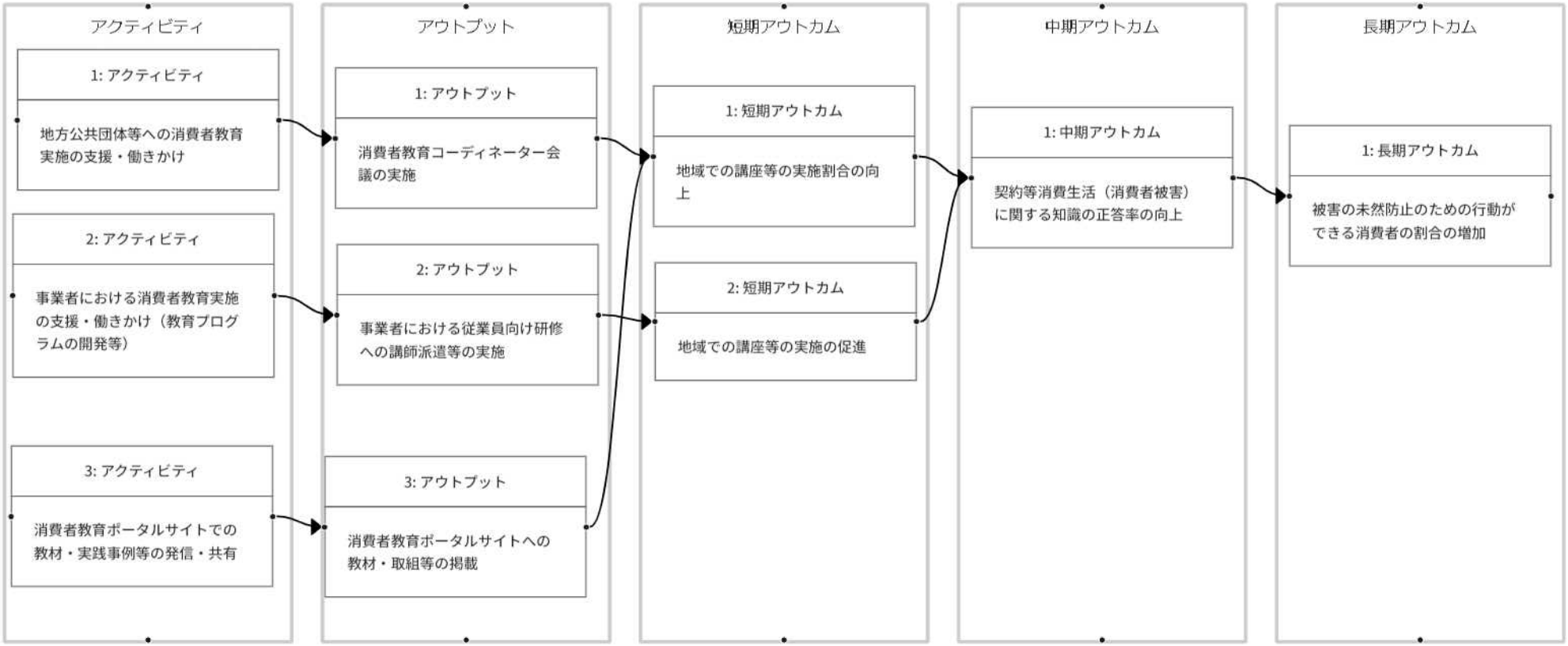
予算額執行額表（単位：千円）		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	108,000	81,000	87,000	82,282
	当初予算	101,000	83,000	75,000	68,675	--
	補正予算	--	120,000	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	120,000	--	--
	予備費等	△2,000	△120,000	--	--	--
	計	99,000	83,000	195,000	68,675	0
	執行額	60,000	43,000	133,885	--	--
	執行率	60.6%	51.8%	68.7%	--	--

予算内訳表 （単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	19,040	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	53,146	67,206
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	6,173	6,156
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当		--	2,967	2,973
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費		--	2,581	2,581
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	1,904	1,426
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費		--	966	966
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--	518	554
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	190	190
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 職員旅費		--	135	135
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金		--	95	95

主な増減理由	現年度まで実施していた成年年齢引下げに関わる取組を見直し、新たな消費者教育関連事業として要求をしているため。 なお、新たな社会的な課題に対する消費者教育の取組強化のための事業予算を要望している。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	地方公共団体等への消費者教育実施の支援・働きかけ			
アウトプット	活動目標	消費者教育コーディネーター会議の実施	活動指標	消費者教育コーディネーター会議の参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年度の会議では従来の取組事例報告に加え、グループワークによる課題共有・討議の形式を導入。 未設置の政令市への会議参加を促した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	100	150	160
	活動実績／成果実績(件)	52	83	146	--	--

後続アウトカムへのつながり	消費者庁主催の下、消費者教育の多様な担い手と場をつなぐ「消費者教育コーディネーター」が担うコーディネート機能の発揮や活動スキルの向上に資することを目的として消費者教育コーディネーター会議を開催している。当会議への参加者数が増加することで、参加者が活動する自治体で講座等を実施することにつながると考え、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※消費者教育コーディネーターとは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐことにより、新たな実践の場を創出させる役割を担う。コーディネーター会議においては、各地域で積み重ねられてきた独自の取組について共有し、抱える課題や目指すべき目標等の抽出等を行っている。

短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上	成果指標	地域での講座等の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度地方消費者行政の現況調査 令和５年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	40	55
	活動実績／成果実績(%)	36.4	50	--
	達成率(%)	--	125	--

後続アウトカムへのつながり	地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	38	40
	活動実績／成果実績(%)	34.6	38.8	--
	達成率(%)	--	102.1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和５年度　被害に遭った際に相談ができる消費者の割合　71.2% 令和５年度　被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合　24.1%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9	46.6	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

アクティビティ	事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ（教育プログラムの開発等）			
アウトプット	活動目標	事業者における従業員向け研修への講師派遣等の実施	活動指標	講師派遣等を通じた従業員向け研修の実施事業者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年度は新人職員が対象の従業員向け研修であったが、2024年度は、新人職員に加え、2023年度に開発した教育プログラムにより、壮年退職期の職員も対象となっている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(社)	60	220	240
	活動実績／成果実績(社)	108	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	当庁による講師派遣等を通じて従業員向け研修を実施する事業者数が向上することで、消費者教育が実践される場・範囲が拡大し、各地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）が増加すると考えたため、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※令和5年度から実施している研修

短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施の促進	成果指標	地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度地方消費者行政の現況調査 ※令和5年度に追加した指標
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	10
	活動実績／成果実績(%)	6.3	--
	達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各地での充実した消費者教育関連事業の増加により消費者教育が充実することで、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えられるため、本指標を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	38	40
	活動実績／成果実績(%)	34.6	38.8	--
	達成率(%)	--	102.1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和５年度　被害に遭った際に相談ができる消費者の割合　71.2% 令和５年度　被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合　24.1%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9	46.6	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1-1

アクティビティ	消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有			
アウトプット	活動目標	消費者教育ポータルサイトへの教材・取組等の掲載	活動指標	消費者教育ポータルサイトのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	若年者、一般社会人、高齢者の各世代に多い最新のトラブル事例を被害者目線で疑似体験できるVR動画等の体験型教材「鍛えよう、消費者力　気づく・断る・相談する」を作成し、特設ページへの掲載を行った。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	380,000	550,000
	活動実績／成果実績(件)	357,573	531,627	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者教育ポータルサイト上の教材・取組が地域の担い手により幅広く活用されることで、地域における消費者教育の取組が充実・増加等すると考えらえることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上	成果指標	地域での講座等の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度地方消費者行政の現況調査 令和５年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	40	55
	活動実績／成果実績(%)	36.4	50	--
	達成率(%)	--	125	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上	成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	38	40
	活動実績／成果実績(%)	34.6	38.8	--
	達成率(%)	--	102.1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加	成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和５年度　被害に遭った際に相談ができる消費者の割合　71.2% 令和５年度　被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合　24.1%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9	46.6	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表
	URL	--
	該当箇所	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の推進のための体制整備

点検・評価

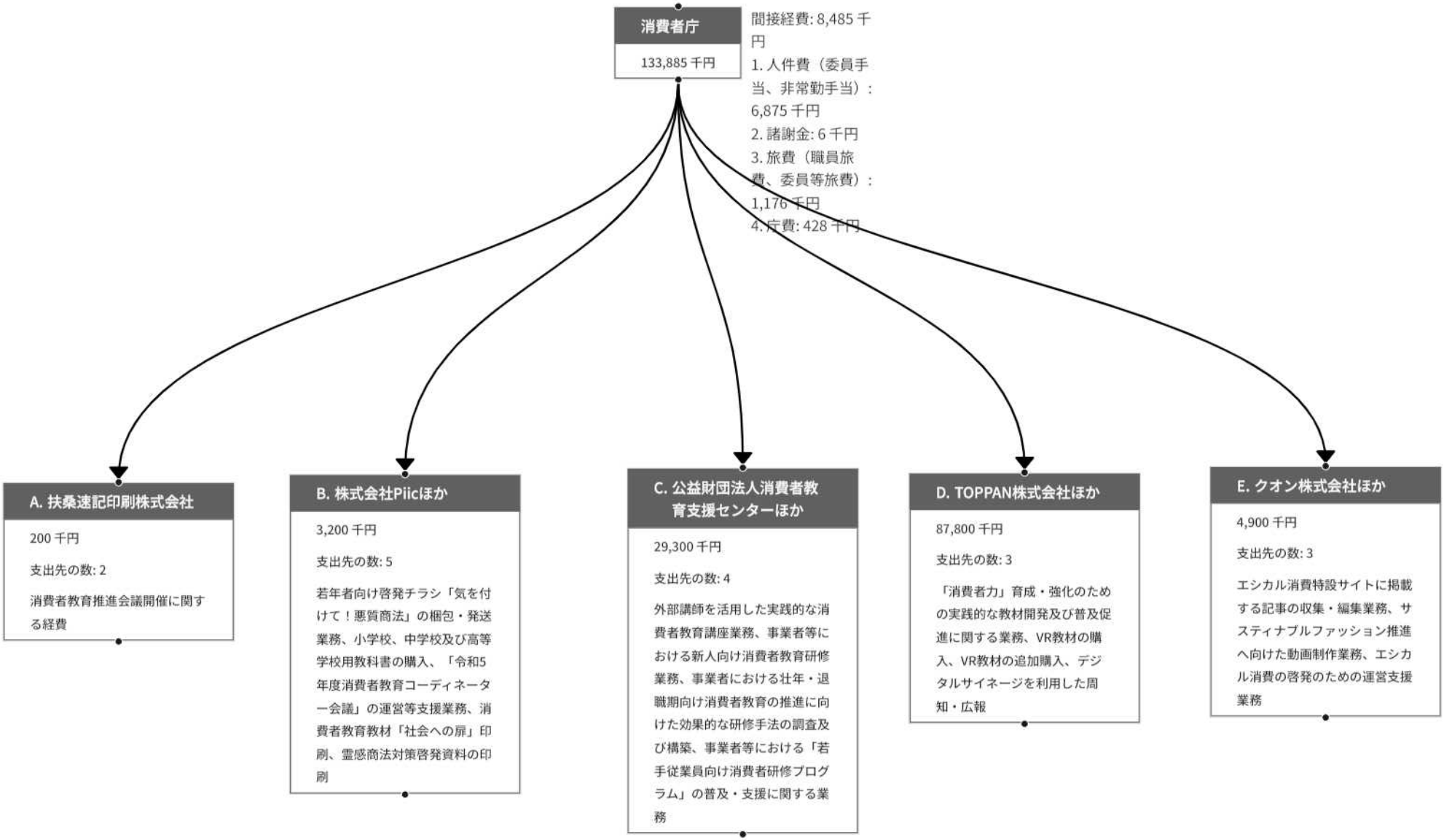
事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者教育基本方針や、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育方針ー消費者教育の実践・定着プランー」に基づき、地方自治体や関係省庁、関係機関と連携して効果的な消費者教育の推進に取り組むとともに、消費者力育成強化のための新教材を開発した。地域等での出前講座等の実施や消費者力の向上には、関係者をつなぐ消費者教育コーディネーターの配置・育成や、担い手向けにポータルサイトやSNS等で提供する消費者トラブルや教材等に関する情報を引き続き提供・拡充するとともに、新教材の活用促進を図っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	各ライフステージにおける消費者教育が更に実施されるよう、消費者教育コーディネーターの活動を一層促進するための支援を拡充する等、引き続き効果的効率的な事業の執行に努める。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	その他		
	所見	①「消費者教育コーディネーター」の役割が重視されている印象を受けるが、コーディネーターは一定の資格を有する者を意味するものではなく、職務として消費者教育にかかわるポストに就く職員に付される肩書きであり、また、コーディネーターの能力は一定レベル・また均質とはみなされていないため、現状からするとその名称でひとくくりにして、コーディネーターに消費者教育における一定の役割・機能を期待することは難しい面があるように感じ、そのコーディネーターを通じて各自治体における「講座」が消費者教育浸透の場となること自体、限界があるのではないか。消費者庁として集中的にコーディネーターの養成あるいは再教育といった施策を実施し、一定の能力を持った一定数のコーディネーターを確保することが急務なのではないかと思う。 ②都道府県及び政令市における消費者教育コーディネーターの設置が一定程度実現しているならば、中核市へ参加を促し、中核市の参加者数を内数として特記する等、現状の取組に沿った指標設定や説明が考えられるのではないか。 ③短期アウトカムに、地域での取組に係る指標を設定することは重要であり、「地域での講座等の実施割合の向上」は必要な指標と考える。一方で、地域での実施有無だけでなく、地域での実施度合いを評価するための指標を併記しても良いのではないか（例えば、地域での講座等を複数回／年間5回以上実施している地域割合等）。 ④アウトプットである「会議の実施」と短期アウトカムである「地域での講座等の実施割合の向上」の因果関係、それと中期アウトカムの「正答率」、長期の「行動ができる消費者の増加」の関係について、その関係は明確か、定かでない。仮に講座の実施割合が向上しても、正答率が下がることもあり得るが、そのような問題は生じないのか。やはり各項目の因果関係をもっと詰めて考えるべきではないだろうか。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札等の実施により調達を行っているが、一者応札となっている入札案件が見受けられるところ、その要因を分析し、一者応札の解消に努め、経費の効率的な使用を検討いただきたい。

<table>
<tr><td rowspan="4">所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況</td><td>改善点・反映状況</td><td colspan="3">年度内に改善を検討</td></tr>
<tr><td rowspan="2">反映額</td><td>会計</td><td>勘定</td><td>反映額 (千円)</td></tr>
<tr><td>--</td><td>--</td><td>--</td></tr>
<tr><td>詳細</td><td colspan="3">外務有識者による点検に対する改善点は以下のとおり。
①コーディネーター会議及び国民生活センターで実施する研修講座の受講を促し、必要な研修講座を履修した者に対して、一定の能力を持ったコーディネーターとして修了証を発行する等により、一定の役割・機能の発揮が期待できるコーディネーターの育成・確保を図ることを検討する。
②都道府県・政令市に配置される消費者教育コーディネーターに対する情報提供等も引き続き実施・重要であるところ、中核市の消費者教育コーディネーターの配置を促すため、中核市の参加者数（R6：6／62市）について補足することを検討する。
③地域での講座等の実施有無の把握に引き続き努めるとともに、実施度合（複数回・複数の事業を実施している地域等）について把握することを検討する。
④消費生活意識調査を活用して全国的な数値指標を置いているが、因果関係の把握については、当庁で実施する出前講座事業の中で把握する等の手法を含め引き続き検討する。

行政事業レビュー推進チームの所見に対する改善点は以下のとおり。
・一社応札となった案件で、人員等のリソース不足や事業実施期間を踏まえて入札を見送った事業者があったことから、人員や事業期間を確保できるよう年度早々の公示を目指し、仕様書の準備・調整を図るようにする。</td></tr>
<tr><td>公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ</td><td colspan="4">--</td></tr>
<tr><td>その他の指摘事項</td><td colspan="4">--</td></tr>
</table>

支出先

資金の流れ


消費者庁
133,885 千円
間接経費: 8,485 千円
1. 人件費（委員手当、非常勤手当）: 6,875 千円
2. 諸謝金: 6 千円
3. 旅費（職員旅費、委員等旅費）: 1,176 千円
4. 庁費: 428 千円
A. 扶桑速記印刷株式会社
200 千円
支出先の数: 2
消費者教育推進会議開催に関する経費
B. 株式会社Piicほか
3,200 千円
支出先の数: 5
若年者向け啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の梱包・発送業務、小学校、中学校及び高等学校用教科書の購入、「令和5年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務、消費者教育教材「社会への扉」印刷、霊感商法対策啓発資料の印刷
C. 公益財団法人消費者教育支援センターほか
29,300 千円
支出先の数: 4
外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務、事業者等における新人向け消費者教育研修業務、事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築、事業者等における「若手従業員向け消費者研修プログラム」の普及・支援に関する業務
D. TOPPAN株式会社ほか
87,800 千円
支出先の数: 3
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務、VR教材の購入、VR教材の追加購入、デジタルサイネージを利用した周知・広報
E. クオン株式会社ほか
4,900 千円
支出先の数: 3
エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集・編集業務、サスティナブルファッション推進へ向けた動画制作業務、エシカル消費の啓発のための運営支援業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　扶桑速記印刷株式会社	200	2	消費者教育推進会議開催に関する経費

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷株式会社	200	9010001027784

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者教育推進会議に係る速記料(共同調達) その他(消費者庁共通費からの支出)	200	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社Piicほか	3,200	5	若年者向け啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の梱包・発送業務、小学校、中学校及び高等学校用教科書の購入、「令和5年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務、消費者教育教材「社会への扉」印刷、霊感商法対策啓発資料の印刷

支出先名	支出額	法人番号
ＴＯＰＰＡＮ版株式会社	1,100	8010501050089

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
霊感商法対策啓発資料の印刷 随意契約（少額）	1,100	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社Ｐｉｉｃ	1,000	9010701039096

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「令和５年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務 一般競争契約（最低価格）	1,000	4	--	--

支出先名	支出額	法人番号
秋田共同印刷株式会社	900	4410001000284

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

消費者教育教材「社会への扉」印刷 随意契約（少額）	900	0	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ペア	100	1012301009957

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
若年者向け啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の梱包・発送業務 随意契約（少額）	100	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
東京都第一教科書供給株式会社	100	8011101015093

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
小学校、中学校及び高等学校用教科書の購入 随意契約（少額）	100	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　公益財団法人消費者教育支援センターほか	29,300	4	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務、事業者等における新人向け消費者教育研修業務、事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築、事業者等における「若手従業員向け消費者研修プログラム」の普及・支援に関する業務

支出先名	支出額	法人番号
公益財団法人消費者教育支援センター	10,900	5011105005399

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築 一般競争契約（最低価格）	10,900	1	--	教材作成の人員等のリソース不足や事業実施期間を踏まえて入札を見送った事業者があったため。

支出先名	支出額	法人番号
公益社団法人全国消費生活相談員協会	8,900	2010405010418

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務 一般競争契約（最低価格）	8,900	1	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
東京弁護士会	6,500	5010005003967

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
事業者等における新人向け消費者教育研修業務 一般競争契約（最低価格）	6,500	2	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ダン計画研究所	3,000	1120001084252

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
事業者等における「若手従業員向け消費者教育研修プログラム」の普及・支援に関する業務 一般競争契約（最低価格）	3,000	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　TOPPAN株式会社ほか	87,800	3	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務、VR教材の購入、VR教材の追加購入、デジタルサイネージを利用した周知・広報

支出先名	支出額	法人番号
ＴＯＰＰＡＮ株式会社	71,400	8010501050089

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務 一般競争契約（総合評価）	71,400	2	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ジェイアール東日本企画	9,000	7011001029649

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るデジタルサイネージを利用した周知・広報 一般競争契約（最低価格）	9,000	2	--	--

支出先名	支出額	法人番号
カディンチェ株式会社	7,400	1010701024254

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るVR機材の購入 一般競争契約（最低価格）	6,500	4	--	--
「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るVR機材の追加購入 随意契約（少額）	900	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　クオン株式会社ほか	4,900	3	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集・編集業務、サスティナブルファッション推進へ向けた動画制作業務、エシカル消費の啓発のための運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
（株）シード・プランニング	2,100	9010001144299

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等 一般競争契約（最低価格）	2,100	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社スターランドコミュニケーション	1,000	4010001074550

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
サステナブルファッション推進へ向けた制作業務 随意契約（少額）	1,000	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社　趣味なび	1,000	8010401130354

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「エシカル消費」普及啓発のための運営支援業務 随意契約（少額）	1,000	1	--	--

		支出先名	支出額	法人番号
		クオン株式会社	800	4010401056883

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
エシカル消費の普及啓発に係る調査事業の謝礼の送付業務 随意契約（その他）	800	1	--	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	B	ＴＯＰＰＡＮ版株式会社	霊感商法対策啓発資料の印刷	雑役務費	霊感商法対策啓発資料の印刷	1,100
	C	公益財団法人消費者教育支援センター	事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築	雑役務費	事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築	--
	D	ＴＯＰＰＡＮ株式会社	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務	雑役務費	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務	71,400
	E	（株）シード・プランニング	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等	雑役務費	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等	2,100

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

エシカル消費の普及・啓発

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者教育推進課				
	作成責任者	黒田啓太				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000461	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（８）エシカル消費の普及・啓発		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	持続可能な社会の実現を目指すためには、事業者の取組だけでなく、消費者側も持続可能な社会の実現に寄与する商品・サービス又は事業者を選択して消費を行うなど、主体的な取組を行うことが求められる。このような、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、消費者に対する啓発、地方公共団体・事業者等の活動を通じた機運の醸成等を行う。				
	現状・課題	○消費者市民社会の形成（自立した消費者の育成）に向け、消費者にとって身近な取組であるサステナブルファッション等のエシカル消費について、消費者教育・普及啓発の一環として推進。 ○エシカル消費の認知度は向上し（R元：12.2%　R4：26.9%　R5：29.4%）、実践する意向のある消費者（R4：28.7%　R5：27.6%）や、日常的に実践する消費者（R4：76.4%　R５：75%）も一定数いる。 ○エシカル消費の普及促進とともに、消費者の実践を促すための情報発信や地方公共団体や事業者等の取組への支援が必要。				
	事業の概要	上記事業目的を達成するため、主に以下の取組を実施。 ○エシカル消費の啓発に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・周知等） ○地方公共団体・学校・事業者等へのエシカル消費啓発の働きかけ（事例・ノウハウの共有等） ○エシカル消費特設サイトでの情報発信の強化 ○消費者にとって特に身近な取組であるサステナブルファッションについての特設サイトでの情報発信の強化 ○毎月５月に行う消費者月間事業の実施				
	事業概要URL	https://www.ethical.caa.go.jp/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画　第５章　２．　（３）	--
	消費者基本計画工程表　施策番号Ⅱ（３）①	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	43,000	11,800	--	14,618
当初予算	11,000	17,800	15,470	15,553	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	2,000	--	--	--	--
計	13,000	17,800	15,470	15,553	0
執行額	13,000	12,000	20,007	--	--
執行率	100%	67.4%	129.3%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

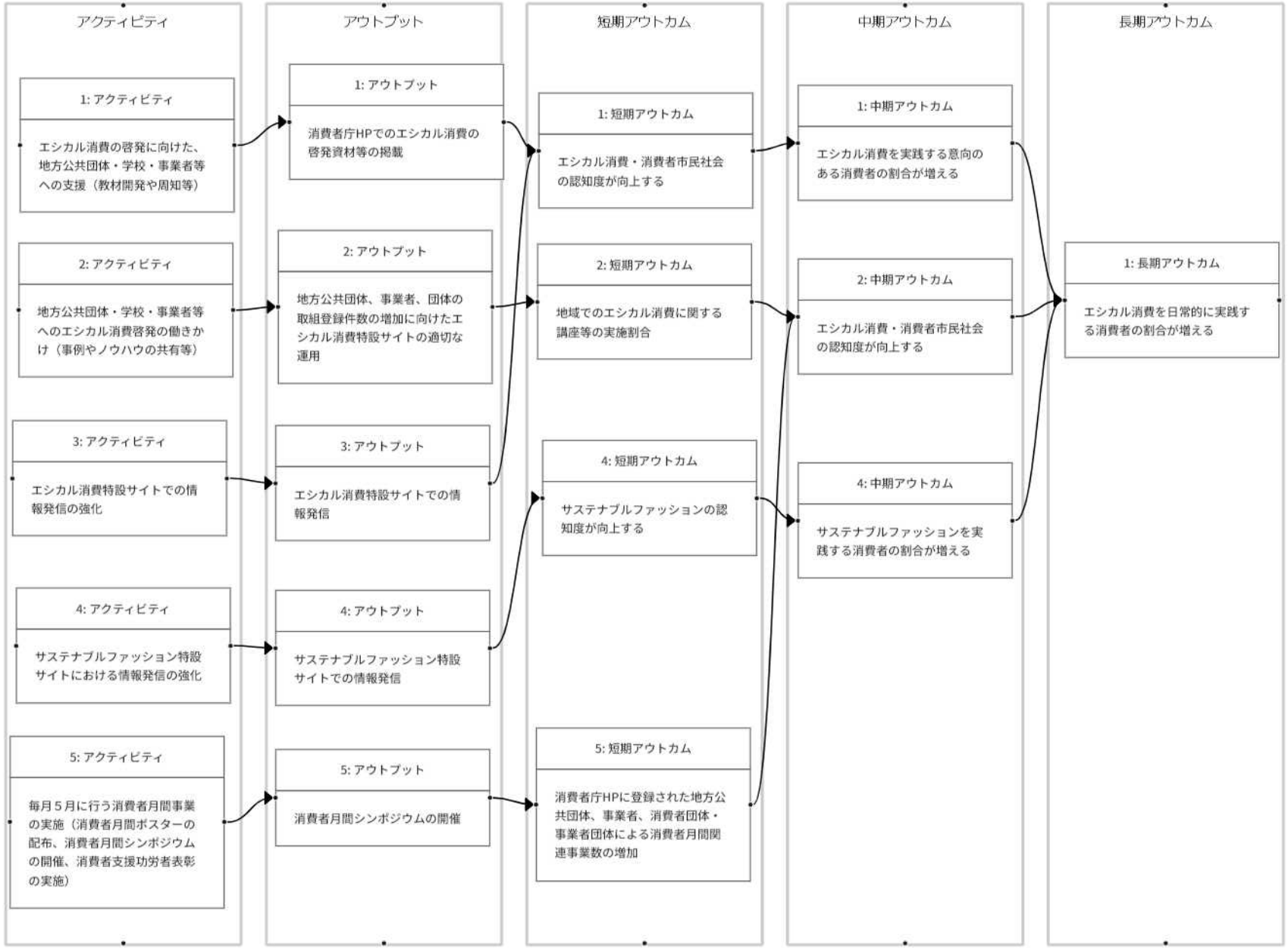
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	8,815	7,815
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	6,173	6,155
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	456	456
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	109	73
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	--	119

主な増減理由	エシカル消費の普及・啓発については、事業を継続する中で、 業務を効果的に遂行するよう見直したことに伴い、減額となったもの。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	エシカル消費の啓発に向けた、地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発や周知等）			
アウトプット	活動目標	消費者庁HPでのエシカル消費の啓発資材等の掲載	活動指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	48,000	53,000
	活動実績／成果実績(件)	45,503	532,341	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の啓発資材をより活用してもらうことで、各地域による講座の実施を増加させることができ、講座へ参加する機会が増えることによって、エシカル消費に関する認知度も増加することにつながると考えられることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和４年度　消費者市民社会の認知度　25.2% 令和５年度　消費者市民社会の認知度　25.4%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32
	活動実績／成果実績(%)	26.9	29.4	--
	達成率(%)	--	91.9	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することは、エシカル消費を実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	28.7	27.6	--	--
	達成率(%)	--	86.3	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向のある消費者が増加することは、意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考えたため、本指標を長期アウトカムに設定した。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
	達成率(%)	--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2-1

アクティビティ	地方公共団体・学校・事業者等へのエシカル消費啓発の働きかけ（事例やノウハウの共有等）			
アウトプット	活動目標	地方公共団体、事業者、団体の取組登録件数の増加に向けたエシカル消費特設サイトの適切な運用	活動指標	エシカル消費特設サイトに登録されたエシカル消費に関わる地方公共団体等の取組事例数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	330	400
	活動実績／成果実績(件)	321	383	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	全国各団体のエシカル消費に関する取組をより多くHPに掲載することにより、他団体の取組を参考に自身の取組につなげようとする団体が増え、これに伴い各地域による講座や様々なイベントが増加すると考えたため、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	地域でのエシカル消費に関する講座等の実施割合	成果指標	地域での消費者教育関連事業（講座等）の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度地方消費者行政の現況調査 令和５年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	25	30
	活動実績／成果実績(%)	21.8	26	--
	達成率(%)	--	104	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	地域でのエシカル消費に関する講座を通じてエシカル消費について知ることは、エシカル消費の認知度が増加することにつながると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和４年度　消費者市民社会の認知度　25.2% 令和５年度　消費者市民社会の認知度　25.4%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32
	活動実績／成果実績(%)	26.9	29.4	--
	達成率(%)	--	91.9	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することが、意識だけでなく実際に行動に移す消費者を増加することにつながると考えたため、本指標を長期アウトカムを設定した。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
	達成率(%)	--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1-1

アクティビティ	エシカル消費特設サイトでの情報発信の強化			
アウトプット	活動目標	エシカル消費特設サイトでの情報発信	活動指標	エシカル消費特設サイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	260,000	7,200,000
	活動実績／成果実績(件)	240,675	7,131,866	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費特設サイトでは、エシカル消費を実施する事業者の取組に関する記事や、地方公共団体の取組を掲載しており、エシカル消費を実践するヒントを得ることができる。そのような特設サイトのアクセス数が増加することにより、エシカル消費の認知度が増加することにつながると考え、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和４年度　消費者市民社会の認知度　25.2% 令和５年度　消費者市民社会の認知度　25.4%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32
	活動実績／成果実績(%)	26.9	29.4	--
	達成率(%)	--	91.9	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することは、エシカル消費を実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	28.7	27.6	--	--
	達成率(%)	--	86.3	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費を実践する意向のある消費者が増加することは、意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考えたため、本指標を長期アウトカムに設定した。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
	達成率(%)	--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-4-1

アクティビティ	サステナブルファッション特設サイトにおける情報発信の強化			
アウトプット	活動目標	サステナブルファッション特設サイトでの情報発信	活動指標	サステナブルファッション特設サイトのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	30,000	320,000
	活動実績／成果実績(件)	25,905	313,210	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッション特設サイトでは、著名人を起用したサステナブルファッション・サポーターによる啓発や、サステナブルファッションを実践するためのヒントを掲載している。そのような特設サイトのアクセス数が増加することで、サスティナブルファッションの認知度の増加につながると考えられることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	サステナブルファッションの認知度が向上する	成果指標	サステナブルファッションの認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	45	45
	活動実績／成果実績(%)	41.4	42.7	--
	達成率(%)	--	94.9	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッションの認知度が増加することが、サスティナブルファッションを実践する意向を持つことにつながると考えられることから、本指標を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム	成果目標	サステナブルファッションを実践する消費者の割合が増える	成果指標	サステナブルファッションを実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	72	72
	活動実績／成果実績(%)	69.2	68.2	--
	達成率(%)	--	94.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	サステナブルファッションの実践に意向のある消費者が増加することで、サスティナブルファッションを含むエシカル消費について意識だけでなく実際に行動に移す消費者も増加すると考えられることから、本指標を長期アウトカムに設定した。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
	活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
	達成率(%)	--	96.2	--	--

アクティビティからの発現経路 5-5-5-2-1

アクティビティ	毎月５月に行う消費者月間事業の実施（消費者月間ポスターの配布、消費者月間シンポジウムの開催、消費者支援功労者表彰の実施）			
アウトプット	活動目標	消費者月間シンポジウムの開催	活動指標	消費者月間シンポジウムの参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	※新型コロナウイルス感染症の影響で消費者月間シンポジウムは令和２、３年度は中止、令和４年度は関係者を対象に実施。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	--	--	250	250
	活動実績／成果実績(人)	23	194	152	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者月間シンポジウムの参加者数が増加することにより、各関係者による消費者月間関連事業の機運が醸成され、関連事業実施につながると考えたため、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数の増加	成果指標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者月間HPの関連事業　地方公共団体より集計 令和３年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2021/koukyou 令和４年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2022/koukyou 令和５年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2023/koukyou"
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	86	93	77	100
	活動実績／成果実績(件)	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

後続アウトカムへのつながり	地方公共団体や事業者等での消費者月間関連事業の実施のに増加により、エシカル消費・消費者市民社会の認知度の増加につながると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム	成果目標	エシカル消費・消費者市民社会の認知度が向上する	成果指標	エシカル消費の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和４年度　消費者市民社会の認知度　25.2% 令和５年度　消費者市民社会の認知度　25.4%	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
当初見込み／目標値(%)	--	32	32
活動実績／成果実績(%)	26.9	29.4	--
達成率(%)	--	91.9	--

後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が増加することが、意識だけでなく実際に行動に移す消費者を増加することにつながると考えたため、本指標を長期アウトカムを設定した。

長期アウトカム	成果目標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合が増える	成果指標	エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和４年度消費生活意識調査（第３回） 令和５年度消費生活意識調査（第３回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度2025年度
当初見込み／目標値(%)	--	78	78	78
活動実績／成果実績(%)	76.4	75	--	--
達成率(%)	--	96.2	--	--

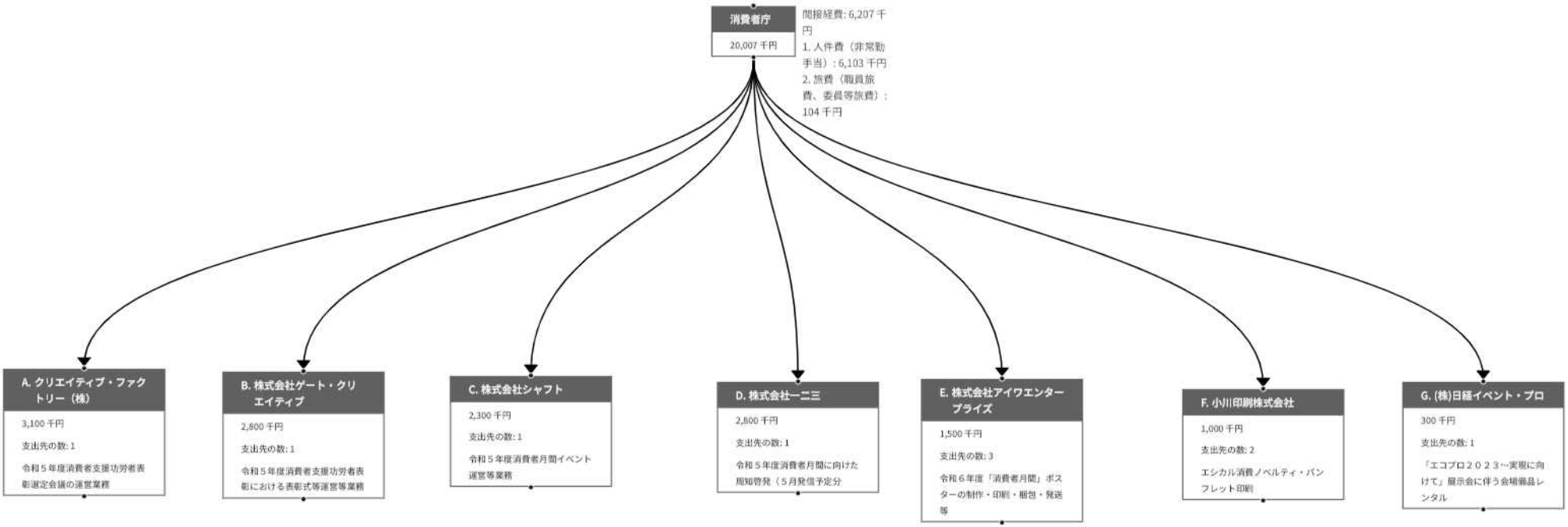
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、持続可能な社会の形成に寄与するよう、エシカル消費に関する動画等啓発資材の拡充を図るとともに、当該啓発資材を用いたイベントやワークショップを開催し、行動変容を促した。 また、消費者庁HPやX、インスタグラム等SNSのコンテンツを作成し情報発信に努めた。 特に、サステナブルファッションについては、特設サイトを設け、サステナブルファッションの認知度の向上を図った。 引き続き、イベント等の開催、情報発信に努め、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携した取組を促し、消費者市民社会の形成を図っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	エシカル消費やサステナブルファッションについて、消費者、事業者、行政等多様な主体が連携し取り組めるよう、引き続き、的確な情報発信に努めるとともに、若年層向けの新教材の開発等を検討する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	年度によって執行率が大きく上下しているため、引き続き予算要求と事業実施に齟齬が生じていないか確認いただきつつ、まだまだ国民の認知度や実践の割合が十分に高いとは言えないエシカル消費の普及・啓発に取り組んでいただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	国民へのエシカル消費の認知度向上のため、これまでの取組を継続しつつ、さらなる情報発信に努めることとしたい。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
20,007 千円
間接経費: 6,207 千円
1. 人件費（非常勤手当）: 6,103 千円
2. 旅費（職員旅費、委員等旅費）: 104 千円
A. クリエイティブ・ファクトリー（株）
3,100 千円
支出先の数: 1
令和５年度消費者支援功労者表彰選定会議の運営業務
B. 株式会社ゲート・クリエイティブ
2,800 千円
支出先の数: 1
令和５年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務
C. 株式会社シャフト
2,300 千円
支出先の数: 1
令和５年度消費者月間イベント運営等業務
D. 株式会社一二三
2,800 千円
支出先の数: 1
令和５年度消費者月間に向けた周知啓発（５月発信予定分
E. 株式会社アイワエンタープライズ
1,500 千円
支出先の数: 3
令和６年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷・梱包・発送等
F. 小川印刷株式会社
1,000 千円
支出先の数: 2
エシカル消費ノベルティ・パンフレット印刷
G. (株)日経イベント・プロ
300 千円
支出先の数: 1
「エコプロ２０２３…実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　クリエイティブ・ファクトリー（株）	3,100	1	令和５年度消費者支援功労者表彰選定会議の運営業務

支出先名	支出額	法人番号
クリエイティブ・ファクトリー（株）	3,100	3011301024114

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度消費者月間イベント運営等業務 一般競争契約（最低価格）	3,100	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社ゲート・クリエイティブ	2,800	1	令和５年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ゲート・クリエイティブ	2,800	3010501036720

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務 一般競争契約（最低価格）	2,800	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社シャフト	2,300	1	令和５年度消費者月間イベント運営等業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社シャフト	2,300	1122001034253

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度消費者月間イベント運営等業務 一般競争契約（最低価格）	2,300	9	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　株式会社一二三	2,800	1	令和５年度消費者月間に向けた周知啓発（５月発信予定分

支出先名	支出額	法人番号
株式会社一二三	2,800	1010001138820

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度消費者月間に向けた～周知啓発（５月発信予定分） 一般競争契約（最低価格）	2,800	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　株式会社アイワエンタープライズ	1,500	3	令和６年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷・梱包・発送等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アイワエンタープライズ	1,000	1010401050798

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和６年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷 随意契約（少額）	1,000	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包（株）	300	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和６年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	300	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社　メトロアドエージェンシー	200	1010401067272

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料 随意契約（少額）	200	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　小川印刷株式会社	1,000	2	エシカル消費ノベルティ・パンフレット印刷

支出先名	支出額	法人番号
小川印刷　株式会社	800	6011701001874

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
エシカル消費ノベルティノート作成業務（増刷） 一般競争契約（最低価格）	800	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
（株）五月商会	200	4013301005010

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
エシカル消費パンフレットの増刷 一般競争契約（最低価格）	200	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G　(株)日経イベント・プロ	300	1	「エコプロ２０２３～実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル

支出先名	支出額	法人番号
（株）日経イベント・プロ	300	7010001195294

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「エコプロ２０２３～実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル 一般競争契約（総合評価）	300	0	--	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	クリエイティブ・ファクトリー（株）	令和５年度消費者月間イベント運営等業務	雑務経費	令和６年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務	3,100
	B	株式会社ゲート・クリエイティブ	令和５年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務	雑務経費	令和５年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務	2,800
	C	株式会社シャフト	令和５年度消費者月間イベント運営等業務	雑役務費	令和５年度消費者月間イベント運営等業務	2,300
	D	株式会社一二三	令和５年度消費者月間に向けた～周知啓発（５月発信予定分）	雑役務費	令和５年度消費者月間に向けた～周知啓発（５月発信予定分）	2,800
	E	株式会社アイワエンタープライズ	令和６年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	雑役務費	令和６年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	1,000
	F	小川印刷　株式会社	エシカル消費ノベルティノート作成業務（増刷）	雑役務費	エシカル消費ノベルティノート作成業務（増刷）	800
	G	（株）日経イベント・プロ	「エコプロ２０２３～実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル	雑役務費	「エコプロ２０２３～実現に向けて」展示会に伴う会場備品レンタル	300

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

食品ロスの削減の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	消費者教育推進課			
	作成責任者	田中誠				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000466	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進		（９）食品ロス削減推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	

概要・目的	事業の目的	「食品ロスの削減の推進に関する法律」及びこれに基づく「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に基づく施策に、国、地方公共団体、事業者、消費者等の多様な主体が連携し、国民運動として取り組むことにより、食品ロスの削減を推進する。 具体的には、消費者等への普及啓発や食品ロス削減に取り組む優良事例等の表彰の実施により、食品ロス削減に取り組む国民の割合を増やす。また、政府の食品ロス削減推進の取りまとめの立場から、食品ロス削減に関する調査を行い、今後の施策の方向性を検討するとともに、法律に基づく食品ロス削減推進会議等の運営により、関係省庁が相互に連携・協力して施策を実施する体制を整備する。
	現状・課題	2030年度までに2000年度比で食品ロス量を半減させる目標（980万トン→489万トン）の達成に向けて関係省庁と連携して施策を推進。 直近の2020年度・2021年度・2022年度の食品ロス量は522万トン・523万トン・472万トンとなり、2022年度においては目標達成となっている目標達成に近づいているように見えるが、この数値は新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う消費者の外出機会の減少や飲食店の営業自粛などの影響を受けている可能性がある。 2020年度・2021年度・2022年度を除く直近５年間平均（2015年度～2019年度）の食品ロス量は614万トンとなっており、2030年度までの半減目標の達成に向けて、更なる施策の推進が必要となっており、2023年12月に「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を取りまとめ、パッケージに盛り込まれた施策の推進を図ることとしている。
	事業の概要	上記事業の目的を達成するため、以下の取組を実施。 〇消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等の実施） 〇食品ロス削減推進表彰及び「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施 〇食品ロス削減に関する調査（諸外国等における制度に関する調査や家庭における食品ロスの実態調査等の実施） ○食品ロス削減推進会議等の運営 ○食品寄附の促進を構築するモデル事業の実施
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/education/#reference

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品ロスの削減の推進に関する法律	令和元年法律第19号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/pdf/promote_200331_0001.pdf
	消費者基本計画　第５章　２．　（１）	--
	第４次食育推進基本計画　第３　５．	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	81,000	58,000	203,000	101,747
当初予算	47,000	43,000	48,000	68,267	--
補正予算	--	80,000	99,567	--	--
前年度から繰越し	--	--	80,000	82,500	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	47,000	123,000	227,567	150,767	0
執行額	41,000	48,000	118,988	--	--
執行率	87.2%	39%	52.3%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

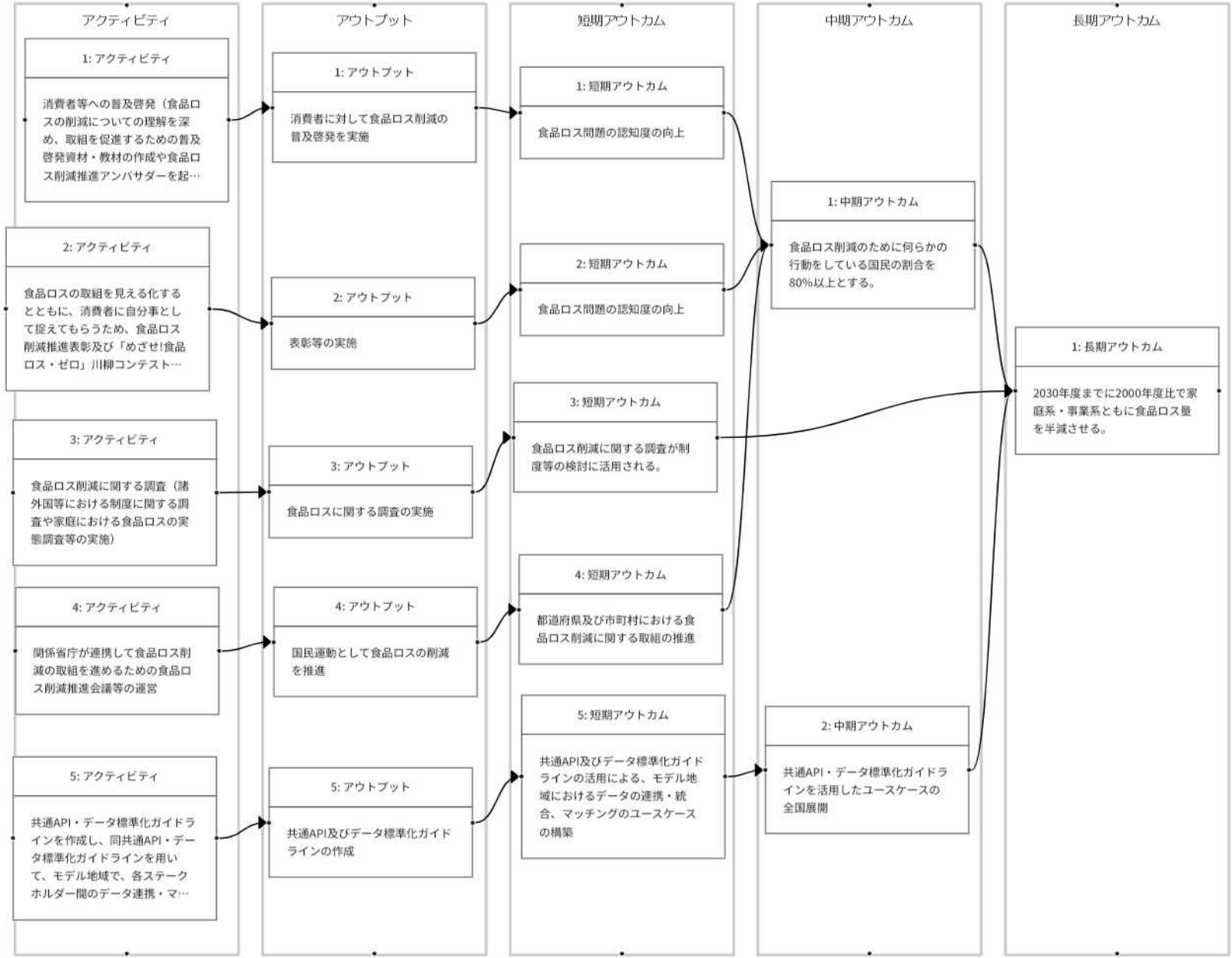
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	40,000	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	66,675	100,009
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当	--	862	862
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費	--	554	686
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費	--	113	127
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金	--	63	63
前年度から繰越し --	--	82,500	--

主な増減理由	食品ロスの削減に関する取組を強化するための新たな事業項目を要求に追加したため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	消費者等への普及啓発（食品ロスの削減についての理解を深め、取組を促進するための普及啓発資材・教材の作成や食品ロス削減推進アンバサダーを起用した普及啓発等の実施）

アウトプット	活動目標	消費者に対して食品ロス削減の普及啓発を実施	活動指標	食べもののムダをなくそうプロジェクト（食品ロス削減）周知用パンフレットの作成数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(枚)	40,000	10,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(枚)	40,160	70,000	80,000	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減に関するパンフレットの作成数の増加は、食品ロス問題の認知度がの向上につながることから、本指標を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	食品ロス問題の認知度の向上	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和３年度消費者の意識に関する調査 令和４年度消費生活意識調査（第２回） 令和５年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	90
	活動実績／成果実績(%)	80.9	81.1	80.9	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題の認知度が向上の向上は、実際に食品ロス削減に取り組む消費者の増加につながることから、本指標を中期アウトカムとして設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定）」に基づき設定

中期アウトカム	成果目標	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を80%以上とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和４年度消費生活意識調査（第2回） 令和５年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	78.3	76.9	76.7	--	--
	達成率(%)	97.9	96.1	95.9	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	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の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。 なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。 ※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年６月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和元年７月）」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定）」に基づき設定

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和３年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／成果実績(万t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

アクティビティ	食品ロスの取組を見える化するとともに、消費者に自分事として捉えてもらうため、食品ロス削減推進表彰及び「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施			
アウトプット	活動目標	表彰等の実施	活動指標	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの応募件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	6,000	10,000	15,000
	活動実績／成果実績(件)	6,636	13,708	19,717	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁が優良事例の普及啓発を行うことや、消費者庁が実施した表彰に消費者が自ら取り組むことは、食品ロス問題の認知度の向上につながることから、本指標を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	食品ロス問題の認知度の向上	成果指標	川柳コンテスト参加により食品ロス削減の意識が高まったと回答した者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	--	--	100
	活動実績／成果実績	97.7	97.1	--
	達成率(%)	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題に対する認知度・意識の向上は、実際に食品ロス削減に取り組む消費者の増加につながることから、本指標を中期アウトカムとして設定した。 ※当該成果目標は「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定）」に基づき設定

中期アウトカム	成果目標	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を80%以上とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和４年度消費生活意識調査（第2回） 令和５年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	78.3	76.9	76.7	--	--
	達成率(%)	97.9	96.1	95.9	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	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の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。 なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。 ※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年６月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和元年７月）」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定）」に基づき設定

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和３年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／成果実績(万t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-1

アクティビティ	食品ロス削減に関する調査（諸外国等における制度に関する調査や家庭における食品ロスの実態調査等の実施）			
アウトプット	活動目標	食品ロスに関する調査の実施	活動指標	諸外国等調査の調査箇所数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	5	16	5	2
	活動実績／成果実績	5	15	5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減に関する調査を実施することは、食品ロス削減に関する調査の制度等の検討への活用につながることから、本指標を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	食品ロス削減に関する調査が制度等の検討に活用される。	成果指標	食品ロス削減に関する調査の制度等への活用実績
	定性的なアウトカムに関する成果実績	法制検討及び施策パッケージ作成の基礎資料として活用した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	調査の制度等への検討状況は定量的に表すことが難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減に関する調査が制度等の検討に活用されることにより、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。 なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。 ※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年６月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和元年７月）」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定）」に基づき設定

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和３年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／成果実績(万t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-1-1

アクティビティ	関係省庁が連携して食品ロス削減の取組を進めるための食品ロス削減推進会議等の運営			
アウトプット	活動目標	国民運動として食品ロスの削減を推進	活動指標	食品ロス削減推進会議、食品ロス削減推進会議幹事会、食品ロス削減関係省庁会議等の開催数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	--	10	9
	活動実績／成果実績(回)	4	2	8	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減推進会議のもと、関係省庁が食品ロス削減に関する施策を実施することは、都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進につながることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進	成果指標	都道府県及び市町村における食品ロス削減推進計画の策定数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	--	--	315
	活動実績／成果実績(自治体)	154	207	279	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	都道府県及び市町村における食品ロス削減に関する取組の推進は、食品ロス削減のために何らかの行動をしている人の増加につながることから、本指標を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム	成果目標	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を80%以上とする。	成果指標	食品ロス問題に関する消費者の認知度及び食品ロス削減の取組の有無をクロス集計
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和3年度消費者の意識に関する調査 令和４年度消費生活意識調査（第2回） 令和５年度消費生活意識調査（第２回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	78.3	76.9	76.7	--	--
	達成率(%)	97.9	96.1	95.9	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	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の増加は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。 なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。 ※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年６月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和元年７月）」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定）」に基づき設定

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和３年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／成果実績(万t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 5-5-5-2-1

アクティビティ	共通API・データ標準化ガイドラインを作成し、同共通API・データ標準化ガイドラインを用いて、モデル地域で、各ステークホルダー間のデータ連携・マッチングのユースケースを示し、他地域への波及を図ることを通じて、より適切な需給調整を通じた食品寄附の促進を構築するモデル事業の実施			
アウトプット	活動目標	共通API及びデータ標準化ガイドラインの作成	活動指標	共通API・データ標準化ガイドラインの作成状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(個)	2
	活動実績／成果実績(個)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	共通API及びデータ標準化ガイドラインの作成と、それらを地域のシステム等で実装することは、フードバンクやこども食堂等といった、食品寄附における各ステークホルダーが有する既存のデータやシステムの連携を可能にすることから、本指標を短期アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	共通API及びデータ標準化ガイドラインの活用による、モデル地域におけるデータの連携・統合、マッチングのユースケースの構築	成果指標	モデル地域（ユースケース）数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(自治体)	2
	活動実績／成果実績(自治体)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	共通API及びデータ標準化ガイドラインの、食品ロス量の削減への貢献は限定的になってしまうため、共通API・データ標準化ガイドラインを用いたユースケースを全国へ波及させる必要があることから、本指標を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム	成果目標	共通API・データ標準化ガイドラインを活用したユースケースの全国展開	成果指標	共通API及びデータ標準化ガイドラインを活用してデータ・システム連携を実装した地域数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁消費者教育推進課食品ロス削減推進室調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	目標年度2030年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	--	--	--	--	--	14
	活動実績／成果実績(自治体)	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	共通API・データ標準化ガイドラインを用いたユースケースの全国への波及は、食品ロス量削減につながることから、本指標を長期アウトカムに設定した。 なお、国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」において、「2030年度までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させる」という目標が掲げられたことを踏まえ、家庭系・事業系ともに食品ロス量を2030年度までに2000年度比で半減させる目標を設定。活動内容①～④を実施することにより、目標達成に資する。 ※半減目標は「第四次循環型社会形成推進基本計画（平成30年６月閣議決定）」「食品循環資源の再生利用等の促進に関する基本方針(令和元年７月）」「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和２年３月31日閣議決定）」に基づき設定

長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる。	成果指標	食品ロス量
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	事業系食品ロス量：食品リサイクル法に基づく定期報告結果等を基に、農林水産省において推計。 家庭系食品ロス量：「令和３年度食品循環資源の再生利用等の促進に関する実施状況調査等業務報告書」を基に、環境省において推計。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	489
	活動実績／成果実績(万t)	523	472	--	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等		
	名前	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/pdf/promote_200331_0001.pdf
	該当箇所	P13

点検・評価

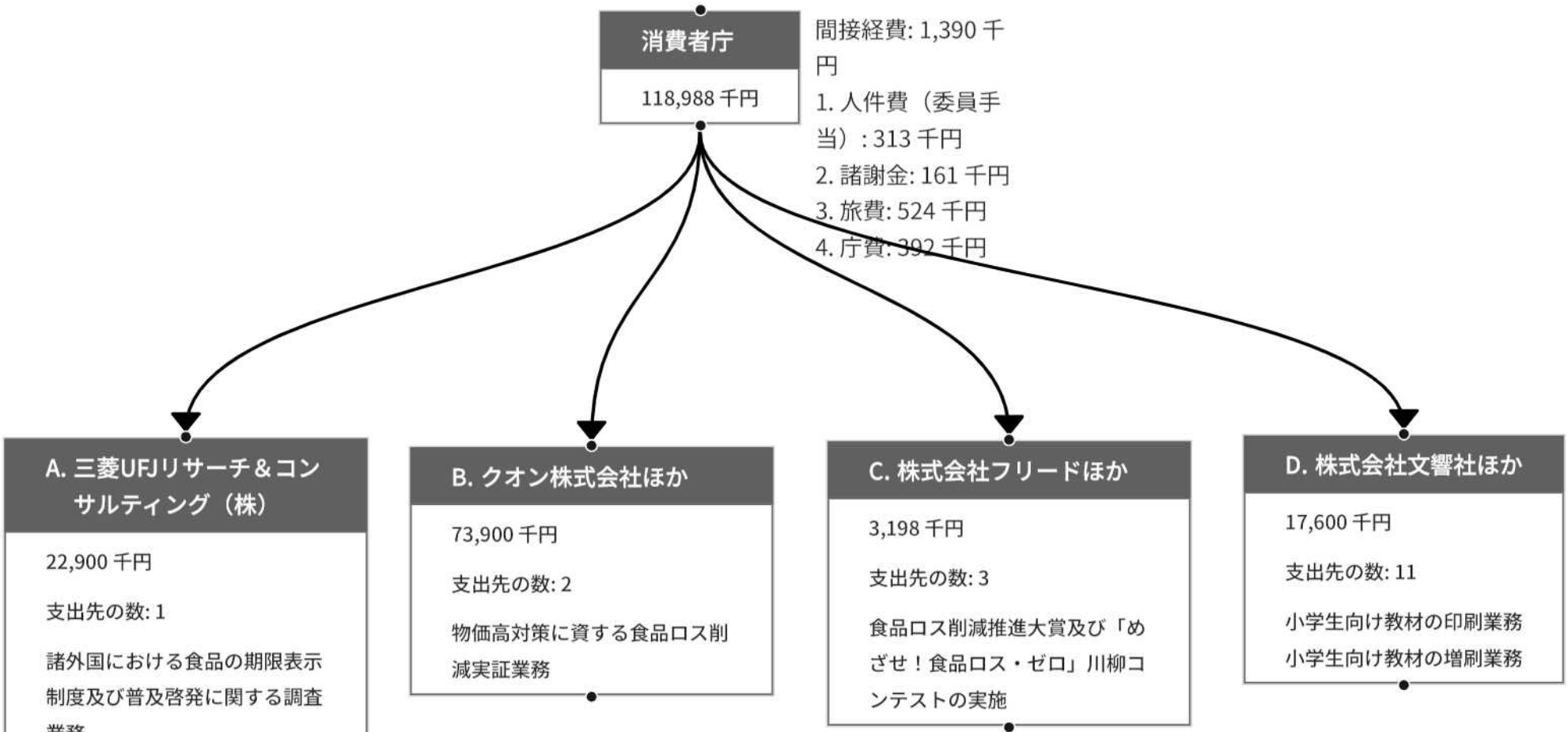
事業所管部局による点検・改善	点検結果	各種コンテストの実施、10月の食品ロス削減月間の啓発ポスターの作成に加えて、全国のコンビニエンスストアと連携した「てまえどり」キャンペーンを実施するなど全国規模での普及啓発を展開。更に、食品ロス削減に取り組む企業や消費者を増やすために「食品ロス削減自主宣言」及び「食品ロス削減推進サポーター」制度を実施するとともに、諸外国における食品の期限表示制度や我が国における食品寄附に係る実態調査も実施し、食品ロス削減に関する制度的な課題等にも対応した。これらの取組を通じて「2030年度までに2000年度比で家庭系・事業系ともに食品ロス量を半減させる」、「食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%以上とする」目標の達成を図っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	食品寄附や食べ残しの持ち帰りを促進するための枠組みづくりを推進するとともに、メリハリのある予算要求をしつつ、効率的な執行に努める。また、企業とのタイアップなどの非予算事業の強化にも着手する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。なお、一般競争入札による一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。

所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	可能な範囲内で、一社応札の要因を分析し、必要な見直し等を行いたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2022
	取りまとめ内容			
	・令和４年度消費者庁公開プロセス対象事業 食品ロス削減は、2015年、国連総会の持続的開発に向けたアジェンダ2030でも触れられた世界的な課題に対応するものであり、食料需給率が低く、大量の輸入食料に頼っている我が国にとっては、特に重要な意味を持つ事業と捉えられる。 レビューシートに示された施策の進捗はおおむね堅実な傾向を示してはいるが、①国民運動に育てるため、自分事として受け止めてもらうための環境整備、②学校教育の場を通じた普及活動、③マスコミ等を通じた情報発信、これは食品ロスの実態、食品ロスに対する対策の両面で情報発信の強化を図っていくべきでないか、といった様々な意見があった。 現在設定されているアウトカムについても、一見分かりやすいものではあるが、最終目標である食品ロスの削減についての里程標としての機能を考えると、改善の余地があるように思われる。 以上の点を公開プロセスの対象事業に関する意見の取りまとめとし、事業内容の一部見直し、改善を求めることとしたい。			
	対応状況			
	令和４年度消費者庁公開プロセスのとりまとめコメントを受けて、全国のコンビニエンスストアと連携した「てまえどり」キャンペーンなどの全国規模での普及啓発や食品ロス削減に取り組む企業や消費者を増やすために「食品ロス削減自主宣言」及び「食品ロス削減推進サポーター」制度を創出した。また、学校教育の場を通じた普及活動を強化するため、「令和４年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト」を募集した際に教育委員会を通じて全国の学校へ周知するとともに、団体応募を容易にできるよう応募フォームを改良した結果、応募総数13,708件のうち約８割が学生からの応募になった。			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
118,988 千円
間接経費: 1,390 千円
1. 人件費（委員手当）: 313 千円
2. 諸謝金: 161 千円
3. 旅費: 524 千円
4. 庁費: 392 千円
A. 三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）
22,900 千円
支出先の数: 1
諸外国における食品の期限表示制度及び普及啓発に関する調査業務
食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量に関する調査
B. クオン株式会社ほか
73,900 千円
支出先の数: 2
物価高対策に資する食品ロス削減実証業務
C. 株式会社フリードほか
3,198 千円
支出先の数: 3
食品ロス削減推進大賞及び「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施
D. 株式会社文響社ほか
17,600 千円
支出先の数: 11
小学生向け教材の印刷業務
小学生向け教材の増刷業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　三菱UFJリサーチ＆コンサルティング（株）	22,900	1	諸外国における食品の期限表示制度及び普及啓発に関する調査業務 食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量に関する調査

支出先名	支出額	法人番号
三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング（株）	9,600	3010401011971

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
諸外国における食品の期限表示制度及び普及啓発に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	9,600	4	--	--

支出先名	支出額	法人番号
三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング（株）	8,300	3010401011971

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	8,300	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング（株）	5,000	3010401011971

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
日本における食品寄附に係る実態等についての調査業務 一般競争契約（総合評価）	5,000	4	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　クオン株式会社ほか	73,900	2	物価高対策に資する食品ロス削減実証業務

支出先名	支出額	法人番号
楽天グループ株式会社	69,000	9010701020592

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
物価高対策に資する食品ロス削減実証業務 一般競争契約（総合評価）	69,000	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
クオン株式会社	4,900	4010401056883

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
オンライン・コミュニティを活用した食品ロス削減推進高度化事業 一般競争契約（総合評価）	4,000	1	--	--
食品ロス削減の効果的な取組や工夫等に関する一般消費者へのグループインタービュー 随意契約（少額）	900	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社フリードほか	3,198	3	食品ロス削減推進大賞及び「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施

支出先名	支出額	法人番号
株式会社フリード	2,100	4010001065558

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営等業務 一般競争契約（最低価格）	2,100	7	--	--

支出先名	支出額	法人番号
Ｔｈｒｅｅ合同会社	1,000	5010403011530

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト受賞作品のポスターの制作 随意契約（少額）	1,000	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
個人	76	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

令和５年度食品ロス削減推進表彰式への出席 その他(庁費からの支出)	76	0	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	22	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト表彰状等の梱包・発送 随意契約（少額）	22	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　株式会社文響社ほか	17,600	11	小学生向け教材の印刷業務 小学生向け教材の増刷業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社文響社	4,300	5010401087309

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
小学生向け教材の印刷業務 随意契約（少額）	2,300	0	--	--
小学生向け教材の増刷業務 随意契約（少額）	2,000	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
アイムクリエイト	2,000	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品ロス削減サポーター用ピンバッヂの制作 --	2,000	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
アイムクリエイト	1,600	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

「食べもののムダをなくそうプロジェクト」に係る啓発用チラシ及び冊子の印刷業務 随意契約（少額）	900	0	--	--
月間ポスター印刷 随意契約（少額）	500	0	--	--
月間ポスター　メトロ駅掲出用の印刷業務 随意契約（少額）	200	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社太陽美術	1,500	6010601003790

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品ロス削減の計は湯用クリアファイル及びエコバッグの作成業務 随意契約（少額）	1,500	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社プリプラにじゅういち	1,500	6010401026711

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
サポーター活動資材の開発事業（デザイン及び構成）（モデルプロジェクト） 一般競争契約（最低価格）	1,500	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
Ｔｈｒｅｅ合同会社	1,500	5010403011530

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
月間ポスターデザイン作成 随意契約（少額）	1,000	0	--	--
食品ロス削減ガイドブックの更新 随意契約（少額）	500	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社スーパーリージョナル	1,500	3010601030549

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

消費者庁ウェブサイト　「［食品ロス削減］～特設サイトのサーバーの調達・運用 随意契約（少額）	1,000	0	--	--
食品ロス削減ガイドブックのデジタルブック化 随意契約（少額）	500	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社　ステージ	1,300	3013301015869

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品ロス削減推進サポーター育成のための研修会運営事業 随意契約（少額）	1,000	0	--	--
食品ロス削減推進会議オンライン運営業務 随意契約（少額）	300	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社タウン情報全国ネットワーク	1,000	7010001022168

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地域情報誌における食品ロス削減の普及啓発業務 随意契約（少額）	1,000	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ジェイアール東日本企画	800	7011001029649

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
月間普及啓発（JRデジタルサイネージ） 随意契約（少額）	800	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	300	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
月間ポスター梱包・発送業務 随意契約（少額）	300	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号

	公益社団法人　日本食品衛生協会		200	3011005000122		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	「非常用・備蓄用　長期保存パックご飯」等の品質検査 随意契約（少額）		200	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社メトロアドエージェンシー		100	1010401067272		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	月間普及啓発（メトロ駅ポスター掲出作業） 随意契約（少額）		100	0	--	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング（株）	諸外国における食品の期限表示制度及び普及啓発に関する調査業務	雑役務費	諸外国における諸外国の期限表示制度及び普及啓発に関する調査業務	96,000
	B	楽天グループ株式会社	物価高対策に資する食品ロス削減実証業務	雑役務費	物価高対策に資する食品ロス削減実証業務	69,000
	C	株式会社フリード	令和５年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営等業務	雑役務費	令和５年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営等事務	2,100
	D	株式会社文響社	小学生向け教材の印刷業務	雑役務費	小学生向け教材の印刷業務	2,300

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

消費者ホットラインの運用等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	地方協力課			
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000468	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進		（10）消費者ホットラインの運用等		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	消費者ホットライン188は、共通の電話番号により最寄りの消費生活センター等の消費生活相談窓口を案内するものであり、消費者の利便性の向上及び相談機会の充実を図ることにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものである。				
	現状・課題	消費者が消費者トラブルにあった場合に取り得る行動として、全体の40.7%の方が「市区町村の消費生活センターに相談する」と回答（消費生活相談におけるSNS等の利用に係る調査）しているが、消費生活センター等の連絡先を含め知っている消費者は3.9%（令和元年）にとどまっており、消費生活センター等の連絡先を知らない消費者に窓口を案内することにより、相談の第一歩を支援する必要がある。				
	事業の概要	消費者ホットライン188の円滑な運用に向けて、各通信事業者における必要な設備の運営等及び消費者ホットラインの認知度向上に向けた広報を実施するものである。なお、本ホットラインについては、平成27年７月から３桁化（188）している。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/hotline/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改訂）（第５章　重点的な施策の推進　５．消費者行政を推進するための体制整備）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]
	--	--
	--	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	124,000	121,000	121,000	121,000
当初予算	128,000	120,000	121,000	121,000	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	19,000	△581	--	--
計	128,000	139,000	120,419	121,000	0
執行額	115,000	125,000	106,056	--	--
執行率	89.8%	89.9%	88.1%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

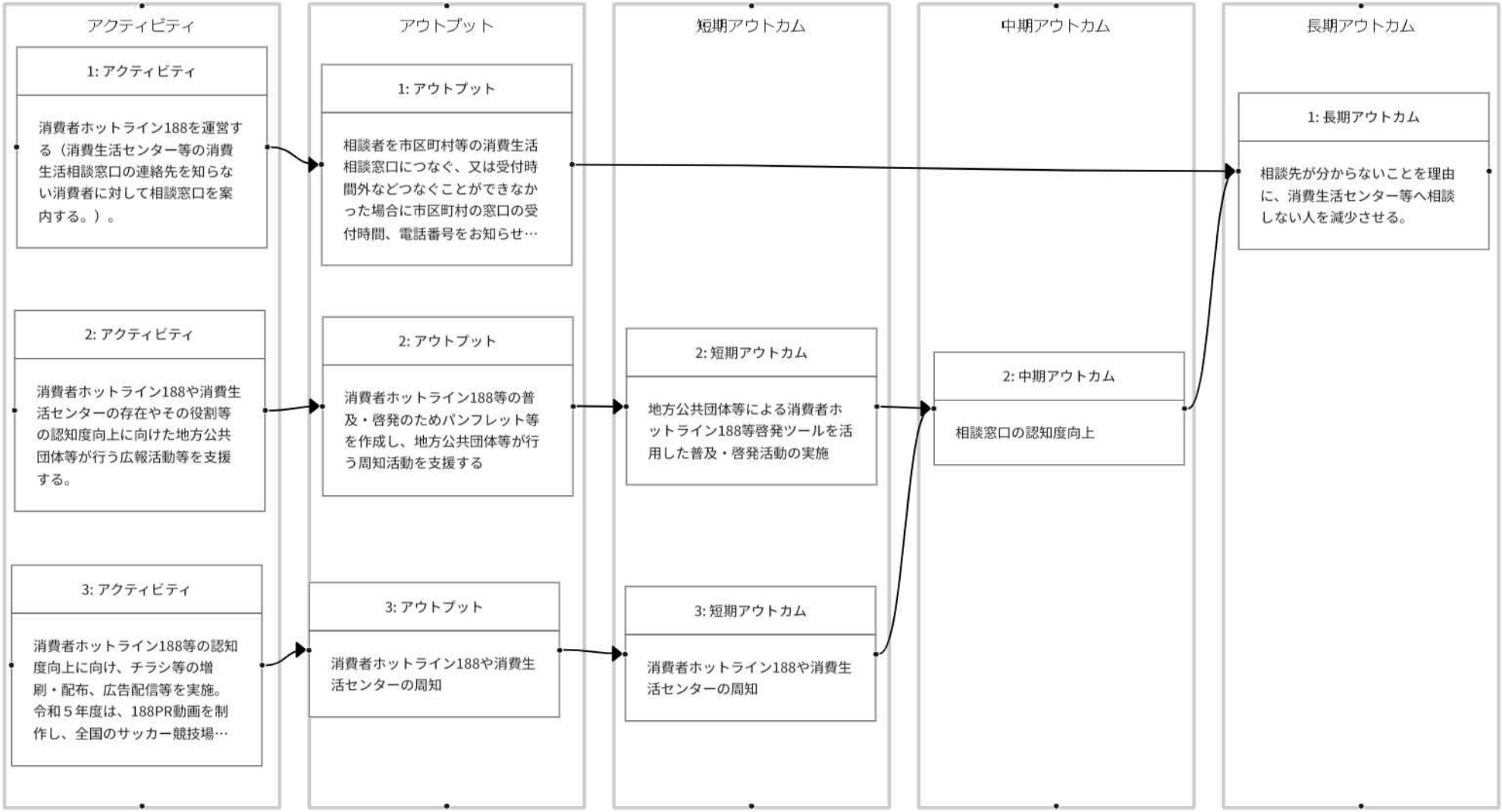
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 消費者政策費　情報処理業務庁費	--	106,000	106,000
当初予算 消費者政策費　消費者政策調査費	--	15,000	15,000

主な増減理由	--	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1

アクティビティ	消費者ホットライン188を運営する（消費生活センター等の消費生活相談窓口の連絡先を知らない消費者に対して相談窓口を案内する。）。			
アウトプット	活動目標	相談者を市区町村等の消費生活相談窓口につなぐ、又は受付時間外などつなぐことができなかった場合に市区町村の窓口の受付時間、電話番号をお知らせする。	活動指標	消費者の利便性向上及び相談機会の充実
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため、下記目標を設定。

長期アウトカム	成果目標	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	成果指標	消費生活意識調査による、消費生活センター等へ相談しようと思わない人のうち、その理由が「連絡先が分からないから」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	アクティビティである消費者ホットライン188の運営は、アウトプットと短期アウトカムが表裏の関係である。また、最終アウトカムは広報の取組と相まって達成されるものであるため、活動内容②及び③と共通の成果目標を記載している。

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	8	8	8
	活動実績／成果実績(%)	8	16.5	--	--
	達成率(%)	--	48.5	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2-1

アクティビティ	消費者ホットライン188や消費生活センターの存在やその役割等の認知度向上に向けた地方公共団体等が行う広報活動等を支援する。			
アウトプット	活動目標	消費者ホットライン188等の普及・啓発のためパンフレット等を作成し、地方公共団体等が行う周知活動を支援する	活動指標	普及・啓発のためのツール数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	33	34	35	35
	活動実績／成果実績(件)	34	35	35	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	地方公共団体等が行う周知活動への支援として、消費者庁が作成した啓発ツールを地方公共団体等に活用してもらえたかが重要となるため

短期アウトカム	成果目標	地方公共団体等による消費者ホットライン188等啓発ツールを活用した普及・啓発活動の実施	成果指標	消費者ホットライン188等啓発ツール利用申請団体数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(団体)	96	177	357	323
	活動実績／成果実績(団体)	177	357	323	--
	達成率(%)	184.4	201.7	90.5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁において普及・啓発することにより、広く国民に消費者ホットライン188や消費生活センター等の存在を知ってもらい、その内容を理解してもらうことを目的として目標を設定。

中期アウトカム	成果目標	相談窓口の認知度向上	成果指標	商品購入やサービスの提供に伴う契約等でトラブルや被害に遭った場合に相談できる消費生活センター等の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	（参考）認知度「令和５年度消費生活意識調査（第５回）」 ・消費生活センター：26.2%、消費者ホットライン188： 7.3% ※１「名前」と「内容」を知っていたと回答した割合 ・消費生活センター：49.6%、消費者ホットライン188：24.2%　※２「名前」は知っていたと回答した割合	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	30
	活動実績／成果実績(%)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため

長期アウトカム	成果目標	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	成果指標	消費生活意識調査による、消費生活センター等へ相談しようと思わない人のうち、その理由が「連絡先が分からないから」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	8	8	8
	活動実績／成果実績(%)	8	16.5	--	--
	達成率(%)	--	48.5	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-2-1

アクティビティ	消費者ホットライン188等の認知度向上に向け、チラシ等の増刷・配布、広告配信等を実施。令和５年度は、188PR動画を制作し、全国のサッカー競技場で放映。			
アウトプット	活動目標	消費者ホットライン188や消費生活センターの周知	活動指標	PR動画制作、スタジアム放映
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(件)	--	1
活動実績／成果実績(件)	1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁による広報活動のなかで、令和5年度は大臣を起用した消費者ホットライン188のPR動画を作成し、全国各地のJリーグ試合会場で放映することで幅広い世代に消費者ホットライン188の存在を周知。その受容者数（スタジアム入場者数）を成果指標として設定。

短期アウトカム	成果目標	消費者ホットライン188や消費生活センターの周知	成果指標	スタジアム入場者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(人)	--	258,025
活動実績／成果実績(人)	258,025	--
達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁において普及・啓発することにより、広く国民に消費者ホットライン188や消費生活センター等の存在を知ってもらい、その内容を理解してもらうことを目的として目標を設定。

中期アウトカム	成果目標	相談窓口の認知度向上	成果指標	商品購入やサービスの提供に伴う契約等でトラブルや被害に遭った場合に相談できる消費生活センター等の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	（参考）認知度「令和５年度消費生活意識調査（第５回）」 ・消費生活センター：26.2%、消費者ホットライン188： 7.3% ※１「名前」と「内容」を知っていたと回答した割合 ・消費生活センター：49.6%、消費者ホットライン188：24.2%　※２「名前」は知っていたと回答した割合	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	30
	活動実績／成果実績(%)	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため

長期アウトカム	成果目標	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	成果指標	消費生活意識調査による、消費生活センター等へ相談しようと思わない人のうち、その理由が「連絡先が分からないから」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	8	8	8
	活動実績／成果実績(%)	8	16.5	--	--
	達成率(%)	--	48.5	--	--

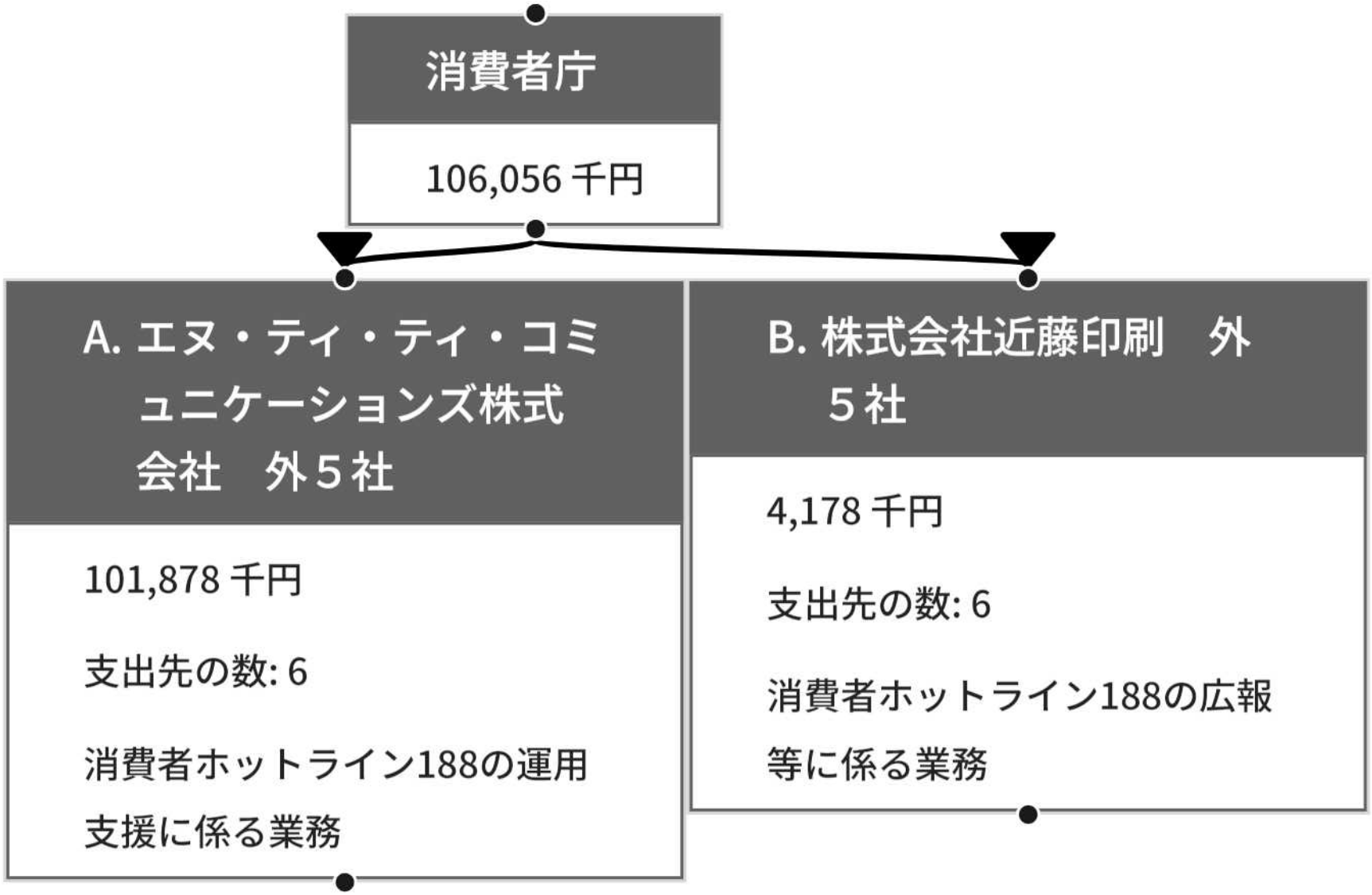
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者ホットライン188は、消費者トラブルに遭った際に相談しやすい体制を整備することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものであり、国民や社会のニーズを反映した国費投入の必要性の高い事業である。 本ホットラインのシステムの運営については、エヌ・ティ・ティコミュニケーションズ株式会社のみが必要な唯一のサービス（ナビダイヤル）を提供できることから随意契約としている。 認知度向上に向けた広報については、３者見積による少額随意契約を実施し、事業の競争性・効率性の確保に努めている。 事業の有効性の観点において、消費者ホットライン188は年間約100万件近く利用されており、適切に運用されていると考えられる。広報については各種取り組んでいるものの認知度が十分とはいえない状況にある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	消費者ホットライン188のシステムの運営について、引き続き適正かつ効率的な執行に努める。 消費者ホットライン188の広報については、認知度の向上に向けて、今後も様々な機会を捉えて取組を積極的に進めていく。 2026年以降は、消費生活相談のためのポータルサイトも活用し、消費生活相談をしたい人が迷わず消費生活相談窓口までたどり着くことができるようにすることを目指していく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	相談窓口となる消費生活センター等の認知度向上に向け、より効果的な広報等を検討いただくとともに、効率的な予算執行に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	相談窓口となる消費生活センター等の認知度向上に向け、より効果的な広報を検討するとともに、引き続き効率的な予算執行に努める。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
106,056 千円
A. エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社　外５社
101,878 千円
支出先の数: 6
消費者ホットライン188の運用支援に係る業務
B. 株式会社近藤印刷　外５社
4,178 千円
支出先の数: 6
消費者ホットライン188の広報等に係る業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社　外５社	101,878	6	消費者ホットライン188の運用支援に係る業務

支出先名	支出額	法人番号
エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社	87,514	7010001064648

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者ホットラインの運用・支援業務一式について 随意契約（その他）	87,514	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＮＴＴドコモ	4,752	1010001067912

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度１８８番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	4,752	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
西日本電信電話株式会社	3,036	7120001077523

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度１８８番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	3,036	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
東日本電信電話株式会社	3,036	8011101028104

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度１８８番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	3,036	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号

ソフトバンク株式会社	2,000	9010401052465		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度１８８番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	2,000	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
ＫＤＤＩ株式会社	1,540	9011101031552		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和5年度１８８番号から消費者ホットラインへ接続するための機能提供等 随意契約（その他）	1,540	0	--	--
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
B　株式会社近藤印刷　外５社	4,178	6	消費者ホットライン188の広報等に係る業務	
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社近藤印刷	1,850	6180001019421		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者ホットライン１８８キャラクターバッジ作成業務 随意契約（少額）	971	0	--	--
消費者ホットライン１８８イメージキャラクターぬいぐるみ作成業務 随意契約（少額）	879	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社スターランドコミュニケーション	990	4010001074550		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者ホットライン１８８啓発動画制作業務 随意契約（少額）	990	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		

株式会社ｆｕｎｂｏｘ		726	5010501004601			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	消費者ホットライン１８８キャラクター缶バッジ作成業務 随意契約（少額）	726	0	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社太陽美術		308	6010601003790			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	「消費者ホットラインステッカー」の増刷業務 随意契約（少額）	308	0	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社エクスコア		187	5011001094546			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	「消費者ホットライン１８８」バナー広告配信業務 随意契約（少額）	187	0	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
シーエムワン株式会社		117	1010001158505			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	令和５年度消費者ホットライン等の啓発ツール等の配布にかかるシステム運営支援業務 随意契約（少額）	117	0	--	--	

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社	消費者ホットラインの運用・支援業務一式について	雑役務費	消費者ホットラインの運用支援	87,514
B	株式会社近藤印刷	消費者ホットライン１８８キャラクターバッジ作成業務	雑役務費	消費者ホットライン１８８キャラクターバッジ作成業務	971

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

地方公共団体との連携等の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	地方協力課			
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000469	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（11）地方公共団体との連携等の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	地方消費者行政の充実・強化のためには、地方消費者行政の「現場」のニーズや実情を踏まえた施策を展開する必要があることから、地方公共団体職員や消費者問題に取り組む関係者・グループとの「顔の見える関係」の構築や、地方消費者行政全体の現況・課題の把握等、国と地方公共団体、消費者団体等との情報交換や意見交換の取組を行う。				
	現状・課題	どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充するためには、地方消費者行政の充実・強化を進めることが課題となっている。 それに向けた諸課題に取り組むため、関係者との意見交換や「交流」の場を設けて、地方公共団体職員や消費者問題に取り組む団体・グループ等との「顔の見える関係」を構築し、地域の実情を把握するなど情報交換や意見交換を充実させる必要がある。				
	事業の概要	地方公共団体や消費者問題に取り組む消費者団体を始め、福祉、環境、子育て等の多様な分野で活躍する主体との「顔の見える関係」を構築すべく、「消費者行政ブロック会議」、「地方連携推進フォーラム」、「都道府県等消費者行政担当課長会議」、「法令執行担当者研修」を開催するほか、現場関係者との意見交換を行う。また、今後の地方消費者行政支援の施策の検討に活用するため、地方における消費者行政の現状・課題を把握するための調査等を行う。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改訂）（第５章　重点的な施策の推進５．消費者行政を推進するための体制整備）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]
	--	--
	--	--

実施方法	その他

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	61,000	59,000	59,330	60,620
当初予算	63,000	59,000	59,807	59,540	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	△200	△129	--	--
計	63,000	58,800	59,678	59,540	0
執行額	44,000	47,000	47,603	--	--
執行率	69.8%	79.9%	79.8%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

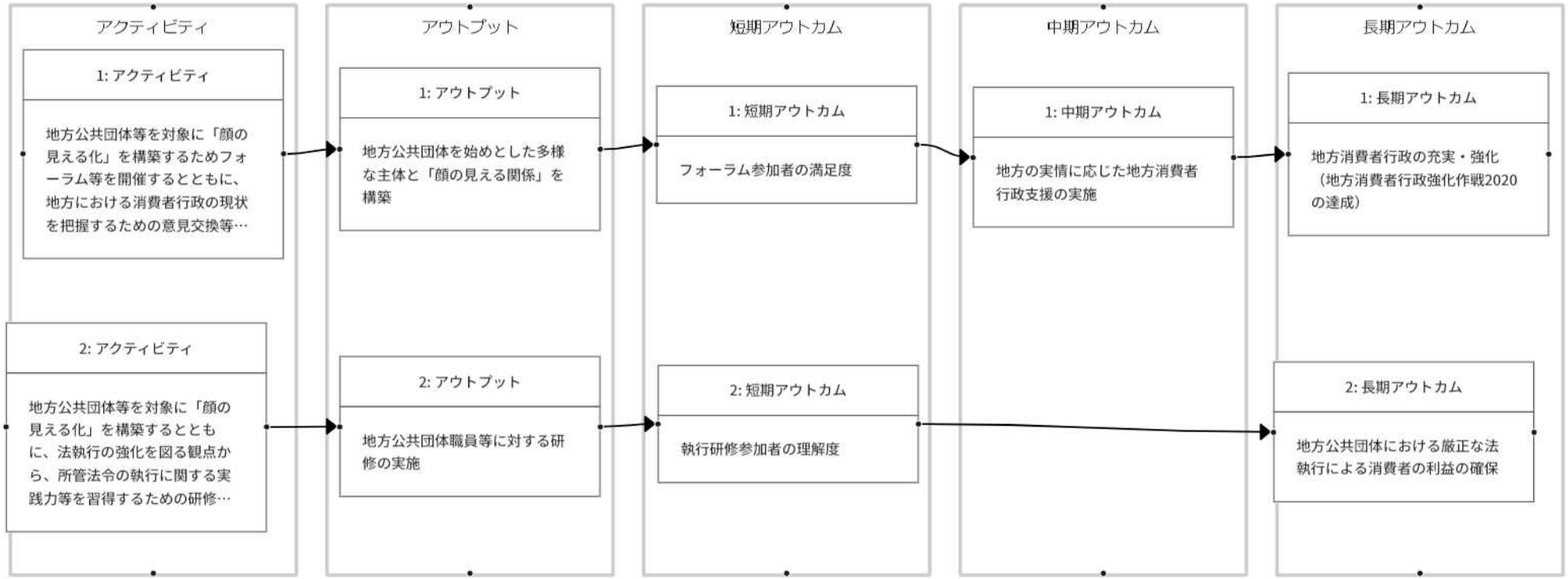
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	32,752	33,885
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	18,520	18,467
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	5,329	5,329
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	2,939	2,939

主な増減理由	単価表の改定に伴う増加	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	地方公共団体等を対象に「顔の見える化」を構築するためフォーラム等を開催するとともに、地方における消費者行政の現状を把握するための意見交換等を行う。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体を始めとした多様な主体と「顔の見える関係」を構築	活動指標	関係構築数（フォーラムの参加者数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	100	100	100
	活動実績／成果実績(人)	88	111	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	開催しているフォーラムが有効な施策であるか、また参加者にとって有意義なものとなっているかを測る指標として、フォーラム参加者の満足度を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	フォーラム参加者の満足度	成果指標	「本フォーラムの内容には満足されましたか？」という質問（５段階評価）に対して５又は４と回答した割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	86	79.3	--
	達成率(%)	107.5	99.1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国と地方等が構築した「顔の見える関係」に基づく交流や意見交換により、「現場」のニーズや実情を正確に把握することが可能となり、これらを踏まえた施策を展開できると考えられるため、成果目標として「地方の実情に応じた地方消費者行政支援の実施」を設定した。

中期アウトカム	成果目標	地方の実情に応じた地方消費者行政支援の実施	成果指標	地方消費者行政支援の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	国と地方等が「顔の見える関係」を構築し、積極的に情報交換や意見交換等を行うなかで、国の施策に対するニーズを把握し、例えば、地方消費者行政強化交付金の事業メニューやモデル事業の内容、地方の消費生活相談のデジタルトランスフォーメーションの取組において、地方支援の施策を具体化する際に反映している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	地方消費者行政の支援による成果は長期アウトカムと同様に「地方消費者行政強化作戦2020」で進捗把握等することとしているため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	地方の実情に応じた地方消費者行政支援を実施することにより、地方公共団体が地域の実情に応じた消費者政策を行うことが可能となると考えられることから、成果目標として「地方消費者行政の充実・強化」を設定した。

長期アウトカム	成果目標	地方消費者行政の充実・強化（地方消費者行政強化作戦2020の達成）	成果指標	地方消費者行政強化作戦2020の達成状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	次のURLから「地方消費者行政強化作戦2020」の達成状況を確認することができる。 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms201_240412_01.pdf	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	地方消費者行政の充実・強化のための当面の政策目標として「地方消費者行政強化作戦2020」を定め、毎年度その進捗等を把握している。同強化作戦では、複数の具体的・定量的な政策目標を掲げているが、その全体の動きを本シートの枠内で記載するのが困難であることからやむを得ず定性的なアウトカムとしている。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	地方公共団体等を対象に「顔の見える化」を構築するとともに、法執行の強化を図る観点から、所管法令の執行に関する実践力等を習得するための研修を実施する。			
アウトプット	活動目標	地方公共団体職員等に対する研修の実施	活動指標	参加人数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	132	201	201	219
	活動実績／成果実績(人)	201	201	219	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	研修に参加した地方公共団体職員等が消費者庁所管法令の執行に関する実践力や実務ノウハウを身に付けることにより、地方公共団体における法執行力が高まると考えられることから、研修参加者の理解度を成果として設定した。

短期アウトカム	成果目標	執行研修参加者の理解度	成果指標	「説明は理解できましたか」という質問（５段階評価）に対して、「理解できた」「まあまあ理解できた」と回答した割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	執行研修参加者に行ったアンケート結果
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	82.3	--	91.2	96.3
	活動実績／成果実績(%)	91.2	--	96.3	--
	達成率(%)	110.8	--	105.6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	執行研修参加者が各団体等において厳正な法執行等を行うことにより消費者の利益の確保につながることから長期アウトカムを設定した。

長期アウトカム	成果目標	地方公共団体における厳正な法執行による消費者の利益の確保	成果指標	厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	都道府県における特定商取引法に基づく行政処分が毎年50件前後行われている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本取組の目的は、国と地方が「顔の見える関係」を構築しつつ、執行研修を通じて、地方公共団体（職員）の法執行力を高め、厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保することにあるが、消費者の利益をどの程度確保できたのかを客観的に計測することはできないため、定量的な指標を示すことは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

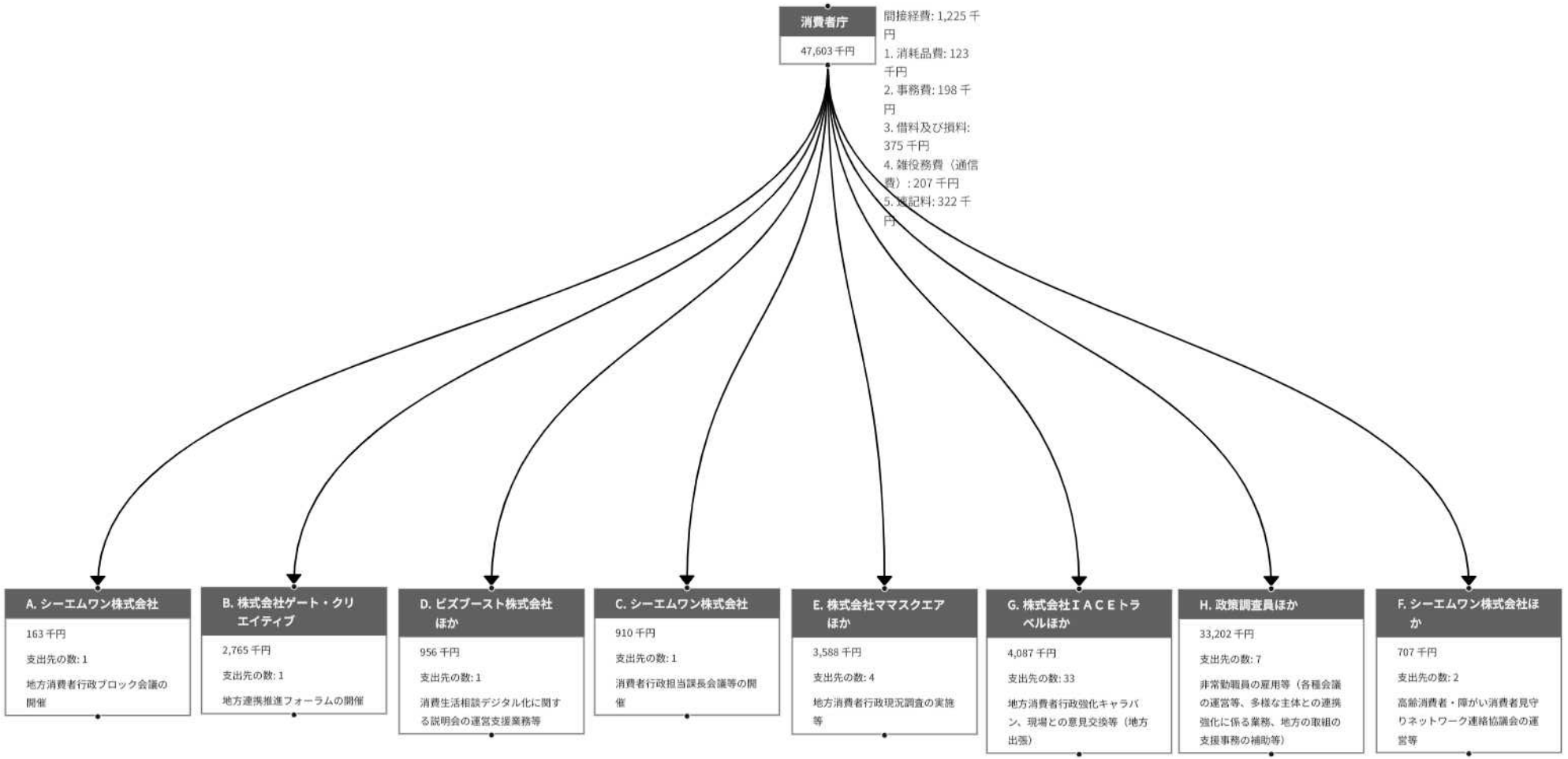
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・消費者被害の防止や救済、消費生活の安定や向上は国民生活における重要な課題である。消費生活の現場は地域であり、そうした諸課題に取り組むには地方消費者行政の充実・強化が不可欠であることから、国が地方公共団体との連携を強化しながら、地域の取組を支援することが必要である。 ・少額随意契約のものを除き、一般競争入札を実施することで事業の競争性を確保し、透明性、公平性を図ったうえで効率的に実施している。 ・なお、近年は活動実績の数値に増減がみられるが、これは新型コロナウイルスの感染拡大を契機とした会議のオンライン化や出席者の負担軽減のため会議を効率化（複数の会議をまとめて開催するなど）したことによるものであり、意見交換等の機会は確保されている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	近年は、新型コロナウイルス感染症の影響で現場に直接足を運んで意見交換等を行うことは困難な状況であった。しかし、ウィズコロナへの移行や同感染症の感染症法上の位置付けの変更などに伴い、今後はコロナ禍以前のように、現地で直接顔を合わせて意見交換等を行う手法とオンラインを活用した手法を組み合わせながら、執行率を高めつつ、より効果的に施策を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	契約については、日頃から計画的かつ競争性の確保に努めているが、引き続き適正な契約・調達となるように取り組む。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
47,603千円
間接経費: 1,225千円
1. 消耗品費: 123千円
2. 事務費: 198千円
3. 借料及び損料: 375千円
4. 雑役務費（通信費）: 207千円
5. 速記料: 322千円
A. シーエムワン株式会社
163千円
支出先の数: 1
地方消費者行政ブロック会議の開催
B. 株式会社ゲート・クリエイティブ
2,765千円
支出先の数: 1
地方連携推進フォーラムの開催
D. ビズブースト株式会社ほか
956千円
支出先の数: 1
消費生活相談デジタル化に関する説明会の運営支援業務等
C. シーエムワン株式会社
910千円
支出先の数: 1
消費者行政担当課長会議等の開催
E. 株式会社ママスクエアほか
3,588千円
支出先の数: 4
地方消費者行政現況調査の実施等
G. 株式会社ＩＡＣＥトラベルほか
4,087千円
支出先の数: 33
地方消費者行政強化キャラバン、現場との意見交換等（地方出張）
H. 政策調査員ほか
33,202千円
支出先の数: 7
非常勤職員の雇用等（各種会議の運営等、多様な主体との連携強化に係る業務、地方の取組の支援事務の補助等）
F. シーエムワン株式会社ほか
707千円
支出先の数: 2
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の運営等

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　シーエムワン株式会社	163	1	地方消費者行政ブロック会議の開催

支出先名	支出額	法人番号
シーエムワン株式会社	163	1010001158505

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度「消費者行政ブロック会議」及び「ブロック別消費生活センター所長会議」合同会議のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	163	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社ゲート・クリエイティブ	2,765	1	地方連携推進フォーラムの開催

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ゲート・クリエイティブ	2,765	3010501036720

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方連携推進フォーラムに係る運営支援等業務 一般競争契約（最低価格）	2,765	6	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　シーエムワン株式会社	910	1	消費者行政担当課長会議等の開催

支出先名	支出額	法人番号
シーエムワン株式会社	910	1010001158505

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度消費者庁所管法令執行担当者研修（初任者研修）のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	598	0	--	--

「令和５年度消費者行政担当課長会議」のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	312	0	--	--	

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　ビズブースト株式会社ほか	956	1	消費生活相談デジタル化に関する説明会の運営支援業務等

支出先名	支出額	法人番号
ビズブースト株式会社	956	9010801026259

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談デジタル化アドバイザリーボード地方公共団体配信型（第１回）運営支援業務等 随意契約（少額）	557	0	--	--
消費生活相談デジタル化アドバイザリーボード地方公共団体配信型（第２回）運営支援業務等 随意契約（少額）	399	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷株式会社	0	9010001027784

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　株式会社ママスクエアほか	3,588	4	地方消費者行政現況調査の実施等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ママスクエア	2,173	5010401115820

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度地方消費者行政の現況調査 指名競争契約（最低価格）	2,173	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	924	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

令和５年度 地方消費者行政の現況調査の梱包・発送 随意契約（少額）	924	0	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
株式会社五月商会	293	4013301005010

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度 地方消費者行政の現況調の印刷・製本 随意契約（少額）	293	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社イメージ・ジャパン	198	1040001048100

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度 地方消費者行政の現況調査のCD-R製作 随意契約（少額）	198	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　シーエムワン株式会社ほか	707	2	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の運営等

支出先名	支出額	法人番号
シーエムワン株式会社	684	1010001158505

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
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の運営等 随意契約（少額）	684	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人全日本ろうあ連盟	23	1011105000131

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
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に係る手話通訳業務 随意契約（少額）	23	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

G	株式会社ＩＡＣＥトラベルほか	4,087	33	地方消費者行政強化キャラバン、現場との意見交換等（地方出張）

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＩＡＣＥトラベル	1,569	7010001128717

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行手配 その他(旅行手配)	183	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	181	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	180	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	155	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	151	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	131	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	86	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	78	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	78	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	68	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	67	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	67	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	49	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	49	0	--	--

内国旅行手配 その他(旅行手配)	28	0	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	18	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ａ	406	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	406	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｂ	365	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	365	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｃ	219	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	219	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｄ	188	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	188	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｅ	138	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

内国旅行 その他(旅費精算)	138	0	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｆ	135	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	135	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｇ	135	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	135	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｈ	110	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	75	0	--	--
タクシー代 その他(立替払精算)	35	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
職員Ｉ	101	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内国旅行 その他(旅費精算)	101	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
その他	721	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	内国旅行等 その他(旅費精算等)	721	0	--	--	

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
H　政策調査員ほか	33,202	7	非常勤職員の雇用等（各種会議の運営等、多様な主体との連携強化に係る業務、地方の取組の支援事務の補助等）

支出先名	支出額	法人番号
政策調査員	20,306	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
賃金等 その他(雇用（人件費）)	20,306	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
臨時事務補助員	12,896	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
賃金等 その他(雇用（人件費）)	12,896	0	--	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	シーエムワン株式会社	令和５年度「消費者行政ブロック会議」及び「ブロック別消費生活センター所長会議」合同会議のオンライン開催運営業務	雑役務費	消費者行政ブロック会議の開催運営業務	163
	B	株式会社ゲート・クリエイティブ	地方連携推進フォーラムに係る運営支援等業務	雑役務費	地方連携推進フォーラムの開催運営業務	2,765
	C	シーエムワン株式会社	令和５年度消費者庁所管法令執行担当者研修（初任者研修）のオンライン開催運営業務	雑役務費	法令執行担当者研修（初任者研修）のオンライン開催運営業務	598
	D	ビズブースト株式会社	消費生活相談デジタル化アドバイザリーボード地方公共団体配信型（第１回）運営支援業務等	雑役務費	会議の運営支援業務	557
	E	株式会社ママスクエア	令和５年度地方消費者行政の現況調査	雑役務費	調査の実施・集計・分析等	2,173
	F	シーエムワン株式会社	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の運営等	雑役務費	会議の運営支援業務	684
	G	株式会社ＩＡＣＥトラベル	内国旅行手配	職員旅費	チケット手配等	183
	H	政策調査員	賃金等	政策調査員手当	雇用	18,310

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

地方消費者行政強化交付金

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	地方協力課			
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000470	事業開始年度	2008	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進		（12）地方消費者行政強化交付金		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	地方消費者行政強化交付金等の活用によって、消費生活センターの設置や消費生活相談員の確保等、地方消費者行政強化作戦2020の目標達成に向けた地方公共団体における消費者行政の計画的・安定的な取組を促進することにより、地域の現場における対応力の強化を図り、「消費拡大」に資する「消費者の安全・安心」を幅広く確保する。				
	現状・課題	どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することが重要な課題である。そのためには地方の自主性・自立性が十分発揮されることに留意しつつ、地方における計画的・安定的な取組を財政面から支援する必要がある。				
	事業の概要	都道府県及び市町村等の消費者行政の強化及び推進のために必要な経費を交付し、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的に取り組む地方公共団体を支援する事業及び消費生活相談体制の維持・充実、消費者問題解決力の高い地域社会作り等による消費者行政推進に向けた地方公共団体の取組を支援する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改訂）（第５章　重点的な施策の推進　５．消費者行政を推進するための体制整備）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]
	--	--
	--	--

実施方法	補助

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	地方消費者行政推進事業	定額	--	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_240405_10.pdf#page=13
	地方消費者行政強化事業	定額又は1/2若しくは1/3	--	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_240405_10.pdf#page=11
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	2,850,000	3,000,000	2,800,000	2,500,000
当初予算	1,850,000	1,750,000	1,750,000	1,650,000	--
補正予算	1,400,000	2,000,000	1,500,000	--	--
前年度から繰越し	1,375,000	1,400,000	1,837,000	1,500,000	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	4,625,000	5,150,000	5,087,000	3,150,000	0
執行額	2,716,000	2,738,000	2,749,307	--	--
執行率	58.7%	53.2%	54%	--	--

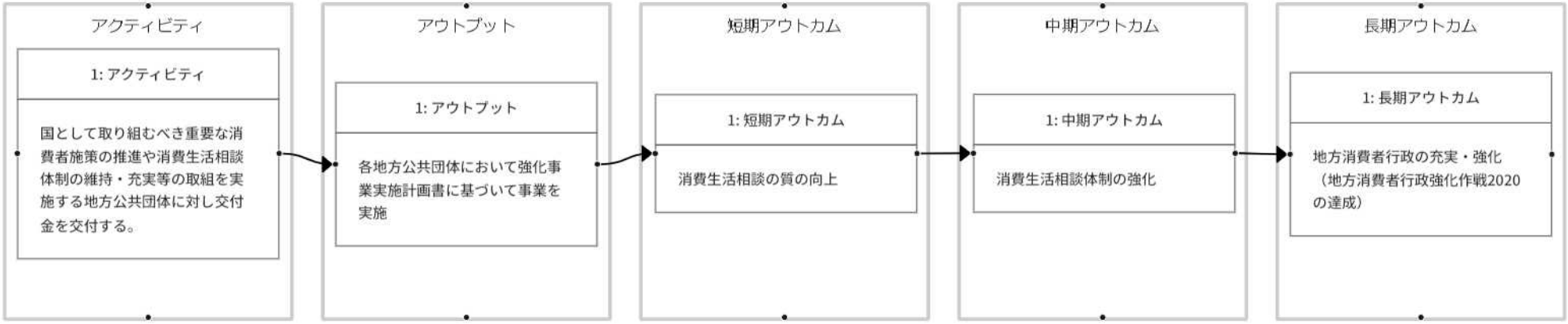
予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
一般会計	一般会計	--	2,200,000	--	
	予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 地方消費者行政強化交付金		--	1,650,000	2,500,000
	前年度から繰越し --		--	1,500,000	--

主な増減理由	消費生活相談のサービス向上への体制再構築に必要な経費を要求したことによる増加	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	国として取り組むべき重要な消費者施策の推進や消費生活相談体制の維持・充実等の取組を実施する地方公共団体に対し交付金を交付する。			
アウトプット	活動目標	各地方公共団体において強化事業実施計画書に基づいて事業を実施	活動指標	強化事業の実施事業数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(事業)	860	760	828	946
	活動実績／成果実績(事業)	915	828	946	--

後続アウトカムへのつながり	交付金を通じて、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援することにより、消費生活相談員による質の高い相談・救済を受けられるようになる。

短期アウトカム	成果目標	消費生活相談の質の向上	成果指標	消費生活相談員の配置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020　政策目標ごとの現状（令和５年度現況調査）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	39	42	43	--
	達成率(%)	83	89.4	91.5	--

後続アウトカムへのつながり	交付金を通じて、地方公共団体等による消費者行政推進のための計画的・安定的な取組を支援することにより、消費者の安全・安心が確保される地域体制を維持・拡充する。

中期アウトカム	成果目標	消費生活相談体制の強化	成果指標	消費生活センターの設置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020　政策目標ごとの現状（令和５年度現況調査）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	26	27	28	--
	達成率(%)	55.3	57.4	59.6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される地域体制を全国的に維持・拡充することにより、地方消費者行政の充実・強化が図られる。

長期アウトカム	成果目標	地方消費者行政の充実・強化（地方消費者行政強化作戦2020の達成）	成果指標	地方消費者行政強化作戦2020の達成状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	次のURLから「地方消費者行政強化作戦2020」の達成状況を確認することができる。 https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/assets/local_cooperation_cms201_240412_01.pdf	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	地方消費者行政の充実・強化のための交付金等を通じた当面の政策目標として「地方消費者行政強化作戦2020」を定め、毎年度その進捗等を把握している。同強化作戦では、複数の具体的・定量的な政策目標を掲げているが、その全体の動きを本シートの枠内で記載するのが困難であることからやむを得ず定性的なアウトカムとしている。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

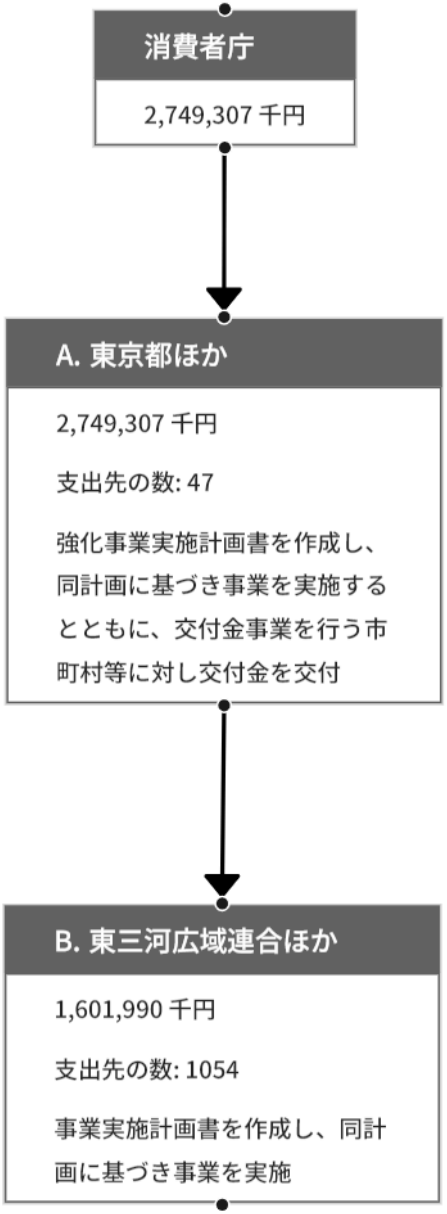
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者行政の推進のためには地方消費者行政の充実・強化が不可欠であることから、本事業は極めて優先度の高い事業である。 また、消費者庁では平成21年度から基金等を通じて、地方公共団体の取組の支援を行ってきた。その結果、14年間で消費生活センターは356箇所増加し、857箇所（令和５年４月時点）となり、「地方消費者行政強化作戦2020」の各指標の向上など着実な成果をあげてきているところであるが、小規模な地方公共団体を中心にいまだに消費者行政の下支えが必要な状況であり、本事業によって引き続き消費者の安全・安心の確保を図る必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	「地方消費者行政強化作戦2020」の都道府県別の達成状況や地方公共団体の自主財源の拡充の状況等を、交付金の交付額に反映することなどを通じて、地方公共団体の自主性・自立性に留意しながら、地方公共団体における消費者行政を一層推進することとしたい。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2020
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	事業の必要性、重要性ついては十分に理解するものの、低調な執行率が続いている現状に鑑み、引き続きの予算の必要性、効率性、有効性について精査していただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、地方公共団体からの申請内容を精査の上、適切に予算を執行する。また、交付金の更なる活用が図られるよう積極的な周知等を実施する。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
2,749,307 千円
A. 東京都ほか
2,749,307 千円
支出先の数: 47
強化事業実施計画書を作成し、同計画に基づき事業を実施するとともに、交付金事業を行う市町村等に対し交付金を交付
B. 東三河広域連合ほか
1,601,990 千円
支出先の数: 1054
事業実施計画書を作成し、同計画に基づき事業を実施

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　東京都ほか	2,749,307	47	強化事業実施計画書を作成し、同計画に基づき事業を実施するとともに、交付金事業を行う市町村等に対し交付金を交付

支出先名	支出額	法人番号
東京都	177,066	8000020130001

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	177,066	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
北海道	164,550	7000020010006

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	164,550	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
神奈川県	163,039	1000020140007

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	163,039	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
愛知県	160,545	1000020230006

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	160,545	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
兵庫県	160,095	8000020280003

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	160,095	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
大阪府	159,513	4000020270008

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	159,513	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
埼玉県	132,587	1000020110001

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	132,587	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
徳島県	93,098	4000020360007

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	93,098	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
福岡県	88,364	6000020400009

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	88,364	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
静岡県	83,480	7000020220001

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	83,480	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
その他	1,366,970	--		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	1,366,970	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　東三河広域連合ほか	1,601,990	1,054	事業実施計画書を作成し、同計画に基づき事業を実施

支出先名	支出額	法人番号		
東三河広域連合	46,424	7000020239330		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	46,424	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
札幌市	45,206	9000020011002		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	45,206	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
名古屋市	32,725	3000020231002		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	32,725	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
横浜市	32,018	3000020141003		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	32,018	--	--	--	

支出先名	支出額	法人番号		
仙台市	28,505	8000020041009		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	28,505	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
川崎市	19,246	7000020141305		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	19,246	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
福生市	16,157	8000020132187		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業の実施 補助金等交付	16,157	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
福岡市	13,754	3000020401307		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業の実施 補助金等交付	13,754	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
富士市	13,563	2000020222101		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	13,563	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
伊丹市	13,454	8000020282073

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	13,454	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
その他	1,340,938	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施 補助金等交付	1,340,938	--	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	東京都	市町村等への補助及び事業の実施	補助金	市区町村への補助	118,314
--	--	--	事業費	地方消費者行政強化事業	58,303
--	--	--	事業費	地方消費者行政推進事業	449
B	東三河広域連合	地方消費者行政推進事業及び強化事業の実施	事業費	地方消費者行政推進事業	45,500
--	--	--	事業費	地方消費者行政強化事業	924

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

地方モデル事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000471	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（13）地方モデル事業	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	厳しい人的・財源的制約の下で地方消費者行政の政策効果を最大限に高めることが求められているところ、消費者庁において本事業を実施し、新たな行政手法や実効性のある事業モデルを構築し、全国に展開することを通じて、全国に共通する地方消費者行政の課題の解決を図る。
	現状・課題	地方における厳しい人的・財源的制約のなか、地方消費者行政の政策効果を高め、多様化・複雑化する政策課題に対応するため、事業分野に応じて官民連携等の新たな手法を活用しつつ、地域の関係者が一体となって取り組む体制を整備することが必要である。地方消費者行政の政策テーマのうち令和５年度は、消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置促進・担い手確保及び消費生活相談員の担い手確保を重要課題とした。
	事業の概要	国が公募した民間事業者・団体等をプラットフォームとして、地方公共団体や地域の関係者との連携を図りつつ、効率的かつ効果的に事業を実施することにより、新たな行政手法や実効性のある事業モデルを構築する。さらに、実施した事業の成果や優良事例を各地方公共団体に横展開する。なお、消費生活相談員の担い手確保のテーマについては、地方消費者行政人材確保事業部分が主たる要素である１つの契約により実施したことから、地方消費者行政人材確保事業のシートに記載している。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/advancedmodel/index.html

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改訂）、地方消費者行政強化作戦2020（令和２年４月１日）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	170,100	107,100	89,894	60,226
当初予算	107,000	105,100	106,677	79,994	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	△20,000	△13,000	△35,000	--	--
計	87,000	92,100	71,677	79,994	0
執行額	76,000	90,000	38,766	--	--
執行率	87.4%	97.7%	54.1%	--	--

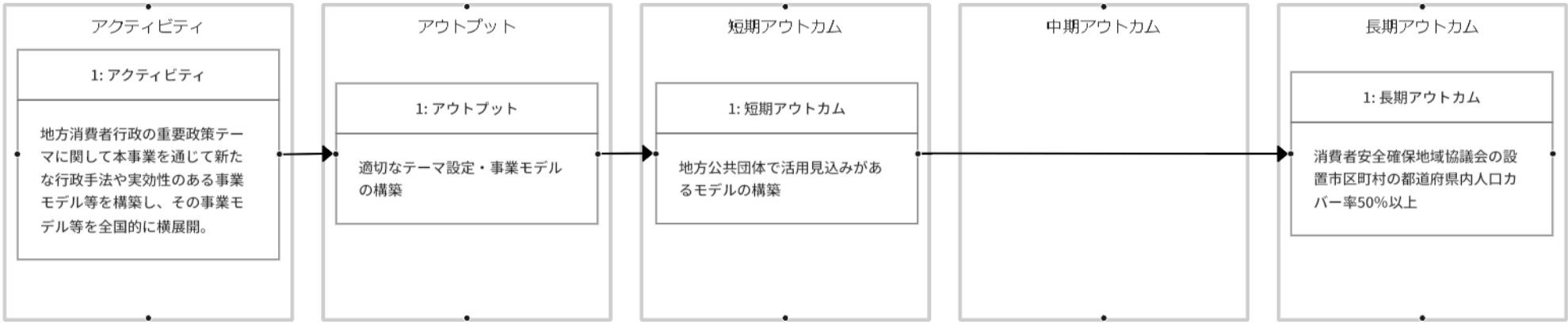
予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
一般会計	一般会計	--	--	--	
	予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策委託費		--	79,852	60,084
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	142	142

主な増減理由	モデル事業の規模及び事業実施数の見直しによる減額	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	地方消費者行政の重要政策テーマに関して本事業を通じて新たな行政手法や実効性のある事業モデル等を構築し、その事業モデル等を全国的に横展開。			
アウトプット	活動目標	適切なテーマ設定・事業モデルの構築	活動指標	テーマに沿った先進的モデル事業の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	7	5	2	2
	活動実績／成果実績(件)	6	4	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、まずは、地方公共団体において活用見込み・可能性があるモデルを構築することが求められるため、構築したモデルが有効だと感じた地方公共団体・連携し得る民間事業者等の割合を短期アウトカムとして設定した。令和５年度においては、消費者安全確保地域協議会の設置促進及びその活性化をテーマの１つに選定し、その短期アウトカムを測定した。

短期アウトカム	成果目標	地方公共団体で活用見込みがあるモデルの構築	成果指標	構築したモデルが有効だと感じた地方公共団体・連携し得る民間事業者等の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度の消費者安全確保地域協議会「先進的活用事例講座」で行ったアンケート結果 ※参考情報：先進的活用事例講座の参加者数　160アカウント (備考)モデルを効果的に横展開し見守りネットワーク設置にもつなげる関連活動・成果として、全国基礎講座・官民連携講座・設置促進講座を開催し延べ約560名・団体が参加。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	80
	活動実績／成果実績(%)	88.5	--
	達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	構築したモデルを有効だと感じた地方公共団体が、モデルを参考に自発的かつ積極的な取組を行うことで、長期的にはモデルの目的となる政策効果が高まることが見込まれるため、目的に応じて長期アウトカムを設定する。 令和５年度においては、消費者安全確保地域協議会の設置促進及びその活性化をテーマの一つに選定し、本モデルの構築により、長期的には消費者安全確保地域協議会の設置や活動の促進が見込まれるため、消費者安全確保地域協議会の設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	消費者安全確保地域協議会の設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上	成果指標	消費者安全確保地域協議会の設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上を達成している都道府県数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状 ※参考指標：消費者安全確保地域協議会の設置自治体数 487（令和５年度末時点）、446（令和４年度末時点）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	16	16	19	--
	達成率(%)	34	34	40.4	--

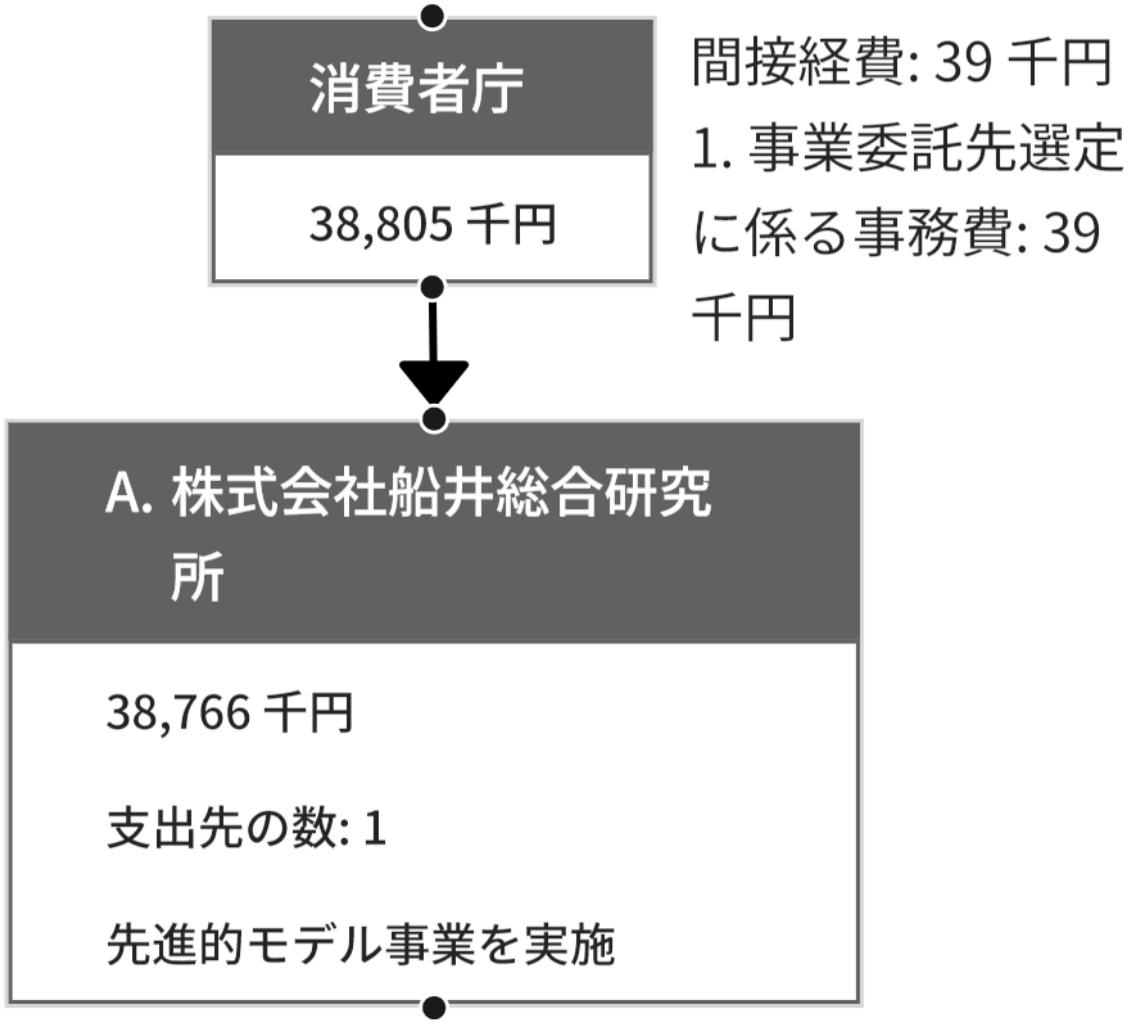
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等		
	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業は、事業分野に応じて広域連携や官民連携等の新たな行政手法も活用しつつ、地方消費者行政における課題解決を目的としている。支出先の選定に当たっては、外部委員を含む委員会を設置し、厳正な審査を行うなど、妥当な手続を実施している。 毎年度、地方消費者行政における重要課題解決に資する内容の事業を実施し、新たなモデルを構築している。構築したモデルは、講演会・説明会等を通じて発信する、地方自治体等に個別に働きかけを行う、消費者庁ウェブサイトに掲載する等により、全国的な横展開につなげ、地方消費者行政の更なる充実・強化につなげている。これらの点は、地方消費者行政人材確保事業のシートに記載の消費生活相談員担い手確保に関する地方消費者行政モデル事業部分についても同様であることを点検している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	本事業は所期の目的に沿って実施しており、一定の成果を上げてきている。他方で、厳しい人的・財源的制約の下でモデル事業に対する地方からの期待も大きいところであり、より一層、本事業の活用が望まれるテーマの選定及び実効的なモデルの創出に努めていく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	モデル事業の横展開により成立した事業数など活用視点からのアウトカムの指標設定についても検討されたい。 引き続き、調達の競争性を確保するとともに適切な予算執行をお願いしたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、地方消費者行政における課題解決に向けて、効率的な事業の執行に努める。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
38,805 千円
間接経費: 39 千円
1. 事業委託先選定に係る事務費: 39 千円
A. 株式会社船井総合研究所
38,766 千円
支出先の数: 1
先進的モデル事業を実施

支出先上位者リスト（単位：千円）

	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A	株式会社船井総合研究所	38,766	1	先進的モデル事業を実施

支出先名	支出額	法人番号
株式会社船井総合研究所	38,766	5120001180782

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
見守り活動の促進 随意契約（企画競争）	38,766	2	--	--

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社船井総合研究所	見守り活動の促進	委託費	地方消費者行政のさらなる充実・強化に向けた取組を実現	38,766

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

地方消費者行政人材育成事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000472	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（14）地方消費者行政人材育成事業		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	消費生活相談員は、地方の消費生活センター等の現場において消費者からの相談等に直接対応するなど、地方消費者行政の最前線で重要な役割を担っている。また、高齢化、孤独・孤立化等の社会経済状況の変化や悪質商法の手口の巧妙化などを踏まえ、消費者被害の早期発見・最小化につなげていく見守り活動も重要な課題となっている。地域における相談体制及び見守り活動の機能維持・充実のため、地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する。				
	現状・課題	消費生活相談員や高齢者等の見守りを担う消費生活協力員・協力団体は担い手不足の状況にあるが、地方においては、厳しい人的・財源的制約が存在している。高齢化・人口減少も進む中で地域における相談体制及び見守り活動の機能を維持し充実させるためには、消費者庁において地域における消費者行政の担い手の確保・育成の支援を行う必要がある。				
	事業の概要	・消費生活相談員の担い手確保 消費者安全法に基づく消費生活相談員資格の取得を目指す方向けの、全国どこでも受講可能な消費生活相談員資格試験講座、発展的な知識や実践力を学べる消費生活相談員養成講座の実施。なお、令和５年度はデジタル技術を活用した講座の実施に関して地方消費者行政モデル事業が従たる要素である１つの契約により実施している。 ・消費者安全法に基づく見守り活動の担い手確保 消費生活協力員・協力団体の養成に向けた事業者等向けの講座の実施。なお、令和５年度は見守りネットワークの設置・活動促進に向けた地方消費者行政モデル事業が主たる要素である１つの契約により実施したことから、地方消費者行政モデル事業のシートに記載している。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/consumer_affairs_consultants.html				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改訂）、地方消費者行政強化作戦2020（令和２年４月１日）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf#page=[42]

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	87,000	70,300	45,284	85,234
当初予算	87,000	49,300	55,284	45,284	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	△16,000	35,440	--	--
計	87,000	33,300	90,724	45,284	0
執行額	76,000	33,000	90,441	--	--
執行率	87.4%	99.1%	99.7%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
一般会計	一般会計	--	19,948	--	
	予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策委託費		--	45,000	84,950
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	284	284

主な増減理由	消費生活相談員担い手確保事業拡充による増額	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり

アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	消費者安全法に基づく消費生活相談員資格の試験対策講座及び消費生活相談員としての勤務に必要な知識等を得られる養成講座を開催するなどの支援等			
アウトプット	活動目標	消費生活相談員資格試験講座の実施	活動指標	講座の受講者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(名)	1,600	1,600	1,600	1,600
	活動実績／成果実績(名)	1,580	1,627	1,631	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	効果発現の初期段階として、まずは、講座の実施により、消費生活相談員の担い手候補である者の国家資格の取得にハードルを感じていた層にアプローチでき、消費生活相談員の資格取得者の増加が見込まれることから、短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	本講座を通じた消費生活相談員資格（国家資格及びそれに準ずる資格）取得	成果指標	本講座を通じた消費生活相談員資格（国家資格及びそれに準ずる資格）取得者数 ※日本産業協会試験と国民生活センター試験の延べ合格者数及び消費生活コンサルタント資格取得者数の延べ人数 （2023年度は、本講座を通じた消費生活コンサルタント資格が取得可能）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	講座受講者を対象に行ったアンケート結果
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(名)	256	256	300	300
	活動実績／成果実績(名)	374	336	384	--
	達成率(%)	146.1	131.3	128	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費生活相談員資格試験対策講座や養成講座を活用して相談員資格試験に合格した資格取得者等が増えることで、実際に相談業務の担い手として消費生活センターへ就職することが見込まれるため、消費生活センターへの就職・内定者数を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	講座の受講者の消費生活センターへの就職・内定	成果指標	講座の受講者のうち消費生活センターへの就職・内定者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	講座受講者を対象に行ったアンケート結果 ※参考指標：令和５年度事業の結果としての、今後の就職活動予定者も含めた就職希望者　267名
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(名)	6	13	30	30
	活動実績／成果実績(名)	13	30	38	--
	達成率(%)	216.7	230.8	126.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	有資格者の消費生活センターへの就職が増加すること等により、長期的には相談員の消費生活相談員資格保有率が増加し、地域偏在なく、質の高い消費生活相談の提供が可能となることから、消費生活相談員資格保有率75%以上(都道府県レベル)を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	消費生活相談員資格保有率75%以上の都道府県の増加	成果指標	消費生活相談員資格保有率75%以上の都道府県
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方消費者行政強化作戦2020 政策目標ごとの現状 （備考）国家資格に準ずる民間資格の保有者は「消費生活相談員資格保有」に未参入。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(都道府県)	47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	25	28	30	--
	達成率(%)	53.2	59.6	63.8	--

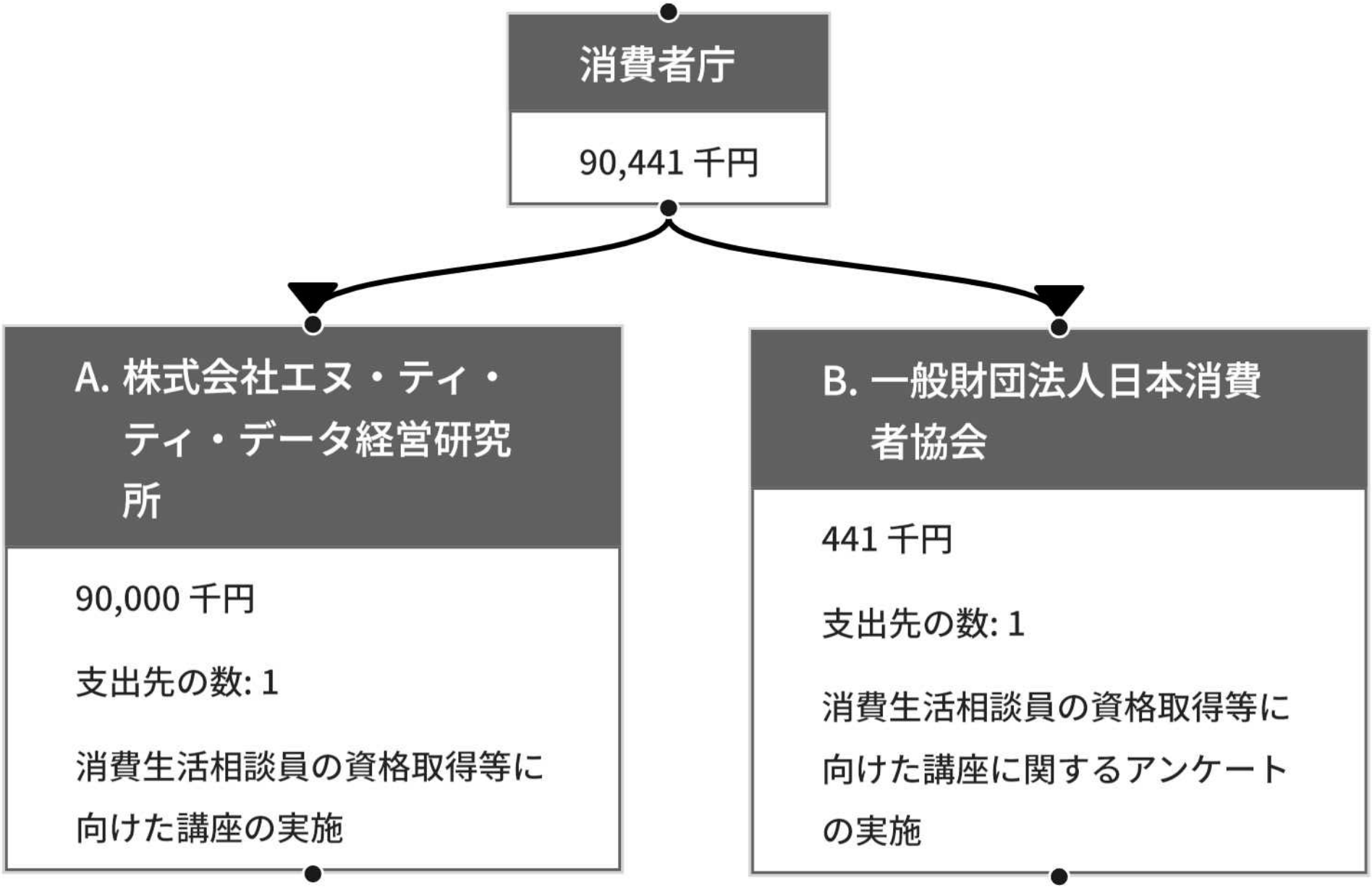
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	引き続き、消費生活相談員や高齢者等の見守りを担う消費生活協力員・協力団体が担い手不足の状況にあることから、地域における消費者問題の課題解決の担い手となるこれらの人材を育成する事業を実施した。企画競争により事業者の選定を行ったうえで実施しており、e-ラーニングと対面講座を組み合わせて講座を実施することで、全国の受講者に対して効果的かつ効率的に事業を実施した。これらの点は、地方消費者行政モデル事業のシートに記載の消費生活協力員・協力団体養成に関する地方消費者行政人材確保事業部分についても同様であることを点検している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	本事業は所期の目的に沿って実施しており、一定の成果を上げてきている。他方で、高齢化・人口減少が進む中で人材確保の課題は一層深刻化する可能性が高いところであり、就労支援も含めて実効的な人材確保に向けた取組を強化していく。また、事業の適正かつ効率的な執行、コスト削減等にも引き続き取り組んでいく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	--
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、コスト削減の取組みを行うことで適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、消費生活相談員・消費生活協力員・協力団体等の担い手の確保に向け、戦略的かつ効果的な事業の実施に努める。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
90,441 千円
A. 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
90,000 千円
支出先の数: 1
消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施
B. 一般財団法人日本消費者協会
441 千円
支出先の数: 1
消費生活相談員の資格取得等に向けた講座に関するアンケートの実施

支出先上位者リスト（単位：千円）

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	90,000	1	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	90,000	1010001143390

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施 随意契約（企画競争）	90,000	2	--	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B	一般財団法人日本消費者協会	441	1	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座に関するアンケートの実施

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人日本消費者協会	441	6010005004130

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談員の資格取得等に向けた講座に関するアンケートの実施 随意契約（少額）	441	--	--	--

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施	委託費	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座の実施	90,000
B	一般財団法人日本消費者協会	消費生活相談員の資格取得等に向けた講座に関するアンケートの実施	雑役務費	アンケートの実施	441

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費生活相談機能強化促進等補助金

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 地方協力課				
	作成責任者	赤井久宣				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	006462	事業開始年度	2022	事業終了（予定）年度	2023
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（15）消費生活相談機能強化促進等補助金		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	その他関連先: 458:消費者団体訴訟制度に関する環境整備		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）や適格消費者団体の機能強化促進等を図ることで、霊感商法等の悪質商法への対策の充実や被害救済を図る。				
	現状・課題	霊感商法等の悪質商法等への対応の強化を求める社会的な要請の高まりを受けて、霊感商法等の悪質商法への対策の充実や被害者救済を図ることが求められている。 そのため、国民生活センター及び適格消費者団体が実施する霊感商法等の悪質商法への対策の充実や被害救済に資する業務に要する経費を補助することにより、国民生活センター及び適格消費者団体の機能強化促進等を行う必要がある。				
	事業の概要	国民生活センター又は適格消費者団体が、以下の業務を実施するために必要な経費を補助する。 （１）国民生活センターの裁判外紛争解決手続業務及び消費生活相談業務について、デジタル化を通じた対応能力の強化や業務処理能力向上のための情報システムの構築、蓄積された相談情報をいかした相談機能強化に向けた次期システムへの刷新に向けた取組、ＡＩ活用の研究、相談情報の保存期間延長に向けた取組、相談情報を収集・保存しているシステムの維持、これらを支える国民生活センターの基盤システムの刷新に向けた取組等 （２）霊感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、適格消費者団体による事業者の不特定かつ多数の消費者に対する不当な勧誘行為等の差止請求に係る活動の促進				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	--	--

実施方法	補助			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	国民生活センター及び適格消費者団体が霊感商法への対策の充実や被害救済の観点から実施する業務に必要な経費を定額で補助【補助率：100%】	--	--
備考	政策: --- 施策: --- URL: ---			

予算・執行

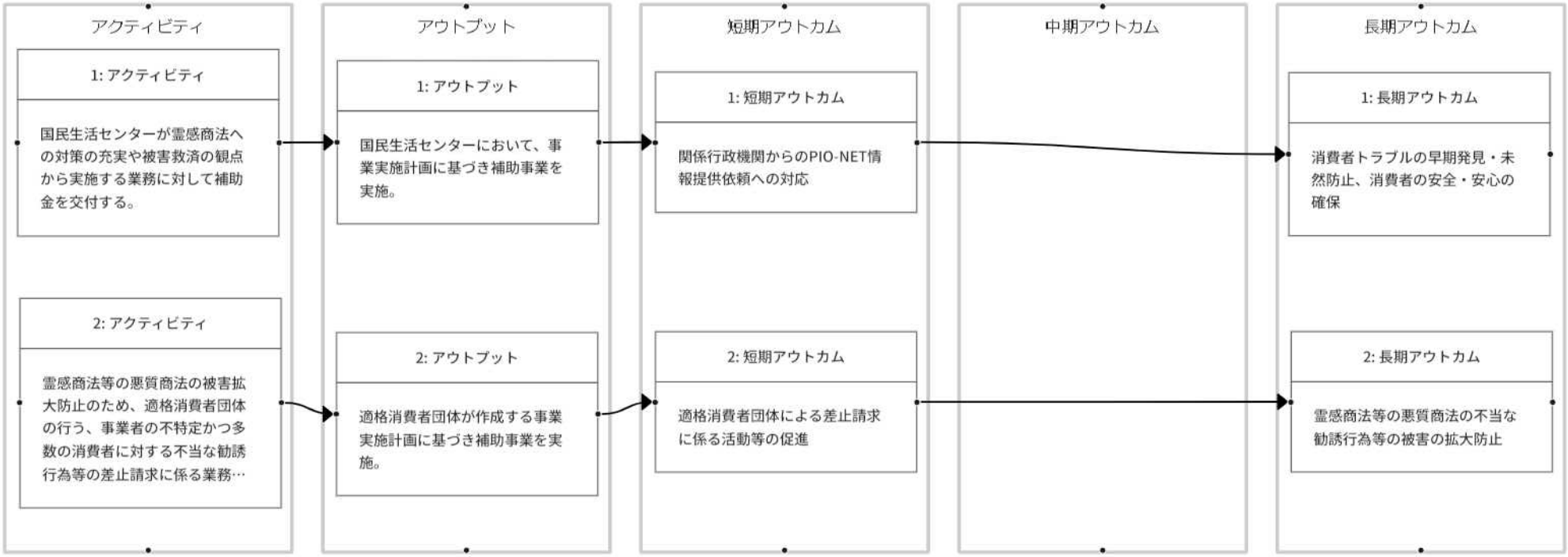
予算額執行額表 （単位：千円）		2023	2024	2025
	要求額	--	--	--
	当初予算	--	--	--
	補正予算	--	--	--
	前年度から繰越し	1,000,000	--	--
	予備費等	--	--	--
	計	1,000,000	0	0
	執行額	954,735	--	--
	執行率	95.5%	--	--

予算内訳表 （単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考
	一般会計	一般会計	--	--	--

主な増減理由	--	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	国民生活センターが霊感商法への対策の充実や被害救済の観点から実施する業務に対して補助金を交付する。			
アウトプット	活動目標	国民生活センターにおいて、事業実施計画に基づき補助事業を実施。	活動指標	補助事業の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	5	--
	活動実績／成果実績(件)	3	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	全国からの霊感商法等の悪質商法に関する相談情報を収集・分析する上で必要不可欠なPIO-NETの稼働状態の継続を図ることによって、悪質商法に対応する必要な情報を関係行政機関に効果的に提供することができ、行政処分などの法執行や法律改正などの政策立案などにつなげることができるため、関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼への対応件数をアウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼への対応	成果指標	PIO-NET情報提供依頼への対応件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--
	活動実績／成果実績(件)	1,332	--
	達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼に対応することにより、法令に基づく迅速かつ厳正な行政処分等に資することとなり、消費者の安全・安心の確保につなげることができるため長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	消費者トラブルの早期発見・未然防止、消費者の安全・安心の確保	成果指標	消費者トラブルの早期発見・未然防止、消費者の安全・安心の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	全国から霊感商法等の悪質商法に関する相談情報を収集・分析する上で必要不可欠なPIO-NETの安定的な稼働状態の継続を図り、関係行政機関からのPIO-NET情報提供依頼に対して確実に対応することで、消費者トラブルの早期発見・未然防止、消費者の安全・安心の確保に寄与した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	霊感商法への対策の充実や被害救済の観点から実施する業務に対し、補助金を交付し、消費者トラブルの早期発見・未然防止を図り、消費者の安全・安心を確保することが目的となるが、消費者の安全・安心をどの程度確保できたのかを客観的に計測することはできないため、定量的な指標を示すことは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	霊感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、適格消費者団体の行う、事業者の不特定かつ多数の消費者に対する不当な勧誘行為等の差止請求に係る業務に対して補助金を交付する。			
アウトプット	活動目標	適格消費者団体が作成する事業実施計画に基づき補助事業を実施。	活動指標	補助事業の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--
	活動実績／成果実績(件)	15	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	不当な勧誘行為等の差止請求業務を行う機関として法に基づき認定されている適格消費者団体が補助事業を実施することが適当であるため。

短期アウトカム	成果目標	適格消費者団体による差止請求に係る活動等の促進	成果指標	適格消費者団体による相談会・説明会等の実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--
	活動実績／成果実績(件)	28	--
	達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	適格消費者団体が実施する補助事業により、霊感商法等の悪質商法の不当な勧誘行為等の被害の拡大防止を図るため。

長期アウトカム	成果目標	霊感商法等の悪質商法の不当な勧誘行為等の被害の拡大防止	成果指標	差止請求申入れ等及び差止請求訴訟の件数（準備段階のものも含む。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--
	活動実績／成果実績(件)	43	--
	達成率(%)	--	--

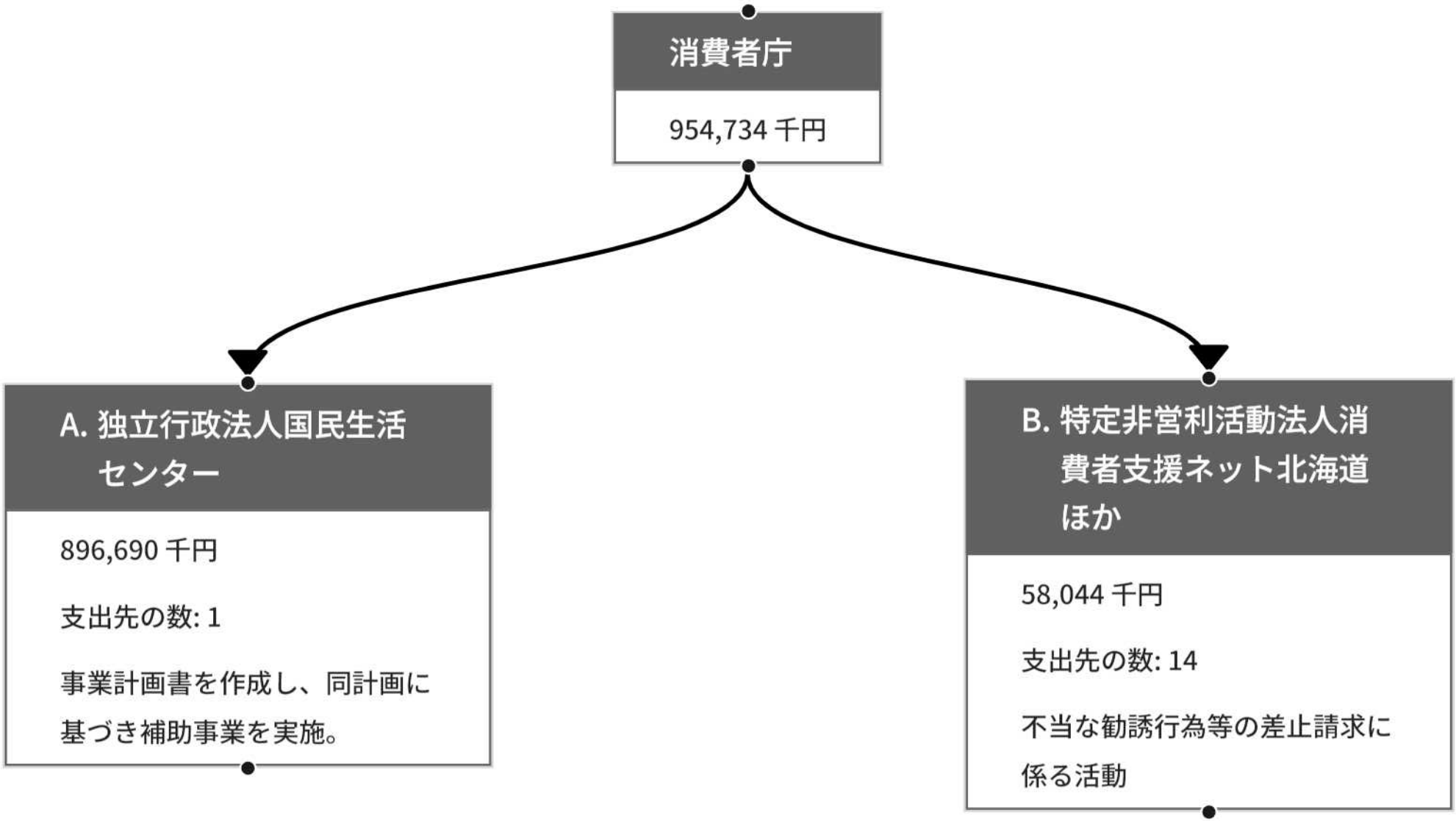
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等		
	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	霊感商法等の悪質商法等への対応の強化を求める社会的な要請が高まる中、本事業を実施することで着実に国民生活センター及び適格消費者団体の機能強化促進等が図られ、悪質商法等への対策の充実や被害救済に寄与したと考えられる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	事業の目的を達成することができた。		
	改善の方向性	事業の目的を達成することができたため、予定どおり本事業は令和５年度で終了とする。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	--
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	終了予定	詳細	―
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	予定通り終了		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	--		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
954,734 千円
A. 独立行政法人国民生活センター
896,690 千円
支出先の数: 1
事業計画書を作成し、同計画に基づき補助事業を実施。
B. 特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道 ほか
58,044 千円
支出先の数: 14
不当な勧誘行為等の差止請求に係る活動

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　独立行政法人国民生活センター	896,690	1	事業計画書を作成し、同計画に基づき補助事業を実施。

支出先名	支出額	法人番号
独立行政法人国民生活センター	896,690	4021005002918

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
補助事業者に対する補助金交付 補助金等交付	896,690	0	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道　ほか	58,044	14	不当な勧誘行為等の差止請求に係る活動

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	19,462	7430005005201

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	14,106	0	--	--
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	5,356	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者機構日本	11,297	9010005008351

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	11,297	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者市民サポートちば	4,664	9040005019362

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	4,664	0	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者被害防止ネットワーク東海	4,629	6180005007083

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	4,629	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
公益社団法人全国消費生活相談員協会	4,553	2010405010418

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	4,553	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援機構関西	3,128	6120005010084

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	3,128	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ	1,867	5220005007848

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,867	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人消費者支援機構福岡	1,773	1290005006392

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,773	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者市民ネットとうほく	1,646	1370005003910		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,646	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者ネットおかやま	1,256	2260005003094		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,256	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
ＮＰＯ法人消費者支援ネットくまもと	1,184	8330005007958		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,184	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
特定非営利活動法人ひょうご消費者ネット	1,049	1140005004477		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	1,049	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
特定非営利活動法人消費者ネット広島	798	5240005002780		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	798	0	--	--
支出先名	支出額	法人番号		

		特定非営利活動法人京都消費者契約ネットワーク	738	7130005005215		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費生活相談機能強化促進等補助金 補助金等交付	738	0	--	--

費目・使途（単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	独立行政法人国民生活センター	補助事業者に対する補助金交付	委託・外注費	消費生活相談業務デジタル・トランスフォーメーション支援業務等の委託等	534,790
	--	--	--	借料及び損料	PIO-NET2020に係るPC・周辺機器の賃借料等	319,266
	--	--	--	その他	PIO-NET2020に係るネットワーク回線サービス利用料等	42,634
	B	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	消費生活相談機能強化促進等補助金	謝金	講師謝金、実行委員会報酬等	7,193
	--	--	--	人件費	人件費	5,332
	--	--	--	事務費	会議室、弁当代等	503
	--	--	--	役務費	差止請求訴訟費用	385
	--	--	--	通信費	電話料金、サーバー代等	246
	--	--	--	物品購入費	ノートPC	189
	--	--	--	印刷製本費	チラシ作成	157
	--	--	--	旅費	講師旅費等	101

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者安全課				
	作成責任者	阪口理司				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000473	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（16）消費者事故等に関する情報の集約・発信等の施策の推進	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	本事業は、消費者を対象に注意喚起等の情報発信を実施することを通じ、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ことを目的とする。
	現状・課題	消費者安全法の規定に基づき令和５年度に消費者庁に通知された消費者事故等は１万6,298件で、このうち、生命身体事故等は5,635件（令和４年度4,914件、前年度比14.7%増）であった。この収集した事故情報を基に、注意喚起等の情報発信を行うことで、消費者の意識・行動の変化につなげていくことが必要である。 また、他の行政機関や事業者への事故情報の提供や注意喚起情報の周知といった働きかけを充実させていくことで、行政機関や事業者の対応を促し、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の実現を目指すことが必要である。
	事業の概要	・行政機関や事業者から関係法令に基づき事故情報を集約するとともに、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。 ・集約した事故情報を定期的に公表するとともに、事故情報を分析し、消費者への注意喚起、事業者への働きかけ等の対応を行う。 ・緊急の対応が必要な場合には、「消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応要綱」に定める手順に基づき、関係省庁が相互に十分な連絡及び連携を図り、迅速かつ的確に対応する。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/about_us/about/caa_pamphlet/jp_007.html

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和４年６月15日閣議決定）	--
	第５章１（１）①②③（４）	--
	消費者基本計画工程表（令和４年６月15日改定）	--
	Ⅰ（１）①エ、②アイ、③エ、（４）②	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	88,000	96,300	89,000	125,080
当初予算	91,000	88,400	87,000	87,027	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	91,000	88,400	87,000	87,027	0
執行額	75,000	85,000	69,980	--	--
執行率	82.4%	96.2%	80.4%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

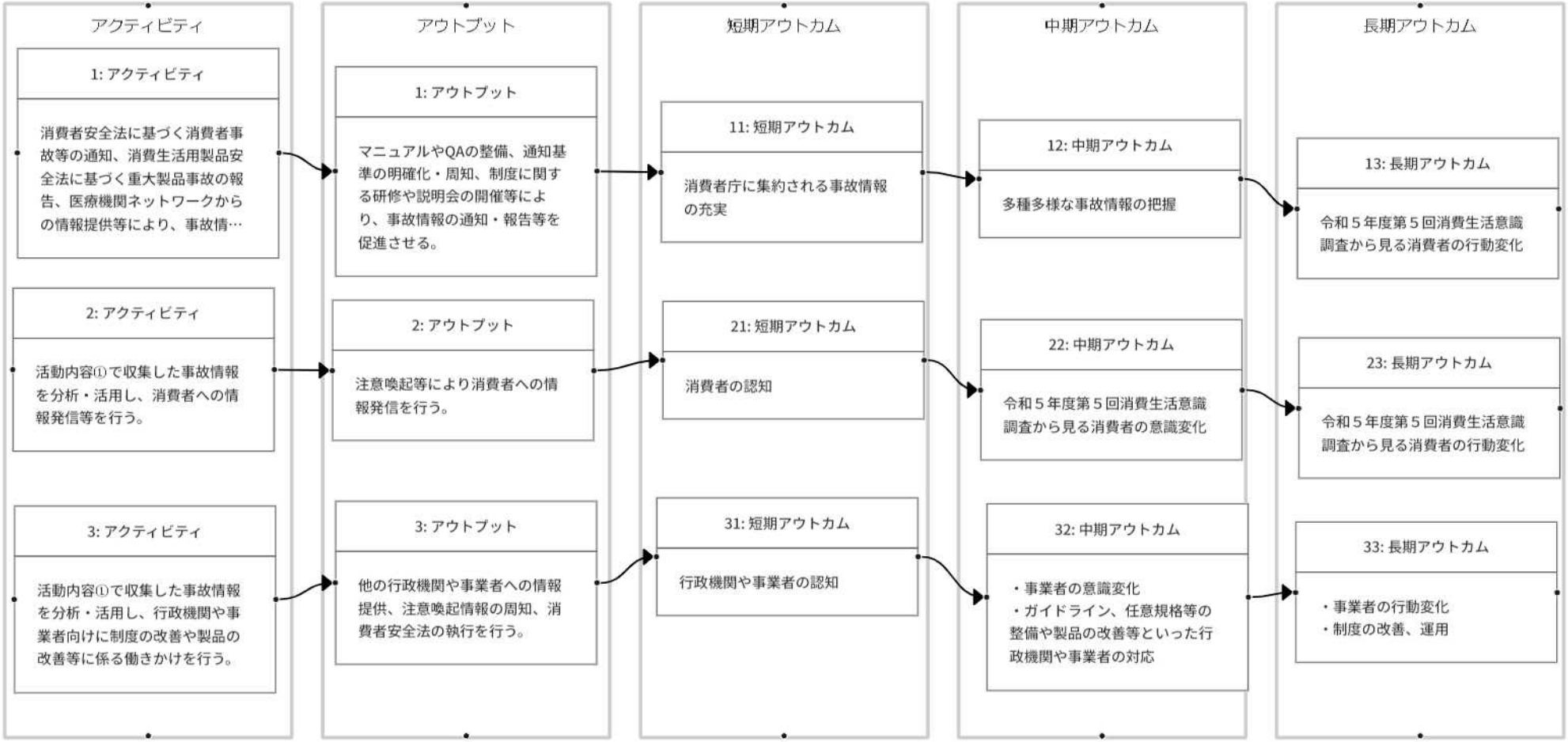
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	38,015	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	43,212	49,247
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	37,364	69,357
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	3,127	3,139
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	1,982	1,992
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費	--	1,075	1,075
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	267	270

主な増減理由	その他特記事項
現在、欧州連合（以下「EU」という。）では、モノのデジタル化や循環型経済への移行等の社会の変化に対応するための法整備の一環として、新たな製造物責任指令案の審議が進められている。新指令の成立後には、各加盟国において新指令に即した具体的な国内法化のプロセスが進展することになる。 そのため、製造物責任 に係るEU加盟国の法整備等に関する動向調査を行い、消費者安全施策の基礎資料を得ることを目的として増額要求する。	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-11-12-13

アクティビティ	消費者安全法に基づく消費者事故等の通知、消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の報告、医療機関ネットワークからの情報提供等により、事故情報を収集する。			
アウトプット	活動目標	マニュアルやQAの整備、通知基準の明確化・周知、制度に関する研修や説明会の開催等により、事故情報の通知・報告等を促進させる。	活動指標	消費者行政担当課長会議等における制度周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	3	3	3	3
	活動実績／成果実績(回)	3	3	3	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	マニュアルやQAの整備、通知基準の明確化・周知、制度に関する研修や説明会の開催等により、事故情報の通知・報告等を促進させることによって得られる成果として、消費者庁に集約される事故情報の充実を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	消費者庁に集約される事故情報の充実	成果指標	事故情報データバンクに登録された事故情報件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	25,000	25,000	25,000	25,000
	活動実績／成果実績(件)	24,932	30,609	26,599	--
	達成率(%)	99.7	122.4	106.4	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁に集約される事故情報が充実することにより、事故の多い製品や、新たなサービスに起因する事故などの端緒情報も充実し、質の高い情報提供につながると考えられることから、多種多様な事故情報の把握を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	多種多様な事故情報の把握	成果指標	多種多様な事故情報の把握状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	集約した事故情報を活用し、令和5年度は棺内のドライアイスによる二酸化炭素中毒やスノースポーツ中の事故について注意喚起を行った。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者庁に集約される多種多様な事故情報を定量的に測ることは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁に集約される事故情報が充実することにより、定期公表やSNS等による注意喚起、事故情報データバンク・リコール情報サイトへの掲載等を通じて、消費者に対し、より質の高い情報発信（詳しくは活動内容②に記載）をすることが可能になり、ひいては消費者への意識変化及び行動変化につながると考えられることから、消費者の行動変化を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	令和５年度第５回消費生活意識調査から見る消費者の行動変化	成果指標	「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起で紹介された対策について、「注意喚起を見聞きした以降に実践した」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度第５回消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	30	--
	活動実績／成果実績(%)	15.1	--
	達成率(%)	50.3	--

アクティビティからの発現経路 2-2-21-22-23

アクティビティ	活動内容①で収集した事故情報を分析・活用し、消費者への情報発信等を行う。			
アウトプット	活動目標	注意喚起等により消費者への情報発信を行う。	活動指標	消費者への情報提供の件数（注意喚起、こども安全メール、SNSの合計件数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	100	100	100
	活動実績／成果実績(件)	141	130	--

後続アウトカムへのつながり	本活動の目標は、消費者の事故防止に向け、消費者の事故防止意識を高めるための啓発活動等を行い、不慮の事故による死者数の減少を目指すことである。 実施にあたっては、X（旧Twitter）やメール等のSNSでの情報発信や、消費者の事故に関するプレスリリースによる注意喚起を行っている。そこで、SNS投稿が表示されたことによる、特定の注意喚起の認知度（SNSのエンゲージメント総数を想定）を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	消費者の認知	成果指標	特定の注意喚起の認知度 (SNSのエンゲージメント総数を想定)
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	X(旧Twitter)「消費者庁　こどもを事故から守る！」
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回)	2,000	2,000	2,000
	活動実績／成果実績(回)	1,800	2,721	--
	達成率(%)	90	136.1	--

後続アウトカムへのつながり	消費者の認知度の上昇に基づく消費者の意識変化を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	令和５年度第５回消費生活意識調査から見る消費者の意識変化	成果指標	「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起によって、「注意喚起をきっかけ、注意しようと思った」または「以前から気をつけていたが、より注意しようと思った」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度第５回消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	70	70
	活動実績／成果実績(%)	86.7	--
	達成率(%)	123.9	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の意識変化に基づく消費者の行動変化を長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	令和５年度第５回消費生活意識調査から見る消費者の行動変化	成果指標	「棺内のドライアイスによる事故」に関する消費者庁と国民生活センターからの注意喚起で紹介された対策について、「注意喚起を見聞きした以降に実践した」と回答した人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度第５回消費生活意識調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	50	--
	活動実績／成果実績(%)	15.1	--
	達成率(%)	30.2	--

アクティビティからの発現経路 3-3-31-32-33

アクティビティ	活動内容①で収集した事故情報を分析・活用し、行政機関や事業者向けに制度の改善や製品の改善等に係る働きかけを行う。			
アウトプット	活動目標	他の行政機関や事業者への情報提供、注意喚起情報の周知、消費者安全法の執行を行う。	活動指標	関係省庁等に情報提供した回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	12	12	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁で集約した事故情報等を、関係行政機関又は関係行政機関を通じて業界団体に周知することにより、行政機関や事業者が事故の発生状況等を認知することにつながると考えられることから、他の行政機関や事業者の事故情報に対する認知を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム	成果目標	行政機関や事業者の認知	成果指標	行政機関や事業者の認知状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	磁石製娯楽用品（マグネットセット）でのこどもの誤飲事故情報を受け、消費者安全調査委員会が事故原因調査を行い、経済産業大臣に対して法令による規制を意見。立法事実にあたる事故情報を提供。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	他の行政機関や事業者への情報提供、注意喚起情報の周知及び消費者安全法の執行等を行ったことによる、他の行政機関や事業者の事故情報に対する認知の度合いを1つの定量的な指標で測ることは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	行政機関や事業者が事故の発生状況を認知し、製品やサービスの安全性に関する問題意識が高まると考えられる。また、ガイドラインや任意規格等の整備、事業者による製品の改善等といった行政機関や事業者の対応改善の機運を高めることになると考えられることから、事業者の意識変化、関係行政機関や事業者によるガイドラインや任意規格等の整備等を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	・事業者の意識変化 ・ガイドライン、任意規格等の整備や製品の改善等といった行政機関や事業者の対応	成果指標	・事業者の意識変化の状況 ・行政機関や事業者の対応状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	事故が発生した場合の危険性、被害の重大性を鑑み、経済産業省にて消費生活用製品安全法の特定製品への指定を検討。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	事業者の意識変化の度合いや、意識変化による行政機関や事業者の対応改善の機運醸成の度合いを１つの定量指標で測ることは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者の意識変化、ガイドラインや任意規格等の整備を通じて、安全な製品やサービスの開発、制度の改善・運用につながると考えられることから長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム	成果目標	・事業者の行動変化 ・制度の改善、運用	成果指標	・事業者の行動変化状況 ・制度の改善、運用状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費生活用製品安全法施行令の一部を改正する政令が閣議決定され、消費生活用製品安全法の特定製品に新たに磁石製娯楽用品（マグネットセット）と吸水性合成樹脂製玩具を指定し、技術基準に適合しない製品の販売を規制。（約10年ぶりの特定製品への新規追加。）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	事業者の行動変化の度合いや他の行政機関や事業者の個々の対応改善が、その業界における全体的な制度の改善・運用にどのように反映されたかを定量的に測ることは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

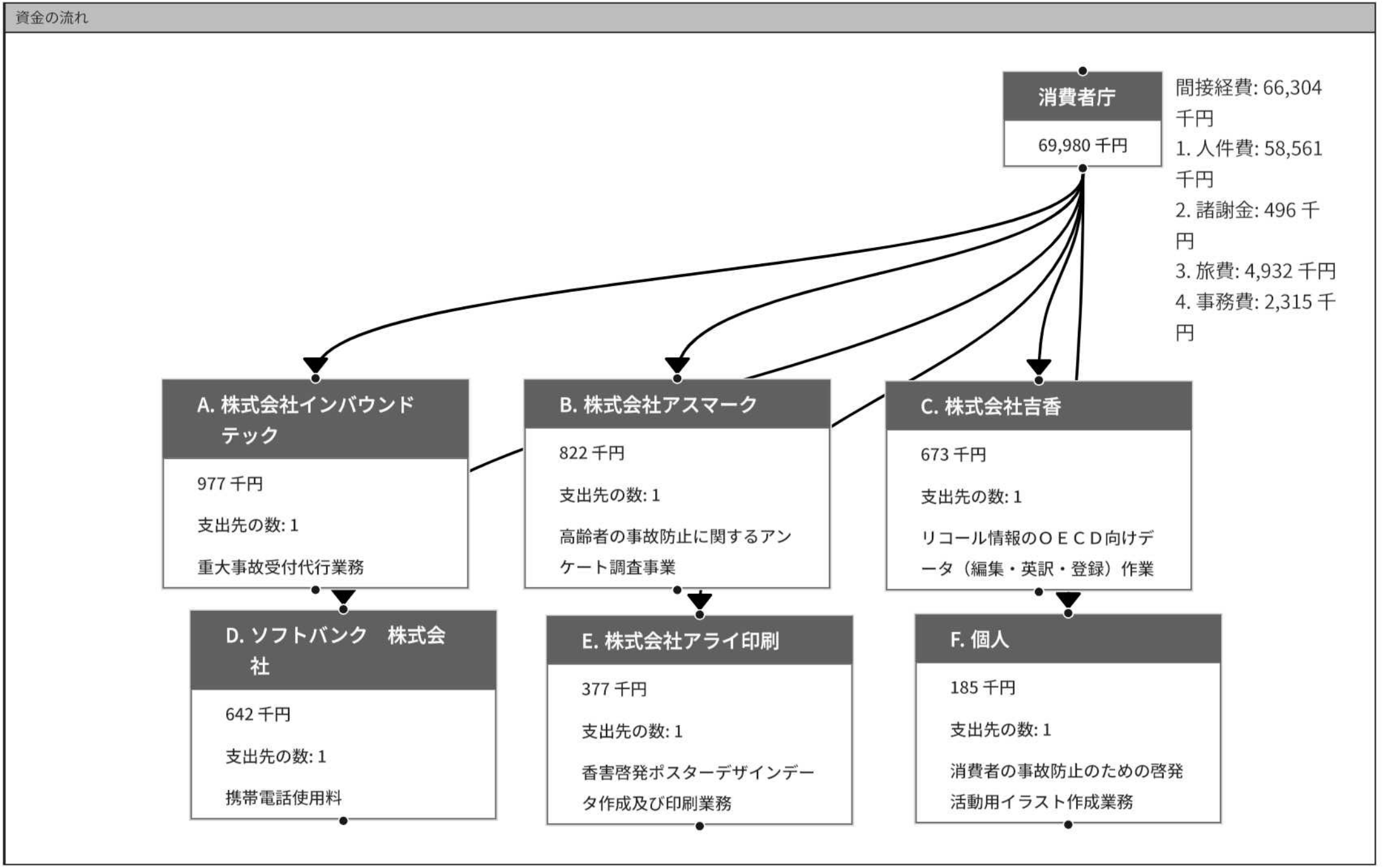
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/
	該当箇所	Ⅰ-15

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・アクティビティ１について、事故情報データバンクへの登録件数は前年度からは減少しているものの近年増加傾向であり、短期アウトカムは順調に推移している。長期アウトカムは令和４年度から新規指標を設定しており、今年度初回の結果が出た。引き続き目標値の達成に向けて取り組む。 ・アクティビティ２について、令和４年度から新規指標を設定しており、今年度初回の結果が出た。引き続き目標値の達成に向けて取り組む。 ・アクティビティ３については、意見先となる関係行政機関の政策や事業者の取組に左右されるものであり、目標の達成度合いについて評価することは困難であるが、引き続き必要な働きかけを行う。		
	目標年度における効果測定に関する評価	アクティビティ１及び２については、中長期のアウトカムである消費者の意識変化や行動変化を引き続き分析しつつ、必要に応じて目標値の再設定について検討する必要がある。アクティビティ３については、事業者の意識変化や行動変化を引き続き分析していく必要がある。		
	改善の方向性	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よう引き続き注意喚起等の情報発信することで消費者の意識・行動変化につなげていく。特に、より効果的な注意喚起等について、これまでの課題を洗い出し、効果的な方法を検討する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き調達における競争性を確保しつつ、適切な予算執行に務めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
69,980 千円
間接経費: 66,304 千円
1. 人件費: 58,561 千円
2. 諸謝金: 496 千円
3. 旅費: 4,932 千円
4. 事務費: 2,315 千円
A. 株式会社インバウンドテック
977 千円
支出先の数: 1
重大事故受付代行業務
B. 株式会社アスマーク
822 千円
支出先の数: 1
高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業
C. 株式会社吉香
673 千円
支出先の数: 1
リコール情報のＯＥＣＤ向けデータ（編集・英訳・登録）作業
D. ソフトバンク　株式会社
642 千円
支出先の数: 1
携帯電話使用料
E. 株式会社アライ印刷
377 千円
支出先の数: 1
香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷業務
F. 個人
185 千円
支出先の数: 1
消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社インバウンドテック	977	1	重大事故受付代行業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社インバウンドテック	977	4011101072956

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
重大事故受付代行業務 一般競争契約（最低価格）	977	3	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社アスマーク	822	1	高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アスマーク	822	2010901015886

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業 随意契約（少額）	822	--	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社吉香	673	1	リコール情報のＯＥＣＤ向けデータ（編集・英訳・登録）作業

支出先名	支出額	法人番号
株式会社吉香	673	5010001031682

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
リコール情報のＯＥＣＤ向けデータ（編集・英訳・登録）作業 随意契約（少額）	673	--	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　ソフトバンク　株式会社	642	1	携帯電話使用料

支出先名	支出額	法人番号
ソフトバンク株式会社	642	9010401052465

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者安全課公用携帯電話の賃貸借及び通信に係る契約について 随意契約（少額）	642	--	--	ー

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　株式会社アライ印刷	377	1	香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アライ印刷	377	6010901000777

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷作業 随意契約（少額）	377	--	--	ー

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　個人	185	1	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成業務

支出先名	支出額	法人番号
個人	185	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成作業 随意契約（少額）	185	--	--	ー

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	株式会社インバウンドテック	重大事故受付代行業務	雑役務費　その他	重大事故受付代行業務に係る請負契約	977
	B	株式会社アスマーク	高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業	雑役務費　その他	高齢者の事故防止に関するアンケート調査事業	822
	C	株式会社吉香	リコール情報のＯＥＣＤ向けデータ（編集・英訳・登録）作業	雑役務費　その他	リコール情報のＯＥＣＤ向けデータ（編集・英訳・登録）作業	673
	D	ソフトバンク株式会社	消費者安全課公用携帯電話の賃貸借及び通信に係る契約について	通信運搬費　電話料	携帯電話使用料	642
	E	株式会社アライ印刷	香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷作業	印刷製本費	香害啓発ポスターデザインデータ作成及び印刷作業	377
	F	個人	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成作業	雑役務費　その他	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成作業	185

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者安全課 | 事故調査室				
	作成責任者	塚越匡史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000474	事業開始年度	2012	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（17）生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	消費者安全調査委員会において、生命・身体に係る消費者事故等の原因を究明し、当該事故の発生を防止し、また、その拡大を防ぐことを目的とする。				
	現状・課題	『消費者安全調査委員会設立10年の活動報告書』（令和４年９月）で言及されているとおり、同委員会は消費者事故の調査にとどまらず、類似事故を含めて調査を行うなど、国民の消費生活における安全の確保に尽力している。 さらに、同委員会は、昨今の社会経済の劇的な変化による複雑化した事案にも的確な判断を下すことが求められている。 また、同委員会事務局においても、同委員会の判断を踏まえた取組（意見具申先の行政機関への対応の調整や連携）を強力に推進する体制が求められている。 このような要請に対応するため、引き続き、柔軟かつ専門的知見を有する人材の確保及び既存の人材、体制の更なるスキルアップに取り組むこととする。				
	事業の概要	消費者安全調査委員会は、生命身体事故等の原因究明を通して、被害の発生と拡大を防ぐための措置等を関係行政機関の長に意見しているところである。 事故調査室により構成される同委員会事務局は、同委員会の質の高い議論に貢献するため、事故原因等に係る調査の実務を担っている。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/about/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月15日改定）	--
	施策番号第５章１（１）③	--
	消費者基本計画工程表（令和３年６月15日改定）	--
	施策番号Ⅰ（１）③ア	--

実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表（単位：千円）		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	155,000	83,000	85,000	85,220
	当初予算	89,000	81,000	83,000	84,350	--
	補正予算	△300	△200	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	△500	△200	--	--	--
	計	88,200	80,600	83,000	84,350	0
	執行額	59,000	69,000	63,661	--	--
	執行率	66.9%	85.6%	76.7%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

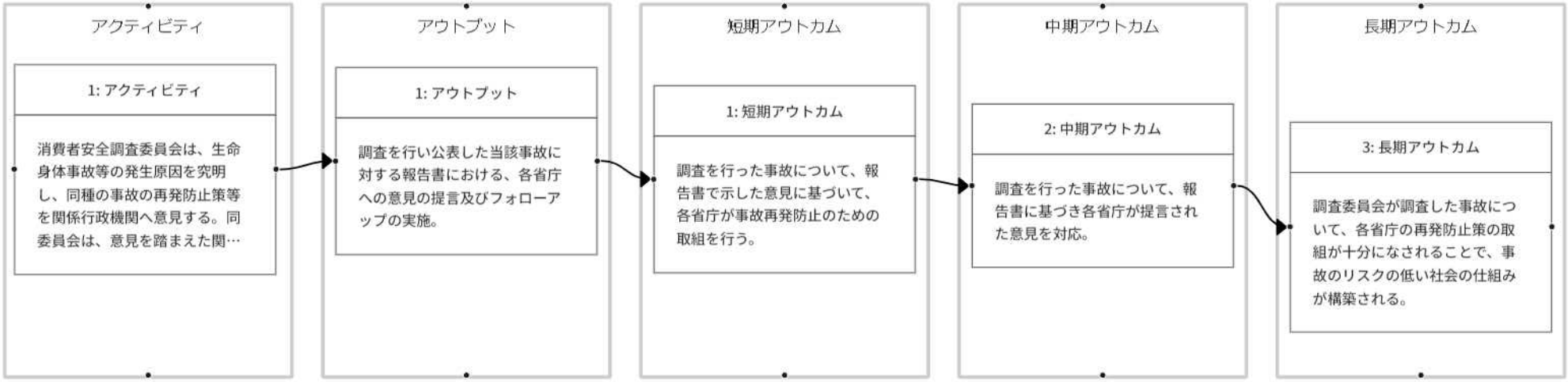
予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	35,023	35,179
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	30,517	30,866
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当	--	7,780	7,817
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	3,299	3,662
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費	--	3,208	3,208
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	1,635	1,639
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	1,540	1,501
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費	--	1,348	1,348

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	9,061	--

主な増減理由		その他特記事項	
	諸謝金について、2023年度予算額3,299千円に対し、2024年度3,662千円と、363千円の増額となっている。社会的ニーズの多様化に伴い、市場における製品・サービスの高度化が顕著であるため、より多くの専門委員を含む有識者及び実務家からの見解が必要となっているところであり、この傾向は今後も続くものとみられることによるもの。		--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-2-3

アクティビティ	消費者安全調査委員会は、生命身体事故等の発生原因を究明し、同種の事故の再発防止策等を関係行政機関へ意見する。同委員会は、意見を踏まえた関係行政機関の取組への進捗確認等を通じ、調査機能の更なる強化（提言内容及びフォローアップの更なる高度化・深化）を目指す。

アウトプット				
	活動目標	調査を行い公表した当該事故に対する報告書における、各省庁への意見の提言及びフォローアップの実施。	活動指標	当該年度で新規に選定した調査件数（計）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	3	1	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	本事業の目標は、消費者安全調査委員会が事故等原因調査報告書に基づく提言を行うことによって、同種の被害の発生を防止し、その拡大を防ぐことである。 事案の選定・調査・報告については本委員会にて決定・審議されるが、本委員会は内閣総理大臣より任命された７名の委員により組織されている。消費者安全法第17条の規定には「調査委員会の委員は、独立してその職権を行う」とされており、公正・中立な立場で事故等原因調査等を実施して再発・拡大防止のための提言を行う必要がある。 報告書を作成し、そこで示した再発防止策について各省庁へ一定数意見の提言を定期的に行うが、これに当たり、各省庁の実効性を鑑みた調整によって意見に対しての着手につなげることが本事業の成果の一つであることから、各省庁への意見の提言を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム				
	成果目標	調査を行った事故について、報告書で示した意見に基づいて、各省庁が事故再発防止のための取組を行う。	成果指標	左記活動により公表した報告書内で提言した意見の件数。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	公表された報告書（消費者庁ウェブサイト内） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	14	8	7	--
	達成率(%)	140	80	70	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	消費者安全調査委員会より発出された各省庁への意見について、政策に反映され、それぞれ対応が終了することによって段階的に事故リスクの低減につながり得るものであるため、中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム	成果目標	調査を行った事故について、報告書に基づき各省庁が提言された意見を対応。	成果指標	各省庁へ提言した意見の対応終了件数。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	公表された報告書と意見後の動き　（消費者庁ウェブサイト内） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ 意見ごとに想定される対応時間や内容が大きく異なるため、件数だけでは必ずしも実態を示せない場合がある。そのため、個別的に記載すべき実績は別途本欄で記載を行う。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	41	2	16	--
	達成率(%)	410	20	160	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者安全調査委員会からの意見が関係行政機関の取組に反映されることが、消費者の生命身体事故等の発生リスク低減につながるものである。上記に係る関係行政機関の取組への進捗確認等を終了して差し支えないと判断するには、当該取組自体だけではなく、同種事故の発生状況、社会情勢等も勘案する必要がある。以上のことから、長期アウトカムの指標として、上記の内容を踏まえ、同委員会が取組の進捗確認等を終了して差し支えないものと評価した件数を採用する。

長期アウトカム	成果目標	調査委員会が調査した事故について、各省庁の再発防止策の取組が十分になされることで、事故のリスクの低い社会の仕組みが構築される。	成果指標	各省庁へ提言した意見の取組確認を終了した事案件数。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	公表された報告書と意見後の動き　（消費者庁ウェブサイト内） https://www.caa.go.jp/policies/council/csic/report/ 意見ごとに想定される対応時間や内容が大きく異なるため、件数だけでは必ずしも実態を示せない場合がある。そのため、個別的、具体的に記載すべき実績は別途本欄で記載を行う。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	--
	活動実績／成果実績(件)	2	0	1	--
	達成率(%)	100	--	50	--

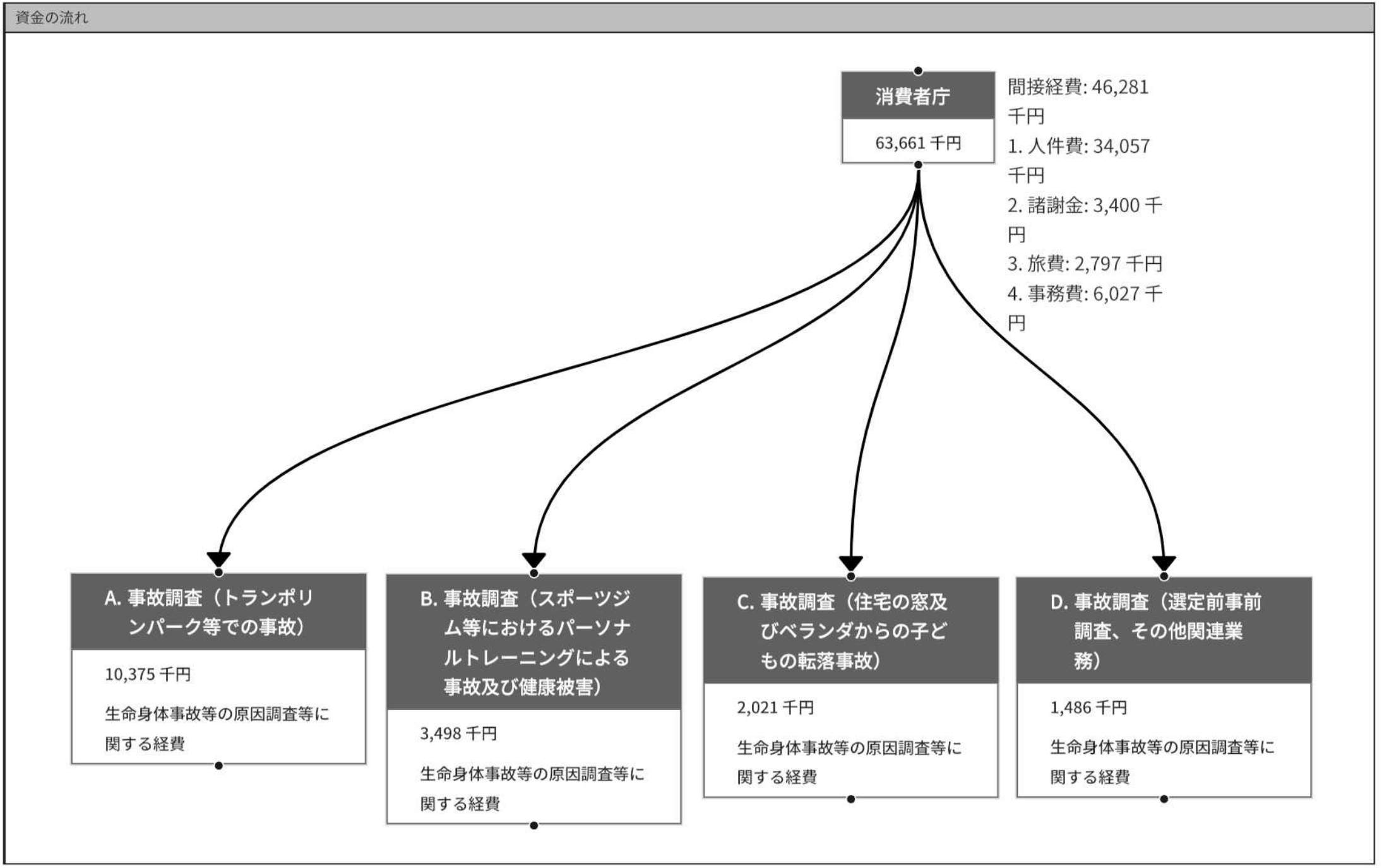
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等		
	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	2023年度もアウトプットとして２件の新規選定を行っている。短期アウトカムの減少については、報告書の公表が１件のみであったことが影響しており、現在その改善に向けた作業を進めている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	消費者安全調査委員会は、調査事案の新規選定、報告書の公表とそれに伴う各省庁への意見、またその対応状況の確認から取組確認の終了までを一連の流れとし、経年で反復している。長期アウトカムは意見先省庁の政策や社会情勢にも左右される可能性があるため評価も難しいが、各省庁とも概ね意見への対応は進んでいると考えている。		
	改善の方向性	迅速かつ効果的な調査を行い、報告書公表までの期間の短縮に努めることにより、短期アウトカムを改善させる。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図っていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
63,661 千円
間接経費: 46,281 千円
1. 人件費: 34,057 千円
2. 諸謝金: 3,400 千円
3. 旅費: 2,797 千円
4. 事務費: 6,027 千円
A. 事故調査（トランポリンパーク等での事故）
10,375 千円
生命身体事故等の原因調査等に関する経費
B. 事故調査（スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングによる事故及び健康被害）
3,498 千円
生命身体事故等の原因調査等に関する経費
C. 事故調査（住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故）
2,021 千円
生命身体事故等の原因調査等に関する経費
D. 事故調査（選定前事前調査、その他関連業務）
1,486 千円
生命身体事故等の原因調査等に関する経費

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A 事故調査（トランポリンパーク等での事故）	10,375	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費

支出先名	支出額	法人番号
株式会社フラッグ	9,020	7012401013928

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「トランポリンパーク等での事故」に係る啓発動画制作 一般競争契約（総合評価）	9,020	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人日本規格協会	1,355	9010405010460

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
規格書籍日本語対訳版の製作 随意契約（少額）	1,355	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B 事故調査（スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングによる事故及び健康被害）	3,498	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費

支出先名	支出額	法人番号
社会システム株式会社	2,860	1013201015327

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
スポーツジム等における～規格基準及び資格制度等の調査（日本、米国及びドイツ） 一般競争契約（総合評価）	2,860	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社クラブビジネスジャパン	473	1011001042302

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
スポーツジム等における～事故及び健康被害に関するアンケート調査 随意契約（少額）	473	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社矢野経済研究所	165	3011201005528

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「スポーツジム等におけるパーソナルトレーニング～現状と展望」（ＰＤＦ版）の購入 随意契約（少額）	165	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　事故調査（住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故）	2,021	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費

支出先名	支出額	法人番号
特定非営利活動法人Ｓａｆｅ　Ｋｉｄｓ　Ｊａｐａｎ	520	5010905002878

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
補助錠評価実験における支援業務 随意契約（少額）	520	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
一般社団法人日本サッシ協会	506	9010405010452

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
子どもの転落事故の調査にかかる実験対応ビル用サッシの購入 随意契約（少額）	506	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オカモトヤ	378	1010401006180

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
子どもの転落事故の調査にかかる実験用補助錠他の購入 随意契約（少額）	378	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
有限会社嘉山金型製作所	198	7013402003389

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
補助錠実験用サッシの木枠及び架台製作 随意契約（少額）	198	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社うるるＢＰＯ	192	8010001163300

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
子どもの転落事故に係る事故情報収集及びリスト作成業務 随意契約（少額）	192	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
その他	146	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ニューヨーク市内窓ガード～コーディネート業務　Ｃｏｏｒｄｉｎａｔｉｏｎ　ｆｅｅ　他 随意契約（少額）	146	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
独立行政法人国民生活センター	81	4021005002918

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
センサーシステム、補助錠の評価に係る施設の使用及び使用料（子どもの転落事故の調査） 随意契約（少額）	81	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　事故調査（選定前事前調査、その他関連業務）	1,486	--	生命身体事故等の原因調査等に関する経費

支出先名	支出額	法人番号
個人Ａ	532	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

消費者安全調査委員会の審議資料及び報告書等に用いるイラスト作成作業 随意契約（少額）	532	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社マイナビ	385	3010001029968

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
弁護士等を対象とした求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援 随意契約（少額）	385	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ｂ	185	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
木造立体迷路の木材劣化診断 随意契約（少額）	185	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
キンコーズ・ジャパン株式会社	96	5010401007547

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
動画「幼稚園等のプール活動・水遊びでの溺れ事故を防ぐために」のＤＶＤコピー 随意契約（少額）	96	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人日本規格協会	86	9010405010460

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「家庭用ヒートポンプ～健康被害」事前調査のための規格書籍の購入 随意契約（少額）	86	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号

	ウエストロー・ジャパン株式会社	73	5010001098516			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	判例検索システムの利用 随意契約（少額）	73	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	ソフトバンク株式会社	34	9010401052465			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	携帯電話使用料 随意契約（少額）	34	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	その他	95	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
	その他 随意契約（少額）	95	--	--	--	

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社フラッグ	「トランポリンパーク等での事故」に係る啓発動画制作	雑役務費　その他	「トランポリンパーク等での事故」に係る啓発動画制作	9,020
B	社会システム株式会社	スポーツジム等における～規格基準及び資格制度等の調査（日本、米国及びドイツ）	雑役務費　その他	スポーツジム等における～規格基準及び資格制度等の調査（日本、米国及びドイツ）	2,860
C	特定非営利活動法人Ｓａｆｅ　Ｋｉｄｓ　Ｊａｐａｎ	補助錠評価実験における支援業務	雑役務費その他	補助錠評価実験における支援業務	520
D	個人Ａ	消費者安全調査委員会の審議資料及び報告書等に用いるイラスト作成作業	雑役務費その他	消費者安全調査委員会の審議資料及び報告書等に用いるイラスト作成作業	532

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 消費者安全課				
	作成責任者	阪口理司				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000475	事業開始年度	2010	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（18）食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--		主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	本事業は、食品の安全性に関し、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ことを目的とする。
	現状・課題	消費者庁では従来、消費者の関心が高い食品の安全性をテーマとしたリスクコミュニケーションを実施してきた。 近年では東京電力福島第一原子力発電所の事故を受け、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を重点的に実施しており、消費者庁が実施した風評に関する消費者意識の実態調査では、福島県産食品の購入をためらう人の割合は年々減少している。しかし、一定数の人は福島県食品の購入をためらうことがあると回答しており、また、昨年８月ALPS処理水の海洋放出が開始されたことから、風評被害の抑制のためにも引き続き対応が必要であると考えられる。 また、ゲノム編集技術応用食品や細胞農業等、食へのニーズの多様化等を背景として、これまで流通していなかった新たな食品の開発が行われる中、これらの食品を含む衛生規格・基準に対する消費者等の理解の増進や信頼の構築の重要性が増加している。令和6年度に厚生労働省から消費者庁に食品衛生基準行政が移管されたことを契機として、衛生規格・基準への理解増進・信頼構築に向けたリスクコミュニケーションを進める必要がある。
	事業の概要	・食品の安全性に関し、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。 ・緊急の対応が必要な場合には、「消費者安全の確保に関する関係府省緊急時対応要綱」に定める手順に基づき、関係省庁が相互に十分な連絡及び連携を図り、迅速かつ的確に対応する。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/food_safety/food_safety_portal/safety_system/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品安全基本法第21条第1項の規定に基づく基本的事項等	--	--	--	--
	食品安全基本法	平成十五年法律第四十八号	第十三条	1	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月15日閣議決定）	--
	第５章１（１）④	--
	消費者基本計画工程表（令和３年６月15日改定）	--
	Ⅰ（１）④アエオ	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	96,000	90,900	110,000	131,538
当初予算	41,000	62,900	71,000	70,239	--
補正予算	--	--	93,000	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	85,988	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	41,000	62,900	164,000	156,227	0
執行額	39,000	50,000	63,907	--	--
執行率	95.1%	79.5%	39%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	61,433	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	44,284	99,907
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	18,519	21,329
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	3,752	5,934
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	2,460	2,460
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	1,224	1,908
前年度から繰越し --	--	85,988	--

主な増減理由	消費者庁では従前、東京電力福島第一原子力発電所の事故を受け、主催又は地方公共団体等と連携し、食品中の放射線物質に関するリスクコミュニケーションを重点的に実施。昨年８月にALPS処理水の海洋放出が開始される中、日本産の農林水産物等の安全性に関し、科学的知見に基づくリスクコミュニケーションを実施する重要性は引き続き高い。 他方、PFASに関し、諸外国において飲料水目標値等の策定が進められ、我が国でも食品安全委員会による健康影響評価が行われている。加えて、近年、ゲノム編集技術応用食品や細胞農業等、食へのニーズの多様化等を背景として、これまで流通していなかった新たな食品の開発が行われる中、これらに対する消費者等の理解の増進や信頼の構築の重要性が増加。 ついては、リスクコミュニケーションのテーマを拡充することとし、それに要する経費を要求。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり

アクティビティからの発現経路 1-1-11-12-13

アクティビティ	消費者等を対象に、双方向の意見交換会や正確な情報提供（啓発資材の作成・提供等）を行う。特に、食品中の放射性物質のテーマを重点的に行う。			
アウトプット	活動目標	意見交換会等の実施	活動指標	意見交換会等の参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	8,000	12,500	20,000	16,000
	活動実績／成果実績(人)	12,712	16,044	18,263	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本活動の目標は、消費者が自らの判断により適切な消費行動が行えるよう、食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組み、特に放射性物資に関するリスクコミュニケーションに関して、東京電力福島第一原子力発電所事故に係る風評影響を抑制することである。実施に当たっては、食品中の放射性物質を始めとする食品の安全性に関する消費者の不安に対し、消費者が正確な情報に接し、理解を深め、消費行動につなげることができるよう啓発を行う意見交換会等を関係府省と連携して実施している。そこで、意見交換会参加者のアンケート結果から見る参加者理解度を短期アウトカムとして設定した。 なお、令和５年度には、首都圏の飲食店において被災地の食材を使用した特別メニューを提供するともに、被災地産品の安全性についてのリーフレットを配布した。飲食店に来店した者のうち、何名が当該食材を喫食したのか集計が困難であり、データの継続を鑑みて活動実績として計上していないが、提供期間中、来店者は計28,243名であった。

短期アウトカム				
成果目標	意見交換等における参加者のアンケートの結果から見る参加者の理解度向上	成果指標	意見交換会等の会場で実施したアンケートで、内容の理解度を問う質問に対し、「1.分かった」「2.どちらかといえば分かった」「3.どちらかといえば分からなかった」「4.分からなかった」の4択のうち、1・2を回答した人の割合
定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	リスクコミュニケーション会場のアンケート結果（非公表）
定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	93.2	92.8	96.9	--
	達成率(%)	116.5	116	121.1	--

後続アウトカムへのつながり	食品中に含まれる放射性物質のリスクコミュニケーションの実施を通じて、参加者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深めることにより、消費者の意識が変化し、消費者が実際に食品を購入する際に、被災地産の食品であるからという理由で購入を控える人が減少すると考えられる。したがって、リスクコミュニケーションの実施に基づいた消費者の行動変化を測る指標として、福島県産食品の購入をためらう人の割合を中期アウトカムとして設定した。

中期アウトカム				
	成果目標	福島県産食品の購入をためらう人の割合の減少	成果指標	福島県産食品の購入をためらう人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	風評に関する消費者意識の実態調査（第17回）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績					
	2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
当初見込み／目標値(%)	8.1	6.5	5.8	4.9
活動実績／成果実績(%)	6.5	5.8	4.9	--
達成率(%)	124.6	112.1	118.4	--

後続アウトカムへのつながり	消費者の関心が高いと考えれる食品中の放射性物質のリスクコミュニケーションを推進することにより、消費者が食品中に含まれる放射性物質のリスクに関して理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるようになり、ひいては、その他の様々な食品のリスクについても理解を深め、自ら判断し、行動ができるようになると考えられる。したがって、消費者が自らの判断により行動が行えることを長期アウトカムとして設定した。

長期アウトカム				
	成果目標	消費者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるようになる。	成果指標	消費者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を深め、自らの判断により消費行動が行えるようになる。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者庁では関係府省庁と連携し、一般消費者及び大学生を対象とした意見交換会、子育て世代等向けの情報発信、被災地の食品の安全性及び魅力発信に係るイベント等、食品中の放射性物質を中心に、消費者の関心が高いテーマ（健康食品、食品安全全般）で食品安全に関するリスクコミュニケーションを実施しており（令和5年度は192回）、消費者が様々な食品のリスクについて理解を深め、自ら判断し、行動できるようになるための場を提供している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	食品安全全般に関するリスクコミュニケーションに基づいた消費行動の変化を一律の指標で測ることは困難であるため	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		
	2024年度
当初見込み／目標値	--
活動実績／成果実績	--
達成率(%)	--

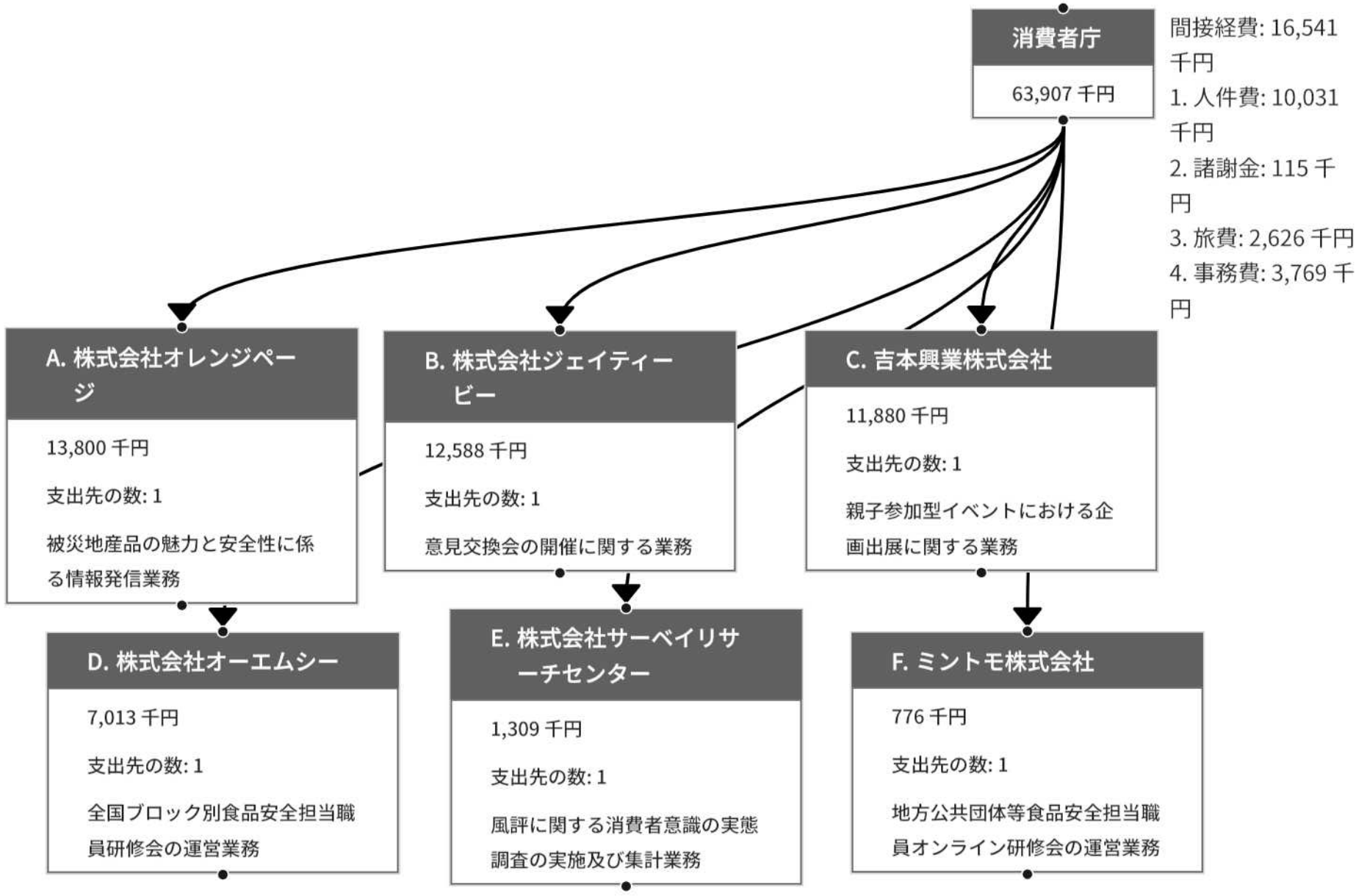
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/
	該当箇所	Ⅰ－15

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	アクティビティ１について、意見交換会への参加者数は増加傾向である。意見交換会参加者の理解度についても、実績値は前年度と比べ増加している。また、福島県産食品の購入をためらう人も割合も年々減少しており、食品中の放射性物質に関する消費者の理解が深まっているといえる。引き続き食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組む。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	アクティビティ１について、目標年度に向け引き続き取り組む。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	競争性のある調達を行っているものの、一社応札が目立っている。より多くの応札者を見込むため、仕様書に業務内容の記載を明確にするなど、より競争性を高める工夫を検討いただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
63,907 千円
間接経費: 16,541 千円
1. 人件費: 10,031 千円
2. 諸謝金: 115 千円
3. 旅費: 2,626 千円
4. 事務費: 3,769 千円
A. 株式会社オレンジページ
13,800 千円
支出先の数: 1
被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務
B. 株式会社ジェイティービー
12,588 千円
支出先の数: 1
意見交換会の開催に関する業務
C. 吉本興業株式会社
11,880 千円
支出先の数: 1
親子参加型イベントにおける企画出展に関する業務
D. 株式会社オーエムシー
7,013 千円
支出先の数: 1
全国ブロック別食品安全担当職員研修会の運営業務
E. 株式会社サーベイリサーチセンター
1,309 千円
支出先の数: 1
風評に関する消費者意識の実態調査の実施及び集計業務
F. ミントモ株式会社
776 千円
支出先の数: 1
地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社オレンジページ	13,800	1	被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オレンジページ	13,800	9011101034118

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務 一般競争契約（総合評価）	13,800	3	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社ジェイティービー	12,588	1	意見交換会の開催に関する業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ジェイティービー	12,588	8010701012863

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者庁が全国において開催する食品安全に関するリスクコミュニケーションのうち、意見交換会の開催に関する業務 一般競争契約（最低価格）	12,588	2	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　吉本興業株式会社	11,880	1	親子参加型イベントにおける企画出展に関する業務

支出先名	支出額	法人番号
吉本興業株式会社	11,880	2120001126730

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
親子参加型イベントにおける食品の安全等に係る消費者啓発のための企画出展に関する業務 一般競争契約（総合評価）	11,880	5	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

D　株式会社オーエムシー	7,013	1	全国ブロック別食品安全担当職員研修会の運営業務	

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オーエムシー	7,013	9011101039249

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
全国ブロック別食品安全担当職員研修会(食と放射能関係)の運営業務 一般競争契約（最低価格）	7,013	3	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　株式会社サーベイリサーチセンター	1,309	1	風評に関する消費者意識の実態調査の実施及び集計業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社サーベイリサーチセンター	1,309	6011501006529

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
風評に関する消費者意識の実態調査（第17回）の実施及び集計業務 一般競争契約（最低価格）	1,309	1	--	－

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　ミントモ株式会社	776	1	地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務

支出先名	支出額	法人番号
ミントモ株式会社	776	2010801022578

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務 随意契約（少額）	776	--	--	－

費目・使途（単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	株式会社オレンジページ	被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務	雑役務費　その他	被災地産品の魅力と安全性に係る情報発信業務	13,780
	B	株式会社ジェイティービー	消費者庁が全国において開催する食品安全に関するリスクコミュニケーションのうち、意見交換会の開催に関する業務	雑役務費　その他	消費者庁が全国において開催する食品安全に関するリスクコミュニケーションのうち、意見交換会の開催に関する業務	12,588
	C	吉本興業株式会社	親子参加型イベントにおける食品の安全等に係る消費者啓発のための企画出展に関する業務	雑役務費　その他	親子参加型イベントにおける食品安全等に係る消費者啓発のための企画出展に関する業務	11,880
	D	株式会社オーエムシー	全国ブロック別食品安全担当職員研修会(食と放射能関係)の運営業務	雑役務費　その他	全国ブロック別食品安全担当職員研修会(食と放射能関係)の運営業務	7,013
	E	株式会社サーベイリサーチセンター	風評に関する消費者意識の実態調査（第17回）の実施及び集計業務	雑役務費　その他	風評に関する消費者意識の実態調査（第17回）の実施及び集計業務	1,309
	F	ミントモ株式会社	地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務	雑役務費　その他	地方公共団体等食品安全担当職員オンライン研修会の運営業務	776

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

インターネット通信販売等適正化事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	取引対策課			
	作成責任者	伊藤正雄				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000477	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（19）インターネット通信販売等適正化事業		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	特定商取引を公正にし、及び購入者等が受ける可能性のある損害を防止するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査及び執行のための基礎的、かつ、重要な資料作成を行うことを目的とする。				
	現状・課題	インターネット等を利用した通信販売について、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的、効率的に対応するため、本事業において特定商取引法の遵守状況を調査し、違反と特定された事例に対して、法と証拠に基づき厳正かつ適切に対処している。ネット通販事業者の販売手法が複雑化している中で、より個別性の高い誘引・広告手法が用いられるなど、調査・検証の困難度が増している。				
	事業の概要	特定商取引法の違反事業者に対する行政指導や行政処分等の要否を検討するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査業務の一部を外部に委託する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	特定商取引に関する法律	昭和五十一年法律第五十七号	第十一条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月15日改訂）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	消費者基本計画工程表（令和５年６月13日改訂）　重点項目２	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	88,000	83,000	51,000	58,000
当初予算	82,000	83,000	51,000	51,072	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	82,000	83,000	51,000	51,072	0
執行額	71,000	51,000	51,072	--	--
執行率	86.6%	61.4%	100.1%	--	--

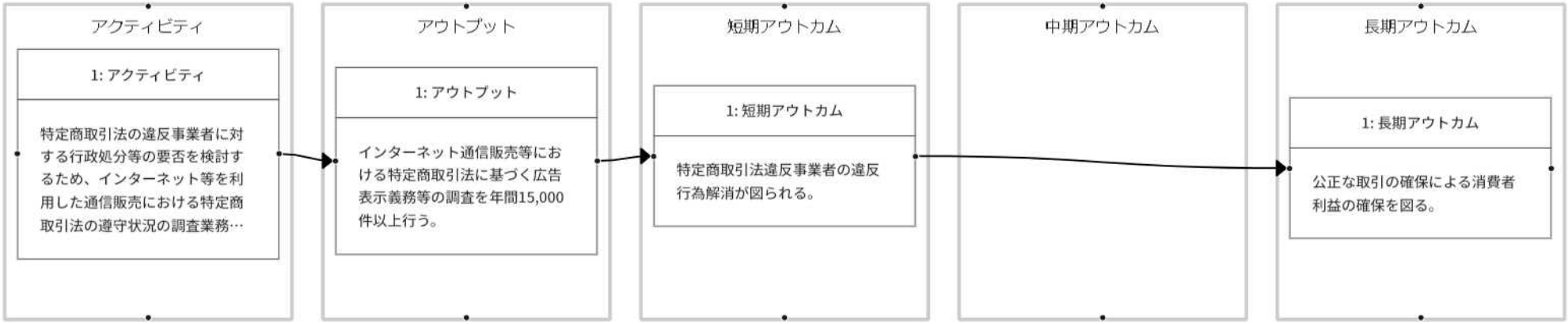
予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
一般会計	一般会計	--	0	--	
	予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
	当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	51,072	58,000

主な増減理由	--	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	特定商取引法の違反事業者に対する行政処分等の要否を検討するため、インターネット等を利用した通信販売における特定商取引法の遵守状況の調査業務の一部を外部に委託する。			
アウトプット	活動目標	インターネット通信販売等における特定商取引法に基づく広告表示義務等の調査を年間15,000件以上行う。	活動指標	インターネット通信販売等適正化事業の調査業務委託先による特定商取引法に基づく総調査数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	15,000	15,000	15,000	15,000
	活動実績／成果実績(件)	15,234	18,335	15,052	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	総調査数のうち特定商取引法違反のおそれがある事例（令和5年度報告数：3,215件）について委託業者から報告を受けた後、消費者庁において同法の違反の該当性について適正な調査を行い、注意喚起等必要な措置を検討、実施。

短期アウトカム	成果目標	特定商取引法違反事業者の違反行為解消が図られる。	成果指標	調査業務委託先からの報告を基に、消費者庁から販売事業者等に対して行った注意喚起
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	1,340	668	1,552	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	調査結果を基に実施した注意喚起により事業者の違反行為の解消が図られることを期待。

長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	公正な取引の確保による消費者利益の確保の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

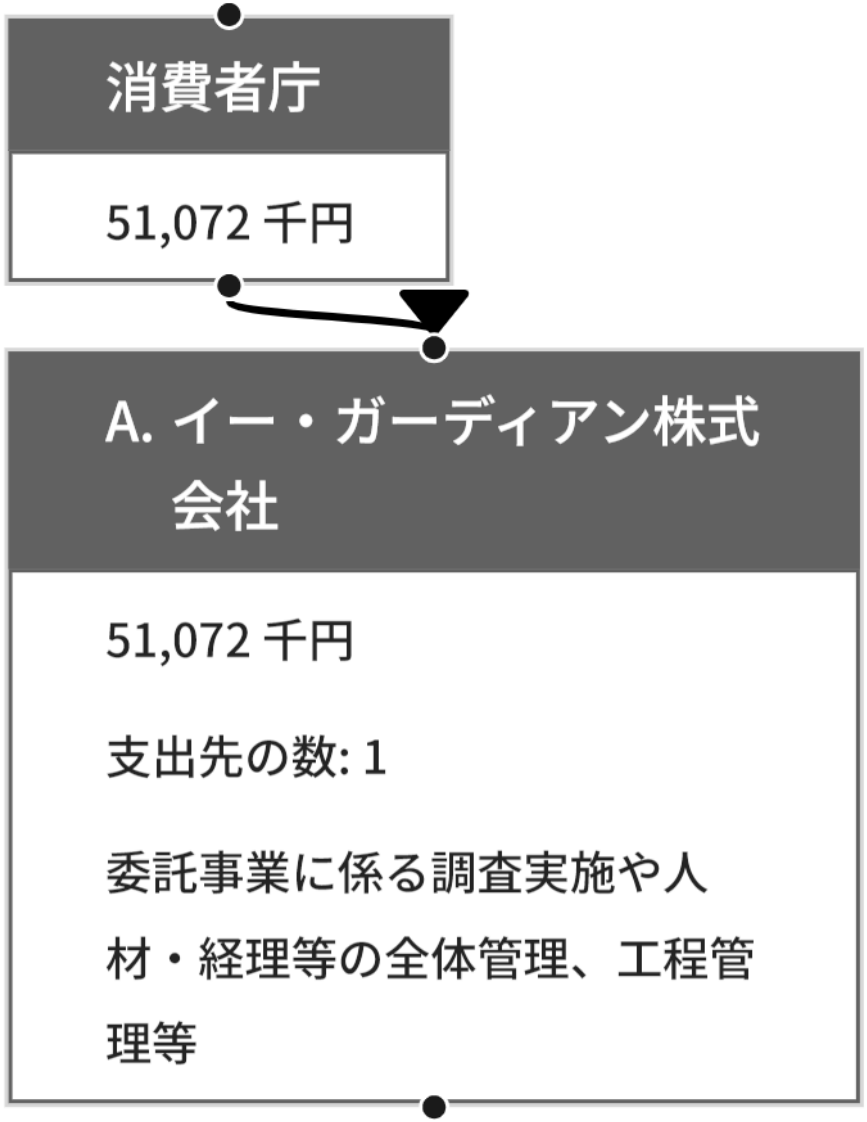
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和５年度は、インターネット通信販売等の広告表示等について15,052件のモニタリング調査を行い、委託事業からの報告を受けて消費者庁は、特定商取引法に基づき、通信販売事業者に対して、外部委託による調達も有効に活用しながら、国として1,552件の注意喚起（前年度668件）を行った。この結果、インターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の拡大を適切に防止することができた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	短期アウトカムの注意喚起については年度の目標数を設定しているわけではないが、注意喚起によりインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の拡大を適切に防止することができた。		
	改善の方向性	引き続き、インターネット通信販売等について必要な調査を行い、特定商取引法の厳正な執行によるインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の防止を図る。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	予算執行率については改善が図られ、特定商取引法違反に係る注意喚起件数も増加しているところ、引き続きアウトカムに資する効果的、効率的は予算執行に努められたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、インターネット通信販売等について必要な調査を行い、特定商取引法の厳正な執行によるインターネット通信販売等における取引の適正化を通じて消費者被害の防止に務める。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
51,072 千円
A. イー・ガーディアン株式会社
51,072 千円
支出先の数: 1
委託事業に係る調査実施や人材・経理等の全体管理、工程管理等

支出先上位者リスト（単位：千円）

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A	イー・ガーディアン株式会社	51,072	1	委託事業に係る調査実施や人材・経理等の全体管理、工程管理等

支出先名	支出額	法人番号
イー・ガーディアン東北株式会社	47,491	7370001021927

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
インターネット通信販売等適正化事業の業務に係る再委託 その他(再委託)	47,491	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
イー・ガーディアン株式会社	3,581	2010401066249

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
インターネット通信販売等適正化事業 一般競争契約（総合評価）	3,581	2	--	--

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	イー・ガーディアン東北株式会社	インターネット通信販売等適正化事業の業務に係る再委託	委託調査費	（再委託）特定商取引法の広告表示義務の遵守状況等に係る調査・分析	47,491

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者取引の対策

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	取引対策課			
	作成責任者	伊藤正雄				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000478	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（20）消費者取引の対策	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	特定商取引法及び預託法を適切に執行し、訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等の規制対象取引に係る法違反行為に厳正かつ適切に対処することにより、取引の公正の確保及び消費者被害の防止を図る。
	現状・課題	訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等について、高齢化の進展や悪質事業者の手口の巧妙化・複雑化等に効果的、効率的に対応するため、本事業において違反と特定された事例に対して、特定商取引法及び預託法に基づき厳正かつ適切に対処している。
	事業の概要	消費者を取り巻く商取引の形態や手法の変化を的確に捉え、消費者被害の発生を防止するための方策を検討する調査等を行う。また、特定商取引法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(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。
	事業概要URL	https://www.no-trouble.caa.go.jp/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	特定商取引に関する法律	昭和五十一年法律第五十七号	--	--	--
	預託等取引に関する法律	昭和六十一年法律第六十二号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月15日改訂）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	消費者基本計画工程表（令和５年６月１３日改訂）　重点項目２	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	123,268	146,295	169,063	197,719
当初予算	147,367	158,029	179,640	167,997	--
補正予算	--	35,000	34,632	--	--
前年度から繰越し	27,000	--	35,000	34,632	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	174,367	193,029	249,272	202,629	0
執行額	114,000	124,000	187,884	--	--
執行率	65.4%	64.2%	75.4%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

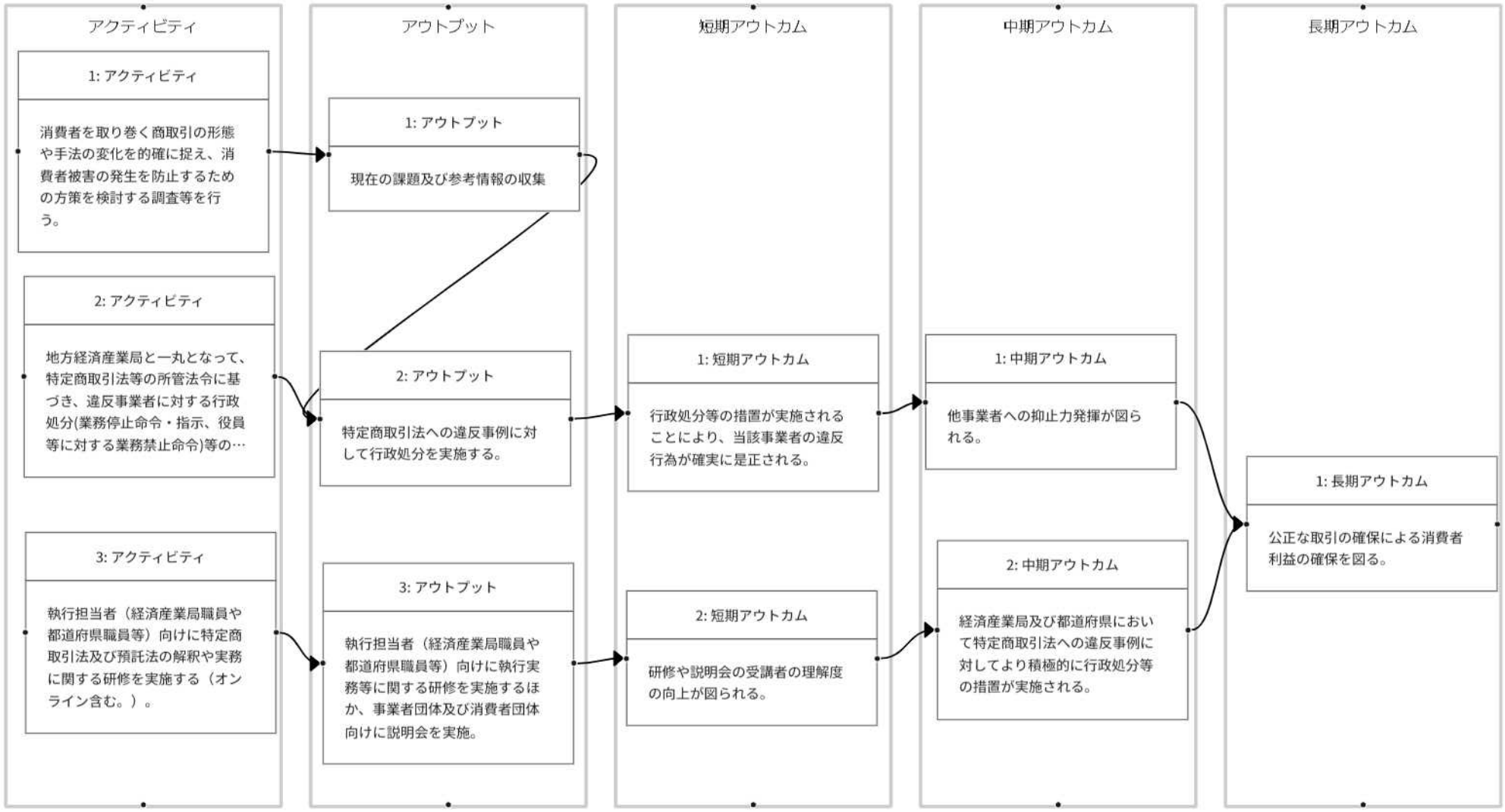
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	45,000	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	114,725	109,402
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	38,592	72,548
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	8,666	10,032
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	5,002	5,011
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	1,012	726
前年度から繰越し --	--	34,632	--

主な増減理由	社会のデジタル化が急速に進展しつつある現代社会において、消費者を取り巻く商取引の形態や手法等の変化を的確に捉えて、消費者の利便性を確保しつつ、同時に消費者被害の発生を防止するための方策を検討していく必要があるため取引実態の調査を行い、特定商取引法等における執行や企画・立案の参考とするため、新規に調査費を要求。 また、特定商取引法等に規定されている販売業者等が契約締結時等に交付する契約書面等の電磁的方法による提供について課題を収集し、制度の改善を検討するため、合わせて調査費を要求。	その他特記事項	デジタル化の進展による商取引の形態や手法等の変化を踏まえ、令和５年９月に、「デジタル班」を設置し、法改正も踏まえ、行政処分等の事務処理を迅速化することで、通販に関する執行強化を図った。 また、令和５年度予算より、特定商取引法の関連で５件の調査を実施し、政府による規制の状況や事業者等の自主的な取組、一律の行為規制による影響の把握方法など様々なエビデンスを幅広く収集し、デジタル化時代における消費者取引対策に活用することとしている。

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-2-1-1-1

アクティビティ	消費者を取り巻く商取引の形態や手法の変化を的確に捉え、消費者被害の発生を防止するための方策を検討する調査等を行う。			
アウトプット	活動目標	現在の課題及び参考情報の収集	活動指標	収集した情報の執行への活用度合い
	定性的なアウトカムに関する成果実績	委託調査で得た情報を執行担当者の知見を広げる形で活用	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	現在の課題及び参考情報の収集により得られた知見を執行に活用することにより違反事例に対する行政処分等の措置を適切に実施。

アウトプット	活動目標	特定商取引法への違反事例に対して行政処分を実施する。	活動指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	41	34	95	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	違反事業者に対して行政処分等の措置を実施することにより、措置の対象となった違反行為の確実な是正が図られる。

短期アウトカム	成果目標	行政処分等の措置が実施されることにより、当該事業者の違反行為が確実に是正される。	成果指標	違反行為の解消
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分等の措置を実施した結果、違反行為が是正された。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	違反行為の解消は事件ごとに様々であり、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	特定商取引法に基づき実施した個別事案の行政処分について消費者庁ホームページ等において公表する。

中期アウトカム	成果目標	他事業者への抑止力発揮が図られる。	成果指標	抑止効果による消費者被害の未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	抑止効果による消費者被害の未然防止が図られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	抑止効果によってどの程度、消費者被害防止につながったか、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	他事業者への抑止効果によって、消費者被害が防止されると、公正な取引が確保される。

長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-1-1-1

アクティビティ	地方経済産業局と一丸となって、特定商取引法等の所管法令に基づき、違反事業者に対する行政処分(業務停止命令・指示、役員等に対する業務禁止命令)等の措置を厳正かつ適切に行う。			
アウトプット	活動目標	特定商取引法への違反事例に対して行政処分を実施する。	活動指標	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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	41	34	95	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	違反事業者に対して行政処分等の措置を実施することにより、措置の対象となった違反行為の確実な是正が図られる。

短期アウトカム				
	成果目標	行政処分等の措置が実施されることにより、当該事業者の違反行為が確実に是正される。	成果指標	違反行為の解消
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分等の措置を実施した結果、違反行為が是正された。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	違反行為の解消は事件ごとに様々であり、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	特定商取引法に基づき実施した個別事案の行政処分について消費者庁ホームページ等において公表する。

中期アウトカム	成果目標	他事業者への抑止力発揮が図られる。	成果指標	抑止効果による消費者被害の未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	抑止効果による消費者被害の未然防止が図られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	抑止効果によってどの程度、消費者被害防止につながったか、定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	他事業者への抑止効果によって、消費者被害が防止されると、公正な取引が確保される。

長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-3-2-2-1

アクティビティ	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）向けに特定商取引法及び預託法の解釈や実務に関する研修を実施する（オンライン含む。）。			
アウトプット	活動目標	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）向けに執行実務等に関する研修を実施するほか、事業者団体及び消費者団体向けに説明会を実施。	活動指標	研修の受講者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(人)	--	300
活動実績／成果実績(人)	751	--

後続アウトカムへのつながり	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）の特定商取引法及び預託法の法解釈や執行技術に関する理解を深める。

短期アウトカム	成果目標	研修や説明会の受講者の理解度の向上が図られる。	成果指標	研修や説明会の受講者の内容の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	目標年度 2024年度
当初見込み／目標値(%)	80
活動実績／成果実績(%)	--
達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	執行担当者（経済産業局職員や都道府県職員等）において特定商取引法等に基づく執行の強化が図られる。

中期アウトカム	成果目標	経済産業局及び都道府県において特定商取引法への違反事例に対してより積極的に行政処分等の措置が実施される。	成果指標	地方経済産業局及び都道府県による特定商取引法に基づく行政処分件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	49	70	47	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	経済産業局及び都道府県において特定商取引法への違反事例に対してより積極的に行政処分等の措置が実施されると、違反行為が解消されて公正な取引が確保される。

長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

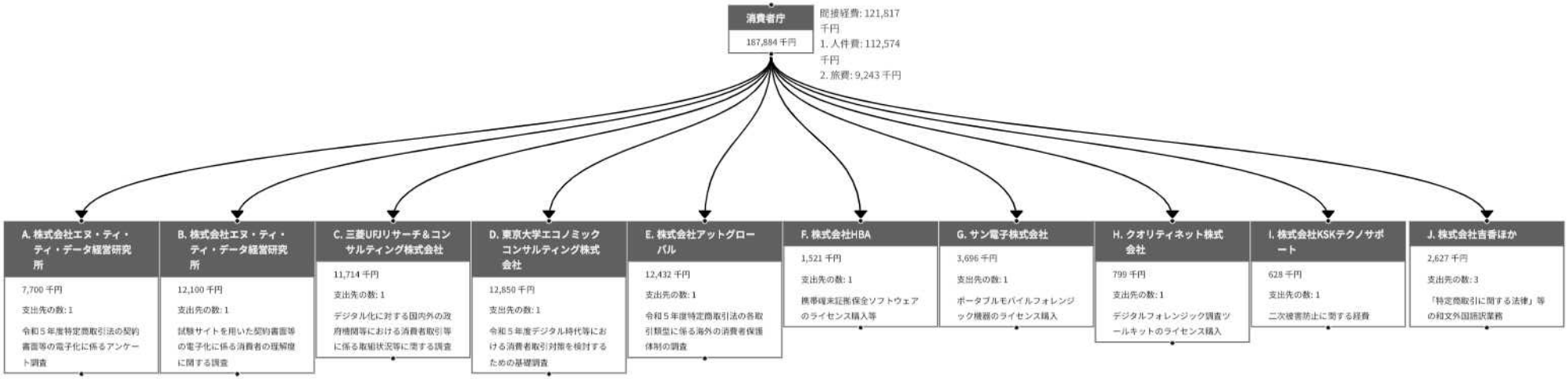
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和５年度は、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、効率的に対応するため、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、令和５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95件の行政処分を行い、消費者被害を効果的に防止することができた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	3-3-2-2-1の中期アウトカムの実績である行政処分については年度の目標数を設定しているわけではないが、地方経済産業局や都道府県による特定商取引法の行政処分により消費者被害を効果的に防止することができた。		
	改善の方向性	引き続き、特定商取引法や預託法等の所管法令を厳正かつ適切に執行し、悪質事業者による消費者被害の防止を図る。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2024
	対象の理由	定性的な成果指標を設定した事業		
	所見	①特定分野のトラブルに対する対策として特殊な技術の習得を必要とする分野かと思われたが、むしろ際限なく現れる最新のトラブルの実態をいち早く察知した職員が力を発揮する事業分野であり、事業費の大部分を人件費が占めることの意味もそこにあると理解した。事業の持つ特殊性を踏まえて、最新情報の取得、職員に対する研修に重点をおいた事業展開を推し進めていただきたい。 ②行政処分の積極化と抑止効果の関係は一般論としてつながっているとはいえるが、因果が複雑なので指標にしにくいのはそのとおりである。その上で、処分件数が増えればその分抑止効果が低いのではないか、という指摘がなされ得るので、こういった関係を表現するのは難しい。発覚率への言及ができるのであれば、多少の説明が可能であると思うが、暗数それ自体が表現できないのでやはり困難と思われる。サンクションの重さも重要な要因であり、立法上の課題であると思われる。 ③デジタル化の進展による商取引の形態や手法等の変化を踏まえ、新たな組織（デジタル班）の設置等、本事業で記載されている主なアクティビティに加えた多面的な取組が行われていることが議論の過程で理解できた。これらは重要な情報であり、行政事業レビューシートにおいても、多面的な取組を、「その他特記事項」で補足する等、透明性を高める工夫も必要ではないか。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札（総合評価）における一者応札解消のため、仕様書や技術等評価項目の見直し、業務の実施期間を十分に確保するなど複数の応札者が見込めるよう検討されたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	①現状通り、職員に対する研修を実施し、端緒情報の取得に関する内容を含め、法解釈や執行技術の向上に努める。 ②現状通り、所管法令と証拠に基づき、悪質事業者に対して厳正かつ適正な執行を行い、消費者被害の防止を図る。 ③御指摘を踏まえ、「その他特記事項」欄で補足を行った。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
187,884 千円
間接経費: 121,817 千円
1. 人件費: 112,574 千円
2. 旅費: 9,243 千円
A. 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
7,700 千円
支出先の数: 1
令和５年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査
B. 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
12,100 千円
支出先の数: 1
試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査
C. 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社
11,714 千円
支出先の数: 1
デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査
D. 東京大学エコノミックコンサルティング株式会社
12,850 千円
支出先の数: 1
令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査
E. 株式会社アットグローバル
12,432 千円
支出先の数: 1
令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査
F. 株式会社HBA
1,521 千円
支出先の数: 1
携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等
G. サン電子株式会社
3,696 千円
支出先の数: 1
ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入
H. クオリティネット株式会社
799 千円
支出先の数: 1
デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入
I. 株式会社KSKテクノサポート
628 千円
支出先の数: 1
二次被害防止に関する経費
J. 株式会社吉香ほか
2,627 千円
支出先の数: 3
「特定商取引に関する法律」等の和文外国語訳業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	7,700	1	令和５年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	7,700	1010001143390

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査 一般競争契約（総合評価）	7,700	3	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	12,100	1	試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	12,100	1010001143390

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査 一般競争契約（総合評価）	12,100	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社	11,714	1	デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査

支出先名	支出額	法人番号
三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	11,714	3010401011971

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査 一般競争契約（総合評価）	11,714	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

D	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	1	令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査	

支出先名	支出額	法人番号
東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	8010001211397

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査 一般競争契約（総合評価）	12,850	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E 株式会社アットグローバル	12,432	1	令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アットグローバル	12,432	3010501025764

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査 一般競争契約（総合評価）	12,432	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F 株式会社HBA	1,521	1	携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＨＢＡ	1,521	8430001022439

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等 一般競争契約（最低価格）	1,521	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G サン電子株式会社	3,696	1	ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入

支出先名	支出額	法人番号
サン電子株式会社	3,696	5180001087444

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入 一般競争契約（最低価格）	3,696	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
H　クオリティネット株式会社	799	1	デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入

支出先名	支出額	法人番号
クオリティネット株式会社	799	7011101029722

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入 随意契約（その他）	799	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
I　株式会社KSKテクノサポート	628	1	二次被害防止に関する経費

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＫＳＫテクノサポート	628	8013401002465

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
二次被害防止に関する経費 随意契約（少額）	628	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
J　株式会社吉香ほか	2,627	3	「特定商取引に関する法律」等の和文外国語訳業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社吉香	1,428	5010001031682

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

「特定商取引に関する法律」の和文外国語訳業務 随意契約（少額）	1,428	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社インターグループ	878	8120001060882

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「特定商取引に関する法律施行規則」に係る和文英訳業務 随意契約（少額）	878	0	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社十印	321	3010401048213

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「特定商取引に関する法律」の和文中国語訳業務 随意契約（少額）	321	0	--	--

費目・使途（単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	令和５年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査	委託費	令和５年度特定商取引法の契約書面等の電子化に係るアンケート調査	7,700
	B	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査	委託費	試験サイトを用いた契約書面等の電子化に係る消費者の理解度に関する調査	12,100
	C	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査	委託費	デジタル化に対する国内外の政府機関等における消費者取引等に係る取組状況等に関する調査	11,714
	D	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査	委託費	令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査	12,850
	E	株式会社アットグローバル	令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査	委託費	令和５年度特定商取引法の各取引類型に係る海外の消費者保護体制の調査	12,432
	F	株式会社ＨＢＡ	携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等	備品等	携帯端末証拠保全ソフトウェアのライセンス購入等	1,521
	G	サン電子株式会社	ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入	備品等	ポータブルモバイルフォレンジック機器のライセンス購入	3,696
	H	クオリティネット株式会社	デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入	備品等	デジタルフォレンジック調査ツールキットのライセンス購入	799
	I	株式会社ＫＳＫテクノサポート	二次被害防止に関する経費	委託費	二次被害防止に関する経費	628
	J	株式会社吉香	「特定商取引に関する法律」の和文外国語訳業務	委託費	「特定商取引に関する法律」の和文韓国語訳業務	482
	--	--	--	委託費	「特定商取引法施行令」の和文英訳業務	325
	--	--	--	委託費	「預託等取引に関する法律」等の和文英訳業務	526
	--	--	--	委託費	「特定商取引法施行令」の和文英訳業務に係る契約変更に伴う負担行為増	95

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

取引デジタルプラットフォームにおける消費者利益保護等推進事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 取引対策課 | 取引デジタルプラットフォーム消費者保護室				
	作成責任者	落合英紀				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	005581	事業開始年度	2022	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（21）取引デジタルプラットフォーム（DPF）における消費者利益保護等推進事業		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	本事業は、取引デジタルプラットフォーム（以下「取引ＤＰＦ」という。）を利用して行われる通信販売に係る取引の適正化及び紛争の解決の促進に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者（以下「取引ＤＰＦ提供者」という。）の協力を確保し、もって取引ＤＰＦを利用する消費者に係る消費者被害の減少を目的とするものである。				
	現状・課題	令和４年５月に施行された取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律（以下「法」という。）に基づき、取引ＤＰＦ提供者には法第３条第１項に基づく取組、同条第２項に基づく当該取組状況の開示の実施を促す必要がある。また、消費者が取引を行う際に取引ＤＰＦ提供者による取組の開示の状況等を参照して、より積極的な取組を行っている取引ＤＰＦ提供者が提供する取引ＤＰＦの選択を可能とする必要がある。				
	事業の概要	本事業は、取引ＤＰＦ提供者による法第３条第１項及び第２項に基づく取組を促進する観点から、法の運用状況に関する調査等を実施する。運用状況については、取引ＤＰＦ提供者を構成員とする団体、消費者団体、関係行政機関等から構成される取引デジタルプラットフォーム官民協議会（以下「官民協議会」という。官民協議会の事務局は消費者庁。）において審議する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/digital_platform/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律第３条第１項及び第２項並びに第５条、第６条、第７条	令和３年法律第32号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	・消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改定） 第５章 ３．（２） ①	--
	・消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定、令和６年６月14日改定）重点項目12	--

実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2022	2023	2024	2025
要求額	--	115,000	110,779	107,376
当初予算	120,000	115,000	110,918	--
補正予算	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--
計	120,000	115,000	110,918	0
執行額	88,000	63,386	--	--
執行率	73.3%	55.1%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

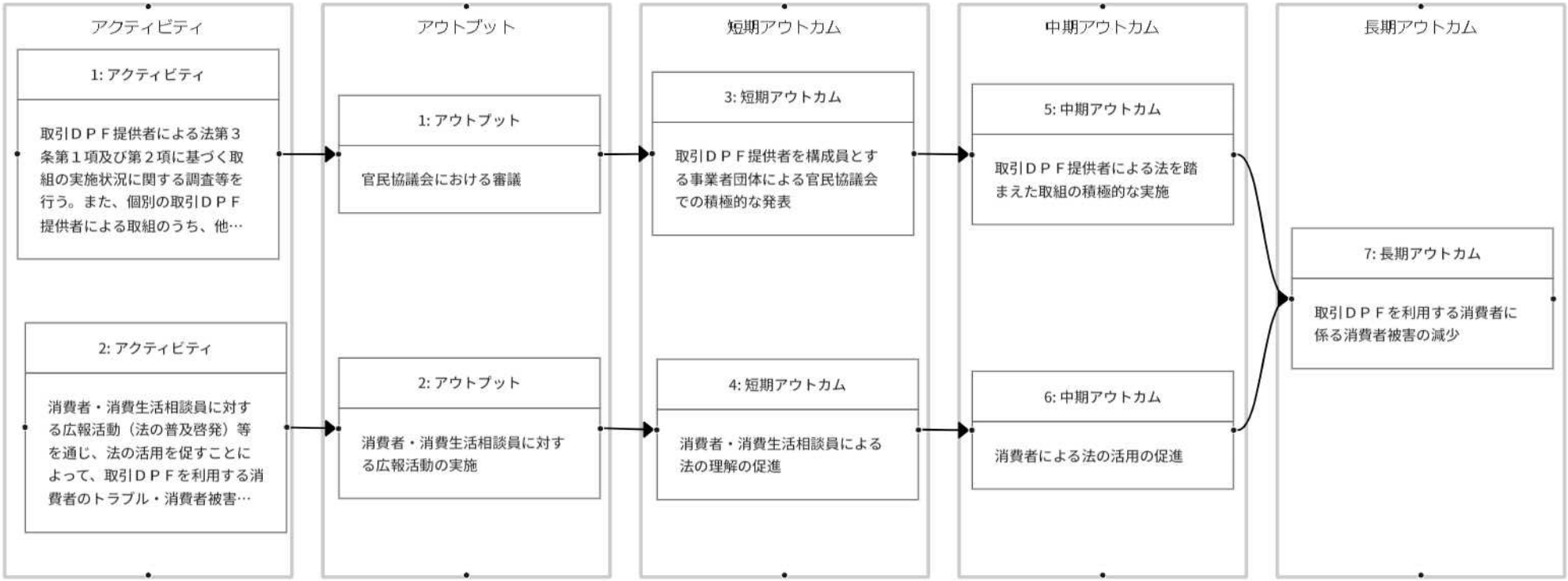
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	6,824	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 消費者政策費　諸謝金	--	520	520
当初予算 消費者政策費　職員旅費	--	2,037	2,037
当初予算 消費者政策費　非常勤職員手当	--	12,346	12,312
当初予算 消費者政策費　消費者政策調査費	--	96,015	92,507

主な増減理由	前年度限りの経費（印刷製本費）の削減等の見直しを行ったため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-3-5-7

アクティビティ	取引ＤＰＦ提供者による法第３条第１項及び第２項に基づく取組の実施状況に関する調査等を行う。また、個別の取引ＤＰＦ提供者による取組のうち、他の取引ＤＰＦ提供者が参照して行うことが期待される取組（望ましい取組）の実施状況については、取引ＤＰＦ提供者自身による積極的な公表を促す。 これらの取組の状況については、定期的に官民協議会において審議する。

アウトプット				
	活動目標	官民協議会における審議	活動指標	官民協議会の開催回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	2	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会においては、事業者団体、消費者団体、関係行政機関等が参加して公開で開催されるところ、この場において取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体が発表することによって取引ＤＰＦ提供者による積極的な取組につなげる。

短期アウトカム				
	成果目標	取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体による官民協議会での積極的な発表	成果指標	官民協議会で発表を実施した取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(者)	7	7	--
	活動実績／成果実績(者)	6	5	--
	達成率(%)	85.7	71.4	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会における取引ＤＰＦ提供者を構成員とする事業者団体による積極的な発表及び他の構成員との意見交換等も通じ、取引ＤＰＦ提供者による法を踏まえた取組の状況の自主的な開示につなげる。

中期アウトカム	成果目標	取引ＤＰＦ提供者による法を踏まえた取組の積極的な実施	成果指標	法第３条第２項に基づき取組を開示している取引ＤＰＦ提供者の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(者)	7	14	--
	活動実績／成果実績(者)	13	13	--
	達成率(%)	185.7	92.9	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	法に基づく取組を行い、その状況を開示する取引ＤＰＦ提供者が運営する取引ＤＰＦを消費者が取引の際に選択することによって、消費者被害の減少につなげる。

長期アウトカム	成果目標	取引ＤＰＦを利用する消費者に係る消費者被害の減少	成果指標	PIO-NETにおける取引ＤＰＦに関する相談件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	PIO-NETの相談件数のうち、「他業者区分」に「04．プラットフォーマー」が登録されている相談件数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	33,196	34,985	--
	達成率(%)	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-4-6-7

アクティビティ	消費者・消費生活相談員に対する広報活動（法の普及啓発）等を通じ、法の活用を促すことによって、取引ＤＰＦを利用する消費者のトラブル・消費者被害の減少を図る。

アウトプット	活動目標	消費者・消費生活相談員に対する広報活動の実施	活動指標	消費生活相談員等向けの研修会の開催回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2022年度	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(回)	1	2	2
活動実績／成果実績(回)	2	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	広報の実施により、消費者・消費生活相談員による法の認知度の向上につなげる。

短期アウトカム	成果目標	消費者・消費生活相談員による法の理解の促進	成果指標	消費者による法の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(%)	3	6	7.5	--
活動実績／成果実績(%)	4.7	8.3	7.1	--
達成率(%)	156.7	138.3	94.7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者・消費生活相談員による法の認知度を向上させることによって、消費者による法の活用につなげる。

中期アウトカム	成果目標	消費者による法の活用の促進	成果指標	法第５条に基づく開示請求の件数 （※）実績値は2023年度上半期実績（９件）を基に見込みで記載
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	14	14	--
	活動実績／成果実績(件)	9	18	--
	達成率(%)	64.3	128.6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	取引ＤＰＦを利用する消費者がトラブルにあった場合、法を活用することによって当該トラブルを自ら解決し、消費者被害の減少につなげる。

長期アウトカム	成果目標	取引ＤＰＦを利用する消費者に係る消費者被害の減少	成果指標	PIO-NETにおける取引ＤＰＦに関する相談件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	PIO-NETの相談件数のうち、「他業者区分」に「04．プラットフォーマー」が登録されている相談件数
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	33,196	34,985	--
	達成率(%)	--	--	--

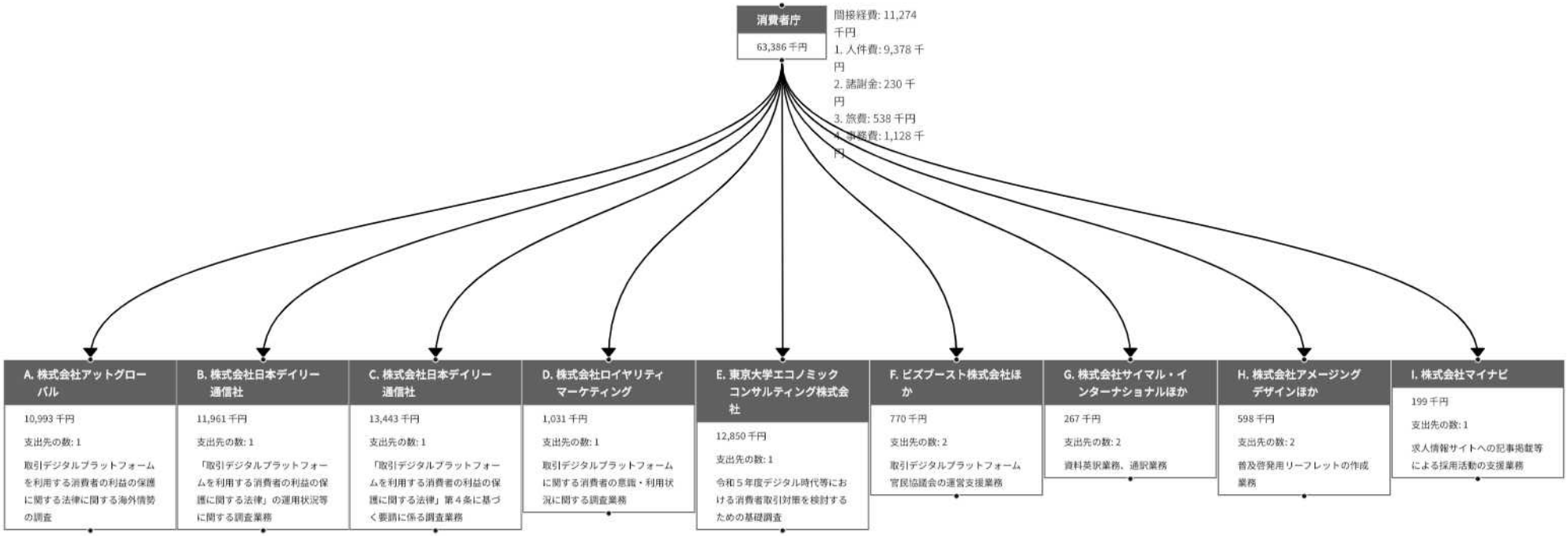
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	2023年度は官民協議会を２回開催（６月及び11月）し、取引ＤＰＦ提供者による法を踏まえた取組の状況等について審議を実施した。取引ＤＰＦ 提供者による取組の自主的な開示も実施されるなど、法に基づく取組が着実に進められていると評価できる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	点検結果に記載のとおり		
	改善の方向性	2024年度においても、取引ＤＰＦを利用して行われる通信販売取引の適正化等を図るため、引き続き、取引ＤＰＦ消費者保護法の適切な運用に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	--
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努め、執行率についても向上するように検討すること。なお、一般競争入札における一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	執行率の向上に努めるとともに、効率的・効果的な予算執行を図る。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
63,386 千円
間接経費: 11,274 千円
1. 人件費: 9,378 千円
2. 諸謝金: 230 千円
3. 旅費: 538 千円
4. 雑経費: 1,128 千円
A. 株式会社アットグローバル
10,993 千円
支出先の数: 1
取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律に関する海外情勢の調査
B. 株式会社日本デイリー通信社
11,961 千円
支出先の数: 1
「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務
C. 株式会社日本デイリー通信社
13,443 千円
支出先の数: 1
「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第４条に基づく要請に係る調査業務
D. 株式会社ロイヤリティマーケティング
1,031 千円
支出先の数: 1
取引デジタルプラットフォームに関する消費者の意識・利用状況に関する調査業務
E. 東京大学エコノミックコンサルティング株式会社
12,850 千円
支出先の数: 1
令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査
F. ビズブースト株式会社ほか
770 千円
支出先の数: 2
取引デジタルプラットフォーム官民協議会の運営支援業務
G. 株式会社サイマル・インターナショナルほか
267 千円
支出先の数: 2
資料英訳業務、通訳業務
H. 株式会社アメージングデザインほか
598 千円
支出先の数: 2
普及啓発用リーフレットの作成業務
I. 株式会社マイナビ
199 千円
支出先の数: 1
求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社アットグローバル	10,993	1	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律に関する海外情勢の調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アットグローバル	10,993	3010501025764

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律に関する海外情勢の調査 一般競争契約（総合評価）	10,993	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社日本デイリー通信社	11,961	1	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日本デイリー通信社	11,961	7013301009883

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」の運用状況等に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	11,961	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社日本デイリー通信社	13,443	1	「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第４条に基づく要請に係る調査業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日本デイリー通信社	13,443	7013301009883

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」第４条に基づく要請に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）	13,443	2	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

D	株式会社ロイヤリティマーケティング	1,031	1	取引デジタルプラットフォームに関する消費者の意識・利用状況に関する調査業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ロイヤリティマーケティング	1,031	1011001058851

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
取引デジタルプラットフォームに関する消費者の意識・利用状況に関する調査業務 一般競争契約（最低価格）	1,031	6	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E 東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	1	令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査

支出先名	支出額	法人番号
東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	12,850	8010001211397

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度デジタル時代等における消費者取引対策を検討するための基礎調査（※取引対策課への予算流用） 一般競争契約（総合評価）	12,850	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F ビズブースト株式会社ほか	770	2	取引デジタルプラットフォーム官民協議会の運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
ビズブースト株式会社	660	9010801026259

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
運営支援業務 随意契約（少額）	660	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷株式会社	110	9010001027784

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
速記業務 随意契約（少額）	110	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G　株式会社サイマル・インターナショナルほか	267	2	資料英訳業務、通訳業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社サイマル・インターナショナル	195	6010001109206

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
資料英訳業務、通訳業務 随意契約（少額）	195	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社サイマリンガル	72	2010001106108

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
通訳業務 随意契約（少額）	72	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
H　株式会社アメージングデザインほか	598	2	普及啓発用リーフレットの作成業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アメージングデザイン	405	3011801024233

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
原稿作成業務、印刷業務 随意契約（少額）	405	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	193	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

		梱包発送業務 随意契約（少額）	193	1	--	--	

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
1　株式会社マイナビ	199	1	求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社マイナビ	199	3010001029968

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援業務 随意契約（少額）	199	1	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
--	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

不当表示等違反事件調査

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 表示対策課				
	作成責任者	高居良平				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000479	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（22）不当表示等違反事件調査		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	本事業は、景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行うとともに、違反行為等について公表することにより、一般消費者の注意を喚起し、消費者利益を確保することを目的とする。				
	現状・課題	引き続き、景品表示法に基づき、一般消費者を誤認させる表示等について厳正な法執行を行っていくことが必要である。				
	事業の概要	景品表示法を運用し、違反行為に対して厳正に対処する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	不当景品類及び不当表示防止法	昭和三十七年法律第百三十四号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画工程表	--
	施策番号Ⅰ（２）③ア、Ⅰ（２）④ア、Ⅱ（４）②、Ⅱ（４）③	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	102,000	100,500	83,000	83,417
当初予算	63,000	62,000	84,000	84,828	--
補正予算	△200	71,000	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	71,000	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	62,800	133,000	155,000	84,828	0
執行額	47,000	47,000	119,145	--	--
執行率	74.8%	35.3%	76.9%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

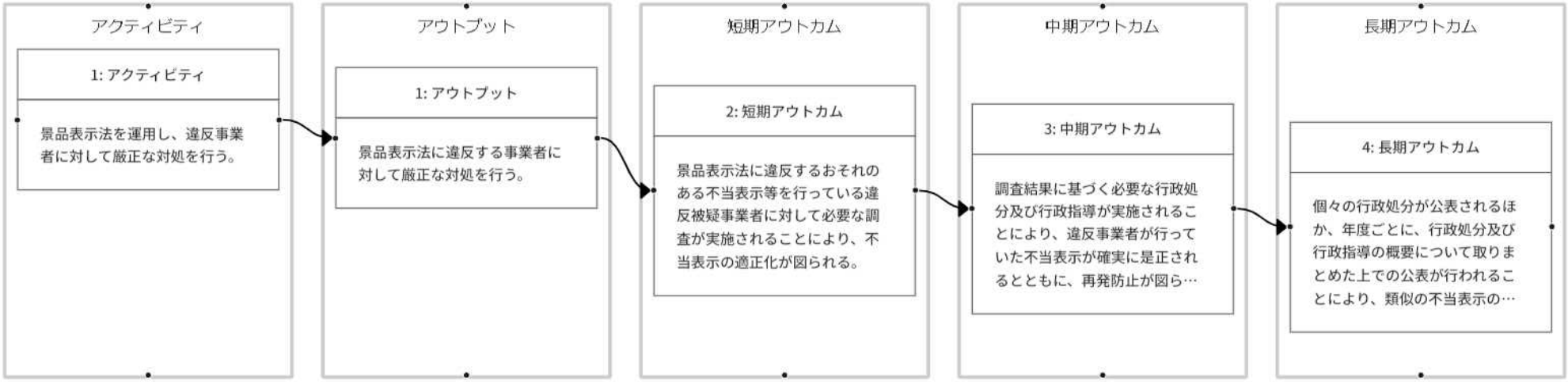
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 参考人等旅費	--	62	62
当初予算 景品表示法違反事件調査経費　非常勤職員手当	--	70,413	69,002
当初予算 景品表示法違反事件調査経費　審査活動費	--	8,119	8,119
当初予算 景品表示法違反事件調査経費　委員等旅費	--	352	352
当初予算 景品表示法違反事件調査経費　審査活動旅費	--	4,814	4,814
当初予算 景品表示法違反事件調査経費　諸謝金	--	1,068	1,068

主な増減理由	非常勤職員手当の見直し	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-2-3-4

アクティビティ	景品表示法を運用し、違反事業者に対して厳正な対処を行う。			
アウトプット	活動目標	景品表示法に違反する事業者に対して厳正な対処を行う。	活動指標	措置命令件数、課徴金納付命令件数、指導件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値	--	--	--	--
	活動実績／成果実績	228	170	141	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っている違反被疑事業者に対して必要な調査が実施されることにより、不当表示の適正化が図られる。

短期アウトカム				
	成果目標	景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っている違反被疑事業者に対して必要な調査が実施されることにより、不当表示の適正化が図られる。	成果指標	不当表示の適正化
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度においては、景品表示法に違反するおそれのある不当表示等を行っていた違反被疑事業者に対して必要な調査を実施した。（R5：229件、R4：274件、R3:374件）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	景品表示法に基づく調査の結果として、同法に違反する、または違反するおそれのある行為について、違反事業者に対して行政処分（措置命令及び課徴金納付命令）や行政指導が行われることにより、処分等の対象となった不当表示が確実に是正されるとともに、再発防止が図られる。

中期アウトカム	成果目標	調査結果に基づく必要な行政処分及び行政指導が実施されることにより、違反事業者が行っていた不当表示が確実に是正されるとともに、再発防止が図られる。	成果指標	不当表示の是正及び再発防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和５年度においては、調査結果に基づき、違反事業者に対して、違反行為の差止め、違反行為の不作為命令、再発防止のために必要な措置、違反行為によって生じた一般消費者の誤認を排除するための措置など、個々の事案に応じて、不当表示の確実な是正及び再発防止に必要な措置を命じる行政処分（措置命令及び課徴金納付命令）や、行政指導を実施した。（R5：行政処分計56件、行政指導85件　R4：行政処分計58件、行政指導112件　R3：行政処分計56件、行政指導172件）	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	個々の行政処分が公表されるほか、年度ごとに、行政処分及び行政指導の概要について取りまとめた上での公表が行われることにより、類似の不当表示の適正化が図られるとともに、消費者に対する注意喚起が行われ、消費者利益が確保される。

長期アウトカム	成果目標	個々の行政処分が公表されるほか、年度ごとに、行政処分及び行政指導の概要について取りまとめた上での公表が行われることにより、類似の不当表示の適正化が図られるとともに、消費者に対する注意喚起が行われ、消費者利益が確保される。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分（措置命令及び課徴金納付命令）については、いずれも処分時にその詳細について公表を行った。また、令和５年度の各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示についての適正化を図るとともに、消費者に対する注意喚起を行い、消費者利益の確保に努めた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	景品表示法の事件処理は、①違反行為の態様、規模、市場に与える影響、措置の実効性等を考慮しながら、事案ごとに個別に判断するものであり、また、事案によって調査に必要なリソースや期間も大きく変動すること、②端緒となる情報の量や質は常に変動するものであり、そうした変化する状況に応じて受動的に対処せざるを得ない事情があることから、本アクティビティについて、目標値を前提とした定量的なアウトカムを設定することは適切ではなく、定性的なアウトカムを設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

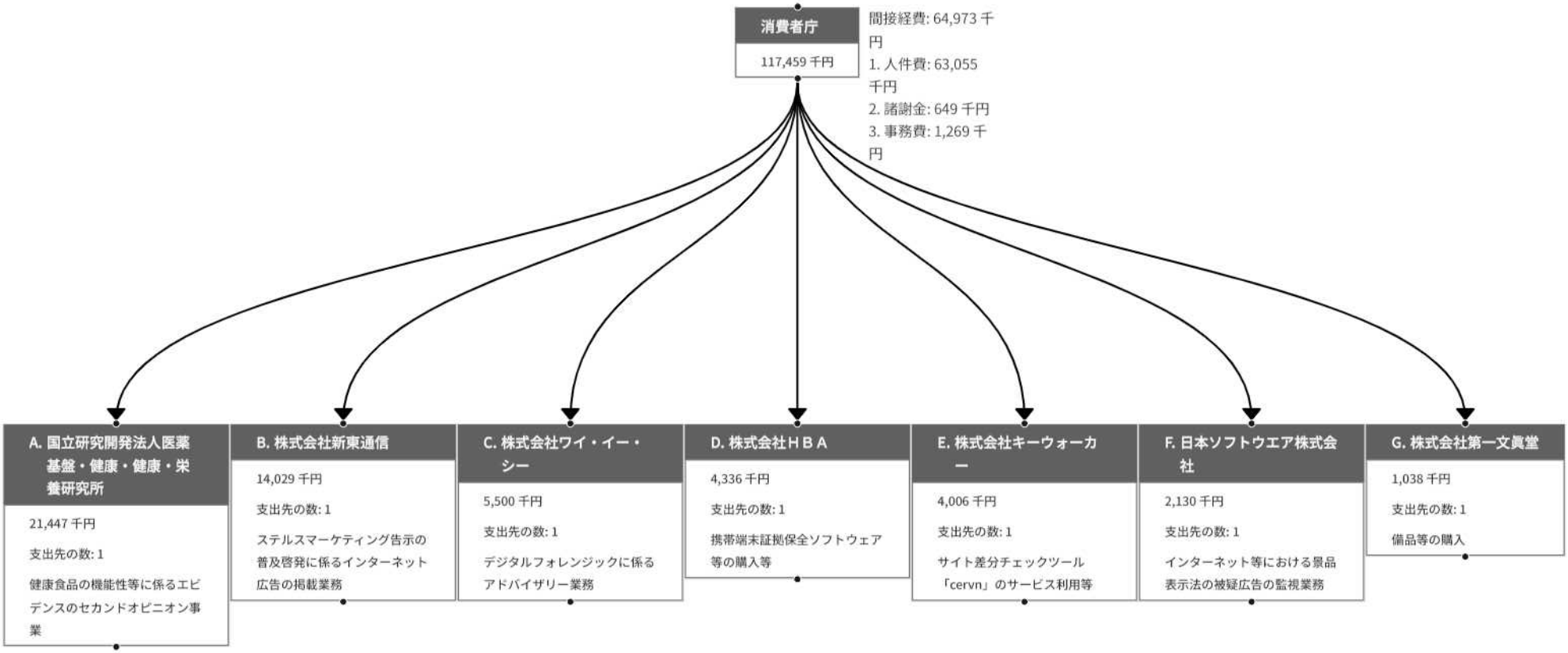
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和５年度においては、景品表示法に基づき、不当表示等に対して必要な調査を実施し（229件）、調査結果に基づく行政処分（措置命令・課徴金納付命令、計56件）及び行政指導を実施（85件）した。 また、行政処分については、いずれも処分時にその詳細について公表を行ったほか、各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示についての適正化を図るとともに、消費者に対する注意喚起を実施した。 これらにより、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保・消費者利益を確保するという目的の達成に十分寄与しているものと考える。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	令和６年度においても、引き続き、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保し、消費者利益を確保するため、厳正な法執行に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、景品表示法に基づく対処とそれを通じた消費者利益の確保に向けて、効果的な事業の推進を図るため、必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き、一般消費者の自主的かつ合理的な選択の確保と消費者利益の確保に向けて、効果的な事業の推進を図るため、事業の必要性・効率性・有効性を検討するとともに、更なる執行率の向上に努めていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
117,459 千円
間接経費: 64,973 千円
1. 人件費: 63,055 千円
2. 諸謝金: 649 千円
3. 事務費: 1,269 千円
A. 国立研究開発法人医薬基盤・健康・健康・栄養研究所
21,447 千円
支出先の数: 1
健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業
B. 株式会社新東通信
14,029 千円
支出先の数: 1
ステルスマーケティング告示の普及啓発に係るインターネット広告の掲載業務
C. 株式会社ワイ・イー・シー
5,500 千円
支出先の数: 1
デジタルフォレンジックに係るアドバイザリー業務
D. 株式会社ＨＢＡ
4,336 千円
支出先の数: 1
携帯端末証拠保全ソフトウェア等の購入等
E. 株式会社キーウォーカー
4,006 千円
支出先の数: 1
サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用等
F. 日本ソフトウエア株式会社
2,130 千円
支出先の数: 1
インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務
G. 株式会社第一文眞堂
1,038 千円
支出先の数: 1
備品等の購入

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　国立研究開発法人医薬基盤・健康・健康・栄養研究所	21,447	1	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業

支出先名	支出額	法人番号
国立研究開発法人医薬基盤・健康・健康・栄養研究所	21,447	9120905002657

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業 随意契約（その他）	21,447	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社新東通信	14,029	1	ステルスマーケティング告示の普及啓発に係るインターネット広告の掲載業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社新東通信	14,029	1180001036792

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ステルスマーケティング告示の普及啓発に係るインターネット広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）	14,029	15	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社ワイ・イー・シー	5,500	1	デジタルフォレンジックに係るアドバイザリー業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ワイ・イー・シー	5,500	9012301002748

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
デジタルフォレンジックに係るアドバイザリー業務 一般競争契約（最低価格）	5,500	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

D	株式会社ＨＢＡ	4,336	1	携帯端末証拠保全ソフトウェア等の購入等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＨＢＡ	4,336	8430001022439

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
携帯端末証拠保全ソフトウェア（ＵＦＥＤ）等の購入 一般競争契約（最低価格）	1,962	1	--	--
携帯端末証拠保全ソフトウェア（ＭＳＡＢ）の購入等 一般競争契約（最低価格）	1,524	2	--	--
携帯端末証拠保全ソフトウェアの操作等研修 随意契約（少額）	850	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E 株式会社キーウォーカー	4,006	1	サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社キーウォーカー	4,006	6010401058119

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用 随意契約（その他）	3,010	--	--	--
サイト差分チェックツール「cervn」の追加機能の利用 随意契約（少額）	996	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F 日本ソフトウエア株式会社	2,130	1	インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務

支出先名	支出額	法人番号
日本ソフトウエア株式会社	2,130	7010001033371

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務 一般競争契約（最低価格）	2,130	3	--	--

	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	G　株式会社第一文眞堂	1,038	1	備品等の購入

支出先名	支出額	法人番号
株式会社第一文眞堂	1,038	5010401017488

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
備品等の購入 随意契約（少額）	1,038	--	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	国立研究開発法人医薬基盤・健康・健康・栄養研究所	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業	調査事業費	調査に係る人件費	21,447
B	株式会社新東通信	ステルスマーケティング告示の普及啓発に係るインターネット広告の掲載業務	役務費	広告掲載に係る役務の提供	14,029
C	株式会社ワイ・イー・シー	デジタルフォレンジックに係るアドバイザリー業務	役務費	デジタルフォレンジックに係る役務の提供	--
D	株式会社ＨＢＡ	携帯端末証拠保全ソフトウェア（ＵＦＥＤ）等の購入	物品購入費	ソフトウェア等の購入	1,962
E	株式会社キーウォーカー	サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用	役務費	サービス提供	3,010
F	日本ソフトウエア株式会社	インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務	役務費	景品表示法の被疑広告の監視に係る役務の提供	2,130
G	株式会社第一文眞堂	備品等の購入	物品購入費	電子証拠収集用機材等の購入	1,038

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

表示適正化のための普及・啓発等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 表示対策課				
	作成責任者	高居良平				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000467	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（23）表示適正化のための普及・啓発等		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	景品表示法を始めとする所管法令について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援、インターネット上の表示についての監視を行うなど、違反行為の未然防止等を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。				
	現状・課題	・近年、ＳＮＳを含めインターネット広告を掲載できる表示媒体の増加を通じて、インターネット広告市場の規模が拡大している。その結果、措置におけるインターネット広告の割合が年々増加する中、当庁に寄せられる法違反に係る申告件数も、毎年１割程度の増加が続いている。しかしながら、急増する申告件数に対して調査を行うリソースの増加が追いついておらず、対応できない事案が年々増加する傾向にある。インターネット広告市場の拡大が今後も予想される中で、引き続きそのような傾向が続くものと考えられる。そこで、このような状況に対応するため、不当表示への厳正な法執行に加え、不当表示の未然防止にも注力することにより、不当表示を減少させることが重要である。 ・具体的には、不当表示の未然防止策として、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣することなどして、同法の普及啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応するなど法令遵守の取組を支援することにより、違反行為の未然防止を行う。また、講演を受けた事業者に対して「今後どのように活用するか」を聞き取ることにより、講演内容をどの程度未然防止に活用したかを把握して、活用割合を高めるような講演内容とするよう必要な見直しをするなど、更なる未然防止に向けた取組を行う。さらに、インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、違反を未然に防止するための体制を構築する。				
	事業の概要	・景品表示法、家庭用品品質表示法及び住宅品質確保法についての普及・啓発活動を実施し、事業者及び事業者団体における法令遵守の取組を積極的に支援する。 ・インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	不当景品類及び不当表示防止法	昭和三十七年法律第百三十四号	--	--	--
	家庭用品品質表示法	昭和三十七年法律第百四号	--	--	--
	住宅の品質確保の促進等に関する法律	平成十一年法律第八十一号	--	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	第六十五条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	○消費者基本計画工程表（令和４年６月15日消費者政策会議決定）施策番号Ⅰ（２）④ア、Ⅱ（４）②、Ⅱ（４）③	--
	○「経済財政運営と改革の基本方針2022　新しい資本主義へ～課題解決を成長のエンジンに変え、持続可能な経済を実現～」（骨太方針2022）（令和４年６月７日閣議決定・抜粋）第３章の３	--
	○新しい資本主義フォローアップ（令和４年６月７日閣議決定・抜粋）Ⅰ．の４．（２）	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	112,000	266,026	158,000	133,877
当初予算	82,000	69,000	116,950	115,052	--
補正予算	39,000	--	--	--	--
前年度から繰越し	17,000	40,000	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	138,000	109,000	116,950	115,052	0
執行額	72,000	107,800	55,733	--	--
執行率	52.2%	98.9%	47.7%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

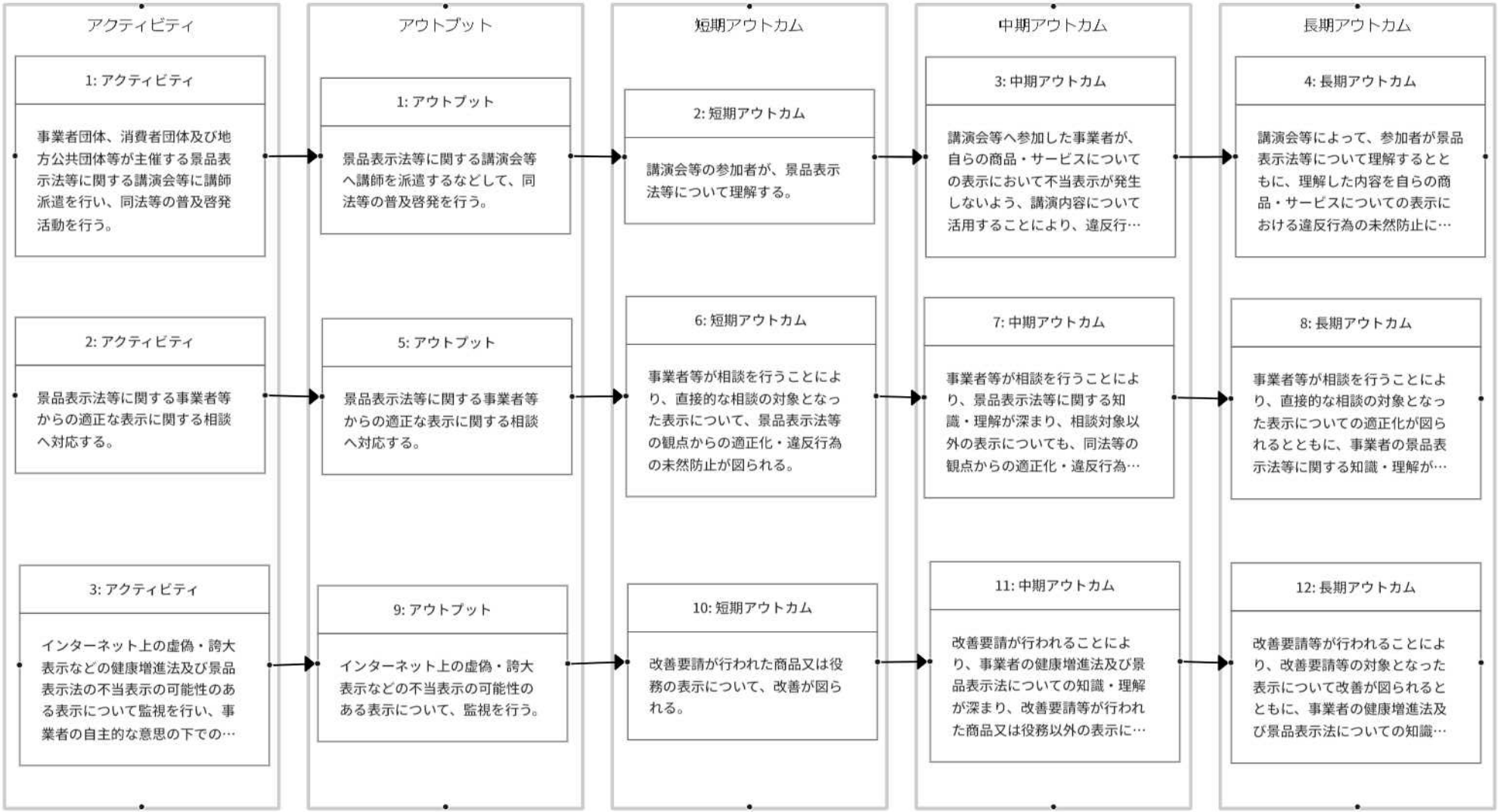
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	27,000	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	81,026	99,921
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	23,671	23,600
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	4,277	4,278
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費	--	2,697	2,697
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	1,904	1,904
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	1,477	1,477

主な増減理由	健康食品の表示の適正化を推進するための経費増	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-2-3-4

アクティビティ	事業者団体、消費者団体及び地方公共団体等が主催する景品表示法等に関する講演会等に講師派遣を行い、同法等の普及啓発活動を行う。			
アウトプット	活動目標	景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣するなどして、同法等の普及啓発を行う。	活動指標	講師派遣件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	101	172	201	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	参加者にとって分かりやすい講演会等が実施される。

短期アウトカム	成果目標	講演会等の参加者が、景品表示法等について理解する。	成果指標	講演会等参加者の講演内容の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	講演会等の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果によれば、令和５年度に実施した講演会等の内容について、参加者の高い理解度が得られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	84	97	95	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。

中期アウトカム	成果目標	講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	講演会参加者の未然防止への活用度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	講演会等の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果によれば、令和５年度に実施した講演会等の内容について、参加者から、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう活用できる内容であったとの評価（高い活用度）が得られた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	86	84	--
	達成率(%)	86	84	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。

長期アウトカム	成果目標	講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	講演会等の内容について、理解度及び活用度ともに高い評価が得られ、景品表示法等の普及啓発の点から消費者利益の確保に努めた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止され、消費者利益が確保されたかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-5-6-7-8

アクティビティ	景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する。			
アウトプット	活動目標	景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する。	活動指標	相談対応件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	21,622	21,074	21,692	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。

短期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	不当表示の適正化、未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和５年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行った。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。

中期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	不当表示の適正化、未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和５年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行い、相談者の景品表示法等の理解の促進に努めた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。

長期アウトカム	成果目標	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和５年度においても同等の水準となり、消費者利益の確保に努めた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを供給する全ての事業者（国民）は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者（及び消費者）の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。 他方で、本アクティビティの結果としてどの程度の不当表示が実際に未然防止され、消費者利益が確保されたかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-9-10-11-12

アクティビティ	インターネット上の虚偽・誇大表示などの健康増進法及び景品表示法の不当表示の可能性のある表示について監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。			
アウトプット	活動目標	インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、監視を行う。	活動指標	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2,000	2,000	8,000
	活動実績／成果実績(件)	2,000	2,000	8,000

↓ 後続アウトカムへのつながり	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務のうち、不当表示となるおそれがある等と判断された商品又は役務について、改善要請等が行われることにより、表示の改善が図られる。

短期アウトカム				
	成果目標	改善要請が行われた商品又は役務の表示について、改善が図られる。	成果指標	健康増進法違反のおそれのある表示の改善件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	健康増進法に基づく監視の結果、同法違反となるおそれがあると判断された商品について、改善要請を実施した（令和5年度：792件、令和4年度：810件、令和3年度：760件）。また、景品表示法に基づく監視の結果、景品表示法に留意して表示を行うよう注意喚起を行った（令和5年度：81件）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	787
	活動実績／成果実績(件)	760	810	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	改善要請等が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。

中期アウトカム	成果目標	改善要請が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。	成果指標	不当表示の適正化、未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	改善要請が行われることにより、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止に努めた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	改善要請等が行われることにより、改善要請等の対象となった表示又は役務について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。

長期アウトカム	成果目標	改善要請等が行われることにより、改善要請等の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	改善要請等が行われることにより、改善要請等の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法及び景品表示法についての知識・理解が深まり、改善要請等が行われた商品又は役務以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られることを通じて、消費者利益の確保に努めた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	結果としてどの程度の不当表示が実際に未然防止され、消費者利益が確保されたか測定することは困難であるため、定量的なアウトカムを設定することは困難である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

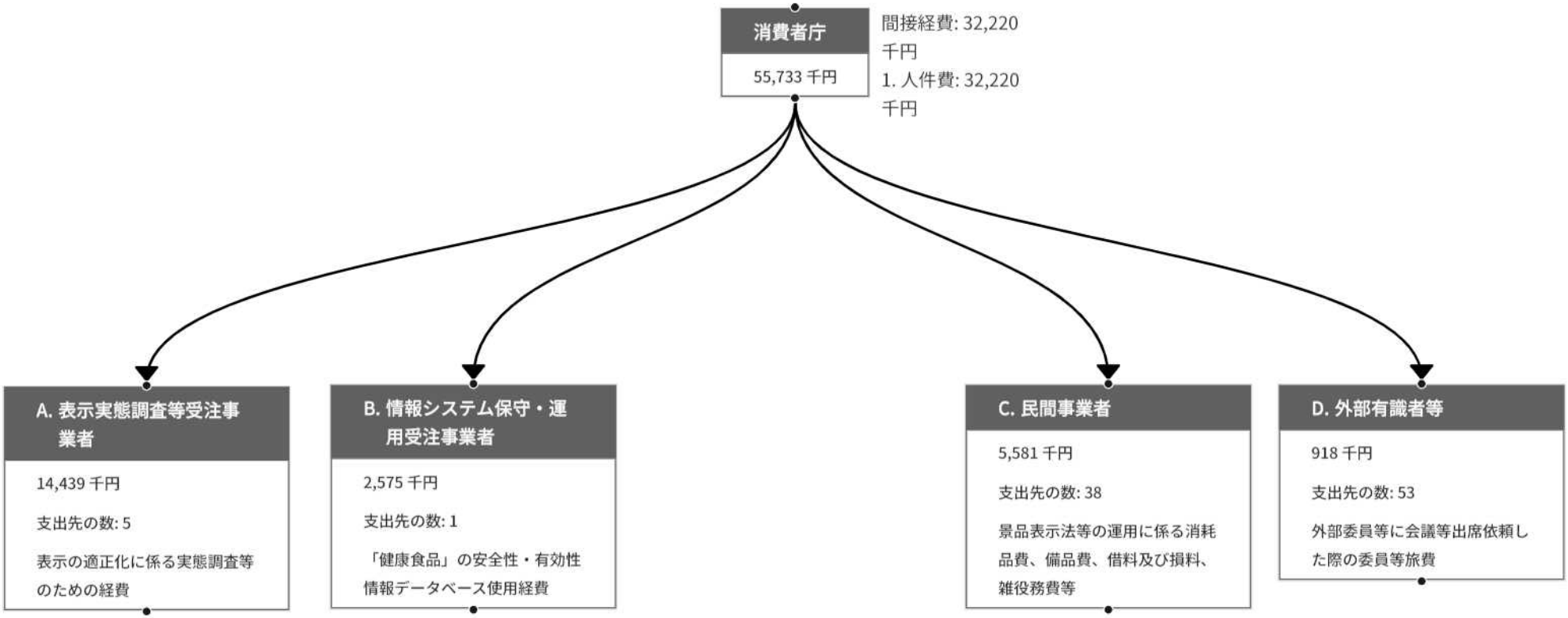
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和５年度においては、景品表示法等に係る講演会等を199件行い、講演会等への参加者の理解度は95%、未然防止への活用度は84%と高水準であり、また、21,692件の事業者等からの事前相談に対応しており、不当表示の未然防止に寄与したといえる。 また、インターネット上の虚偽・誇大表示などの健康増進法及び景品表示法の不当表示の可能性のある表示について監視を行い、改善要請等を行うことにより違反行為の未然防止が図られた。 これらにより、違反行為の未然防止等を図ることにより、一般消費者の利益を保護するという目的の達成に十分寄与しているものと考える。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	令和６年度においても、引き続き、不当表示の未然防止を図るため、景品表示法等について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援等を行うほか、インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適正な予算執行に努めること。 また、一般競争入札において一者応札となっているもは、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	適正な予算執行のため、必要性・効率性・有効性の観点から必要経費の見直しを行う。また、一般競争入札においては、事業開始時期や仕様書を見直すなどしながら、競争性を確保した方法を可能な限り採用する。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
55,733 千円
間接経費: 32,220 千円
1. 人件費: 32,220 千円
A. 表示実態調査等受注事業者
14,439 千円
支出先の数: 5
表示の適正化に係る実態調査等のための経費
B. 情報システム保守・運用受注事業者
2,575 千円
支出先の数: 1
「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費
C. 民間事業者
5,581 千円
支出先の数: 38
景品表示法等の運用に係る消耗品費、備品費、借料及び損料、雑役務費等
D. 外部有識者等
918 千円
支出先の数: 53
外部委員等に会議等出席依頼した際の委員等旅費

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　表示実態調査等受注事業者	14,439	5	表示の適正化に係る実態調査等のための経費

支出先名	支出額	法人番号
ポールトゥウィン株式会社	14,267	4180001046442

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度インターネット等におけるデジタル広告等の監視業務 一般競争契約（最低価格）	14,267	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人ポーケン品質評価機構	114	9120005014495

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
家庭用品（雑貨工業品）の製品性能試験 随意契約（少額）	59	--	--	--
家庭用品（繊維製品）の成分分析試験 随意契約（少額）	55	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人日本文化用品安全試験所	58	6010605002384

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
家庭用品（雑貨工業品）の製品性能試験 随意契約（少額）	58	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　情報システム保守・運用受注事業者	2,575	1	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費

支出先名	支出額	法人番号
国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	2,575	9120905002657

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費 随意契約（その他）	2,575	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　民間事業者	5,581	38	景品表示法等の運用に係る消耗品費、備品費、借料及び損料、雑役務費等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社和幸印刷	2,659	8011101022206

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
冊子の印刷製本 随意契約（少額）	1,999	--	--	--
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）	660	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
日本通運株式会社	467	4010401022860

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
人事異動等に伴う執務室内の什器等移設作業 随意契約（少額）	467	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
第一企画株式会社	426	3100001004532

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ガイドブックのデザイン等作成 随意契約（少額）	364	--	--	--
パンフレットのデザイン等作成 随意契約（少額）	62	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
朝日梱包株式会社	334	9010601040880

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

冊子の梱包発送業務 随意契約（少額）	226	--	--	--
パンフレットの梱包発送業務 随意契約（少額）	108	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社第一文眞堂	330	5010401017488

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
備品等の購入 随意契約（少額）	329	--	--	--
消耗品の購入 随意契約（少額）	1	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
富士テレコム株式会社	245	6011401007346

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
人事異動等に伴う執務室内の通信回線移設作業 随意契約（少額）	245	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社レイン	198	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
景品表示法普及啓発資料の和文英訳 随意契約（少額）	198	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オカモトヤ	164	1010401006180

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消耗品の購入 随意契約（少額）	129	--	--	--
消耗品の購入 随意契約（少額）	22	--	--	--

消耗品の購入 随意契約（少額）	13	--	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
有限会社創電社	157	4010502006218

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
人事異動等に伴う執務室内の電源等移設作業 随意契約（少額）	157	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社吉香	150	5010001031682

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
法令等の翻訳作業 随意契約（少額）	150	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
その他	451	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 随意契約（少額）	451	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　外部有識者等	918	53	外部委員等に会議等出席依頼した際の委員等旅費

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ａ（個人）	51	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	51	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｂ（個人）	48	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	48	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｃ（個人）	44	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	44	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｄ（個人）	33	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	33	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｅ（個人）	33	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	33	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｆ（個人）	32	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	32	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｇ（個人）	32	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

旅費 その他(旅費)	32	--	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｈ（個人）	29	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	29	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｉ（個人）	29	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	29	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
外部有識者等Ｊ（個人）	28	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	28	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
その他	559	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
旅費 その他(旅費)	559	--	--	--

費目・使途（単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	ポールトゥウィン株式会社	令和５年度インターネット等におけるデジタル広告等の監視業務	事業費	業務に係る人件費・間接経費等	14,267
	B	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース使用経費	データベース運用費	安定的動作環境及び運用支援体制構築、バックアップ、セキュリティ対策	2,575
	C	株式会社和幸印刷	冊子の印刷製本	印刷製本費	印刷製本費	1,999
	D	外部有識者等Ａ（個人）	旅費	旅費	委員等旅費	51

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品表示課				
	作成責任者	清水正雄				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	005570	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（24）食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	統合元: 482:食品表示制度の検討・担保 統合元: 484:食品表示制度の普及・啓発		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度について、時代に即した適正化・充実を図るとともにこれを適切に運用するほか、食品表示制度を効果的に普及できるように消費者に対する戦略的な周知普及を行うことによって、一般消費者の利益の増進を図る。				
	現状・課題	時代に即した食品表示制度とするためには、消費者の食品表示の活用状況及び消費者から求められる政策ニーズを常に把握する必要がある。 また、これらを踏まえ、見直された制度を安定的に運用するためには、監視業務に必要な公定検査法等を確立・整備する必要がある。 さらに、時代に即して見直された本制度が消費者に広く知れ渡ることによって、本事業の目的の最大化が図られるものであり、表示事項一般に関する消費者へのセミナー等を通じた普及啓発を行い、制度の円滑な運用とその定着を図る必要がある。				
	事業の概要	①時代に即した食品表示制度への見直しを検討する際に必要となる、消費者の食品表示に対するニーズを把握するための調査の実施。（「食品表示に関する消費者意向調査」等の実施） ②食品表示制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を担保するために必要な公定検査法の開発。（食品表示制度の義務表示の対象となることが想定されるアレルゲンの検査法の開発や遺伝子組換え食品の流通実態に即した検査法の改良等） ③流通する食品の表示実態及び食品表示に関する各種制度の実施状況の調査、これらを踏まえた制度内容の検証等 ④表示事項全般や各表示制度に関する消費者へのセミナーの実施や普及啓発資材の配布等				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号	第四条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	・消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定（令和３年６月15日改定））	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	・消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定（令和６年６月14日改定））重点項目５	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf
	・農林水産物・食品の輸出拡大実行戦略（令和２年11月30日農林水産物・食品の輸出拡大のための輸入国規制への対応等に関する関係閣僚会議決定（令和４年12月５日改定））	https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-1.pdf
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和５年６月16日閣議決定）	https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和６年６月21日閣議決定）	https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	48,000	79,000	162,251	104,249
当初予算	10,000	8,000	33,000	91,073	--
補正予算	--	--	65,000	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	65,000	--
予備費等	--	15,000	--	--	--
計	10,000	23,000	98,000	156,073	0
執行額	10,000	20,000	29,526	--	--
執行率	100%	87%	30.1%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	7,455	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	91,073	104,249
前年度から繰越し --	--	65,000	--

主な増減理由

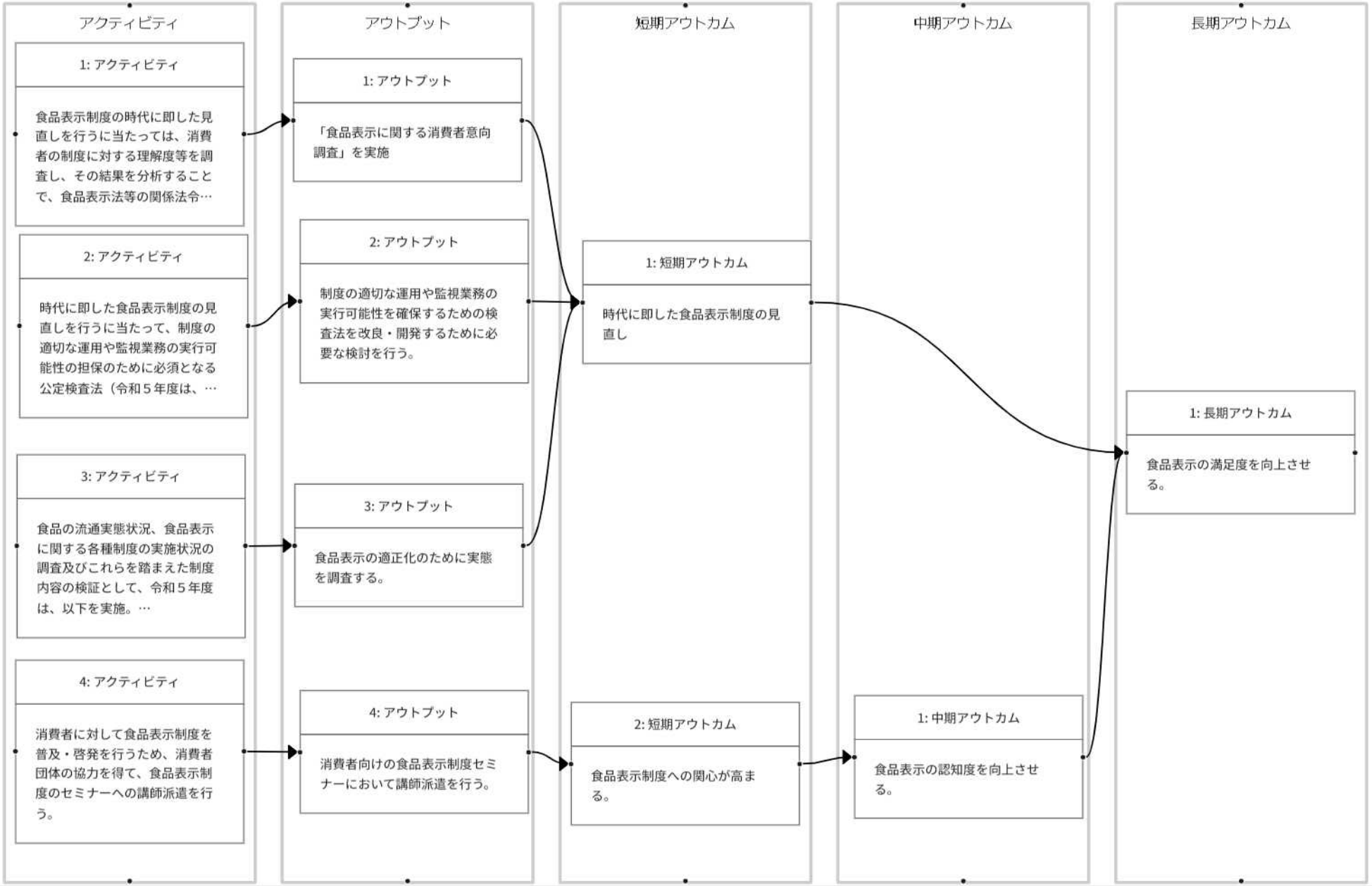
合理的かつシンプルで分かりやすい食品表示制度の在り方について、国際基準（コーデックス規格）との整合性も踏まえながら、時代に即した表示の検討を加速化するとともに、外食・中食における食物アレルギーに関する情報提供の在り方の検討に資する調査を行うために必要な予算を要求。

その他特記事項

--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	食品表示制度の時代に即した見直しを行うに当たっては、消費者の制度に対する理解度等を調査し、その結果を分析することで、食品表示法等の関係法令やガイドライン等の定着状況を把握するとともに、消費者の食品表示に対するニーズを把握することが必要であるため、これらのデータを得るための「食品表示に関する消費者意向調査」を実施する。 なお、本調査は、消費者基本計画工程表（令和２年７月消費者政策会議決定）において、各種施策の効果を測定するための指標の根拠として位置付けており、継続的に実施する必要がある。

アウトプット				
	活動目標	「食品表示に関する消費者意向調査」を実施	活動指標	実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(回)	1	1	1	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となる 食品表示制度の大枠の議論を行うため、食品表示懇談会を開催し（第１回： 10 月、第２回：11 月、第３回：１月、第４回：３月）、中間取りまとめを 行った。 コーデックス委員会に おいて採択された「包装前面栄養表示ガイドライン」の趣旨を踏まえ、我が 国において推奨すべき包装前面表示の在り方を検討するために、「分かり やすい栄養成分表示の取組に関する検討会」を開催し（第１回：11 月、第 ２回：１月、第３回：３月）、我が国における包装前面栄養表示の基本的な 考え方について中間取りまとめを行った。 ・令和３年度調査においてカシューナッツの症例数等の増加が認められたことから、将来的な義務表示化も視野に、令和５年度から公定検査法の確立に向けた取組を進めているところ。（公定検査法の確立が前提）このような時代を踏まえた見直しを行うことで、現在、食物アレルギー表示対象の28品目の症例数が全品目の症例数に占める割合は、93.8%と高い水準を維持している。 ・遺伝子組換え表示制度の適切な運用（国内における遺伝子組み換え農産物の流通実態に即した、表示の真正性の確認に必要となる、分析精度の高い公定検査法の改良が前提） ・今後、栄養強化自的で使用した添加物の表示義務化に向けて制度を見直す際の根拠データとする。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。 本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。 これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム				
	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	90	90
	活動実績／成果実績(%)	90	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 2-2-1-1

アクティビティ	時代に即した食品表示制度の見直しを行うに当たって、制度の適切な運用や監視業務の実行可能性の担保のために必須となる公定検査法（令和５年度は、遺伝子組換え対象農産物及びアレルギー表示の特定原材料）の改良・開発等を国の試験研究機関で実施。

アウトプット	活動目標	制度の適切な運用や監視業務の実行可能性を確保するための検査法を改良・開発するために必要な検討を行う。	活動指標	国立医薬品食品衛生研究所で検査・検討を行うテーマ数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
活動・成果目標と実績	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	2	2	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度の企画・立案との両輪として、制度（特に義務表示事項）の安定的な運用に向けて必須となる監視可能性を担保するための公定検査法を確立することも目的とするものであり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となる 食品表示制度の大枠の議論を行うため、食品表示懇談会を開催し（第１回： 10 月、第２回：11 月、第３回：１月、第４回：３月）、中間取りまとめを 行った。 コーデックス委員会に おいて採択された「包装前面栄養表示ガイドライン」の趣旨を踏まえ、我が 国において推奨すべき包装前面表示の在り方を検討するために、「分かり やすい栄養成分表示の取組に関する検討会」を開催し（第１回：11 月、第 ２回：１月、第３回：３月）、我が国における包装前面栄養表示の基本的な 考え方について中間取りまとめを行った。 ・令和３年度調査においてカシューナッツの症例数等の増加が認められたことから、将来的な義務表示化も視野に、令和５年度から公定検査法の確立に向けた取組を進めているところ。（公定検査法の確立が前提）このような時代を踏まえた見直しを行うことで、現在、食物アレルギー表示対象の28品目の症例数が全品目の症例数に占める割合は、93.8%と高い水準を維持している。 ・遺伝子組換え表示制度の適切な運用（国内における遺伝子組み換え農産物の流通実態に即した、表示の真正性の確認に必要となる、分析精度の高い公定検査法の改良が前提） ・今後、栄養強化自的で使用した添加物の表示義務化に向けて制度を見直す際の根拠データとする。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。 本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。 これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム				
	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	90	90
	活動実績／成果実績(%)	90	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1

アクティビティ	食品の流通実態状況、食品表示に関する各種制度の実施状況の調査及びこれらを踏まえた制度内容の検証として、令和５年度は、以下を実施。 ①海外における食品表示へのデジタルツール活用事例の調査を実施 ②原料原産地表示制度についての制度導入の効果の検証に必要となる本制度に係る事業者のコストなどの負担状況及び消費者の認知度や理解度等に係る調査を実施（２事業） ③全国のアレルギーを専門とする医師の協力のもと、即時型食物アレルギーによる健康被害の実態調査を実施 ④遺伝子組換え食品表示に関する実態調査を実施 ⑤栄養強化目的で使用した食品添加物の表示に関する実態調査を実施 【令和５年度調査の背景・目的】 ①　コーデックス委員会の食品表示部会において、「技術革新を利用した食品情報の提供に関するガイドライン」の策定に向け、国際ルールづくりの議論が進んでいることも踏まえたもの。 ②　令和４年度に完全施行された新たな加工食品の原料原産地表示制度については、制度改正時（平成29年）の消費者委員会からの答申書において、その導入の前提条件として、経過措置期間終了後の実態把握のための各種調査の実施、施行２年後を目途に、当該調査結果等を基に制度導入の効果検証を行い、必要に応じた制度の見直しを行うことが求められていることを受けたもの。 ③　時代の変化とともに変わっていく可能性がある食物アレルギーの原因物質について、概ね３年周期で全国実態調査・科学的研究を行い、新たな知見や報告により適宜、特定原材料等の見直しを行うもの。 ④令和５年４月１日に新たな遺伝子組換え表示制度が施行されたところであるが、当該見直しを検討するに際して開催した、「遺伝子組換え表示制度に関する検討会」において、新たな制度の施行後は、事業者による取組状況、消費者の購買行動、関係者の新たな制度に対する評価など表示制度の運用実態に関するモニタリング調査を適宜行い、必要に応じて制度の見直しを行うことが求められていることを受けたもの。 ⑤令和２年３月公表の「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」において、栄養強化目的で使用した食品添加物は、表示義務がある食品とない食品が存在し、消費者にとって分かりにくい状況となっていることや、上記のとおり国際的にみても使用した物質は全て表示させていることから、原則全ての加工食品に栄養強化目的で使用した食品添加物を表示させる方向で検討することが適当とされたことを受けたもの。

アウトプット				
	活動目標	食品表示の適正化のために実態を調査する。	活動指標	調査事業実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	3	2	3	--
	活動実績／成果実績(件)	3	3	6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。

短期アウトカム	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となる 食品表示制度の大枠の議論を行うため、食品表示懇談会を開催し（第１回： 10 月、第２回：11 月、第３回：１月、第４回：３月）、中間取りまとめを 行った。 コーデックス委員会に おいて採択された「包装前面栄養表示ガイドライン」の趣旨を踏まえ、我が 国において推奨すべき包装前面表示の在り方を検討するために、「分かり やすい栄養成分表示の取組に関する検討会」を開催し（第１回：11 月、第 ２回：１月、第３回：３月）、我が国における包装前面栄養表示の基本的な 考え方について中間取りまとめを行った。 ・令和３年度調査においてカシューナッツの症例数等の増加が認められたことから、将来的な義務表示化も視野に、令和５年度から公定検査法の確立に向けた取組を進めているところ。（公定検査法の確立が前提）このような時代を踏まえた見直しを行うことで、現在、食物アレルギー表示対象の28品目の症例数が全品目の症例数に占める割合は、93.8%と高い水準を維持している。 ・遺伝子組換え表示制度の適切な運用（国内における遺伝子組み換え農産物の流通実態に即した、表示の真正性の確認に必要となる、分析精度の高い公定検査法の改良が前提） ・今後、栄養強化自的で使用した添加物の表示義務化に向けて制度を見直す際の根拠データとする。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。 本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。 これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム				
	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	90	90
	活動実績／成果実績(%)	90	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 4-4-2-1-1

アクティビティ	消費者に対して食品表示制度を普及・啓発を行うため、消費者団体の協力を得て、食品表示制度のセミナーへの講師派遣を行う。

アウトプット	活動目標	消費者向けの食品表示制度セミナーにおいて講師派遣を行う。	活動指標	セミナーへの講師派遣回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	--	10	12
	活動実績／成果実績(回)	16	8	10	--

後続アウトカムへのつながり	消費者向けの食品表示制度のセミナーの開催を積極的に行うことで、消費者の食品表示制度の関心が高まり、消費者や事業者からの講演依頼が増加する。 消費者庁では、この講演依頼に対して適宜対応しており、これまでの講師派遣回数は以下のとおり推移。 　令和２年度：47回　→　令和３年度：77回　→　令和４年度：80回　→　令和５年度：67回 これらの取組の結果も相まって、食品表示制度に関心を持った消費者や事業者から当庁の関連するウェブサイトへ多くのアクセスがあるところである。

短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心が高まる。	成果指標	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回)	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
	活動実績／成果実績(回)	5,935,215	4,576,478	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

後続アウトカムへのつながり	消費者の制度への関心が高まることで、消費者の更なる食品表示の認知度向上につながると考えられるため、食品表示の認知度を中期アウトカムとした。

中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度を向上させる。	成果指標	食品表示の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	58.9	56.3	56.5	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」も相まって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	90	90
	活動実績／成果実績(%)	90	--
	達成率(%)	100	--

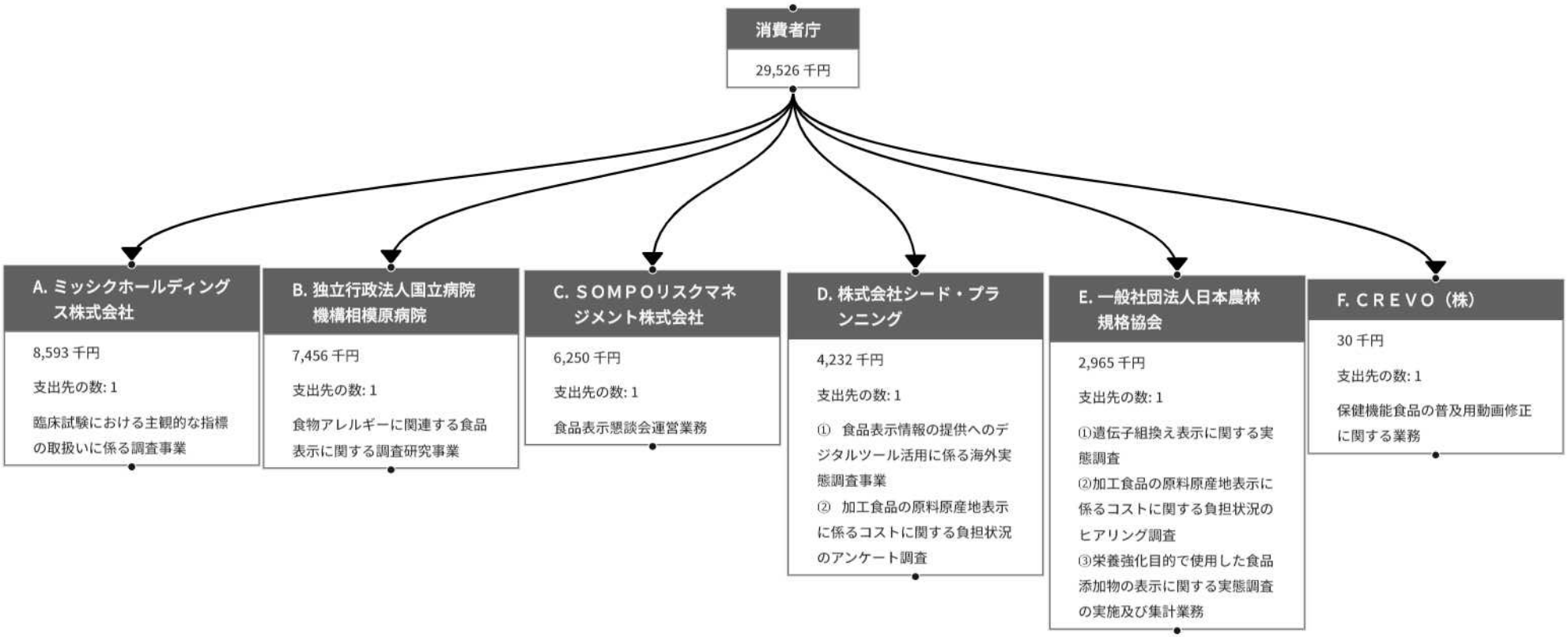
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等		
	名前	消費者基本計画工程表（消費者政策会議決定）
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf
	該当箇所	重点項目５　食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	食品表示制度における課題については、消費者の意向等の調査を行った上で、様々な関係者を交えて制度の検討を行うことが必要であり、設定される表示基準に係る表示の適正性を監視するための検査法の開発等を行うことと併せて、優先度が高く、かつ国において実施する必要がある。 また、成果物は制度の検討・担保をする上で十分に活用されており、有効性についても妥当であると評価できる。さらに、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。 食品表示制度を効果的に普及啓発することは、消費者の安全・安心、健康づくりの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するために必要があることから、国費投入の必要性が認められ、かつ、成果実績は成果目標に見合ったものとなっていることから有効性についても妥当であると評価できる。 また、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に実施する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2017
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	一般競争入札による調達を行っており競争性は確保できている。調査については総合評価落札方式により体制や調査に係る提案等を事前確認することも可能であることから、調査内容に応じて活用を検討されたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘を踏まえ、調査内容に応じて総合評価落札方式についても検討してまいりたい。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
29,526 千円
A. ミッシクホールディングス株式会社
8,593 千円
支出先の数: 1
臨床試験における主観的な指標の取扱いに係る調査事業
B. 独立行政法人国立病院機構相模原病院
7,456 千円
支出先の数: 1
食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業
C. SOMPOリスクマネジメント株式会社
6,250 千円
支出先の数: 1
食品表示懇談会運営業務
D. 株式会社シード・プランニング
4,232 千円
支出先の数: 1
① 食品表示情報の提供へのデジタルツール活用に係る海外実態調査事業
② 加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のアンケート調査
E. 一般社団法人日本農林規格協会
2,965 千円
支出先の数: 1
①遺伝子組換え表示に関する実態調査
②加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のヒアリング調査
③栄養強化目的で使用した食品添加物の表示に関する実態調査の実施及び集計業務
F. CREVO（株）
30 千円
支出先の数: 1
保健機能食品の普及用動画修正に関する業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　ミッシクホールディングス株式会社	8,593	1	臨床試験における主観的な指標の取扱いに係る調査事業

支出先名	支出額	法人番号
ミシックホールディングス株式会社	8,593	1010701011418

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
臨床試験における主観的な指標の取扱いに係る調査事業 一般競争契約（総合評価）	8,593	2	0	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　独立行政法人国立病院機構相模原病院	7,456	1	食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業

支出先名	支出額	法人番号
独立行政法人国立病院機構相模原病院	7,456	1013205001281

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食物アレルギーに関連する食品表示に関する調査研究事業 随意契約（その他）	7,456	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　ＳＯＭＰＯリスクマネジメント株式会社	6,250	1	食品表示懇談会運営業務

支出先名	支出額	法人番号
ＳＯＭＰＯリスクマネジメント株式会社	6,250	2011101025379

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品表示懇談会運営業務 一般競争契約（最低価格）	6,250	3	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　株式会社シード・プランニング	4,232	1	①　食品表示情報の提供へのデジタルツール活用に係る海外実態調査事業 ②　加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のアンケート調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社シード・プランニング	4,232	9010001144299

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品表示情報の提供へのデジタルツール活用に係る海外実態調査事業 一般競争契約（最低価格）	3,291	5	--	--
加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のアンケート調査 随意契約（少額）	941	3	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　一般社団法人日本農林規格協会	2,965	1	①遺伝子組換え表示に関する実態調査 ②加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のヒアリング調査 ③栄養強化目的で使用した食品添加物の表示に関する実態調査の実施及び集計業務

支出先名	支出額	法人番号
一般社団法人日本農林規格協会	2,965	7010005004369

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
遺伝子組換え表示に関する実態調査 随意契約（少額）	990	3	--	--
加工食品の原料原産地表示に係るコストに関する負担状況のヒアリング調査 随意契約（少額）	990	3	--	--
栄養強化目的で使用した食品添加物の表示に関する実態調査の実施及び集計業務 随意契約（少額）	985	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　ＣＲＥＶＯ（株）	30	1	保健機能食品の普及用動画修正に関する業務

支出先名	支出額	法人番号

		ＣＲＥＶＯ（株）	30	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
保健機能食品の普及用動画修正に関する業務 一般競争契約（総合評価）	30	3	0	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	--	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

保健機能食品に関する制度等の適正化・運用

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品表示課				
	作成責任者	清水正雄				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000485	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（25）保健機能食品制度等の適正化・運用	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業		主要経費	
	統合元: 486:機能性表示食品等の買上調査等による検証 統合元: 487:特定保健用食品データベースの運用		その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	一般消費者が食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度のうち、保健機能食品に関する制度（食品表示基準の規定に基づく機能性表示食品制度、及び消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品制度等）について適正化・充実を図るとともに、これを適切に運用する（国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所（以下「栄養研」という。）が保有する特定保健用食品データベース（以下「データベース」という。）の安定的な運用を通じた特定保健用食品に関する情報の消費者に対する提供及び買上調査による事後チェック等）ことによって、一般消費者の利益の増進を図る。
	現状・課題	保健機能食品に関する制度等の対象は、保健機能食品（特定保健用食品、機能性表示食品、栄養機能食品）、栄養成分表示及び病者用食品等の特別用途食品（特定保健用食品を除く。以下同じ。）である。保健機能食品に関する制度等については、厚生労働省等による健康・栄養政策との連動、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等との国際整合性等も踏まえつつ、一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資するよう、分かりやすく、時代に即した見直しを行う必要があり、本制度をめぐる情勢の変化を多角的に捉えるため、各種調査等を継続して実施する必要がある。 また、機能性表示食品については、届出制度として事業者の責任において情報を開示することで成立しているものであり、特別用途食品、特定保健用食品の各制度と併せて安定的に運用するためには、事業者による本制度への適正な対応（これらの食品群の平時の品質管理の方法として、栄養成分等、関与成分、機能性関与成分の含有量等の確認を行うことで、品質管理の質を高めること）を図り、もって、消費者の本制度への理解度・信頼度を高め、適切に活用してもらうことが必要である。 さらに、消費者が保健機能食品に関する制度等を正しく利活用できるよう、制度に関する普及・啓発を図る必要があるとともに、特定保健用食品の製品情報の公開を充実させたデータベースを安定的に運用することで、消費者にとって正しい情報を基に適切な商品選択に資する制度とすることが必要である。
	事業の概要	・保健機能食品に関する制度等における課題等への対応に必要な各種調査等（諸外国における制度や国内外の表示の実態等の状況、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等の情報収集、整理等）を実施し、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく関係府令、それらの運用通知の改正等につなげている。 ・現在販売されている特別用途食品、特定保健用食品及び機能性表示食品について、販売されている商品を買い上げ、関与成分等の含有量の分析を実施した上で、各成分が規定値どおり含まれているかの確認を行うとともに、機能性表示食品の機能性関与成分の分析方法を検証し、課題及び対応方策について整理を行うことをもって、表示の適正化を図る。 ・一般消費者のみならず、関係団体や地方公共団体、食品関連事業者等が保健機能食品に関する制度等を正しく利活用できるよう、普及啓発に必要な取組を実施するとともに、消費者に対して商品選択に資する情報提供を行うため、データベースの安定的な運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載を行う。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/foods_with_health_claims/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号	第四条	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	第四十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	・消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定　令和３年６月15日改定）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	・消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定（令和６年６月14日改定））重点項目５	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和６年６月21日閣議決定）	https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf
	・健康医療戦略（令和２年３月27日閣議決定）	https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kenkouiryou/suisin/ketteisiryou/kakugi/r030406senryaku.pdf
	紅麹関連製品に係る事案を受けた 機能性表示食品制度等に関する今後の対応（令和６年５月３１日　紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合）	https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/benikouji/dai2/taiou.pdf

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	55,000	42,000	43,397	413,317
当初予算	11,000	8,000	11,000	34,106	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	11,000	8,000	11,000	34,106	0
執行額	11,000	2,000	13,572	--	--
執行率	100%	25%	123.4%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

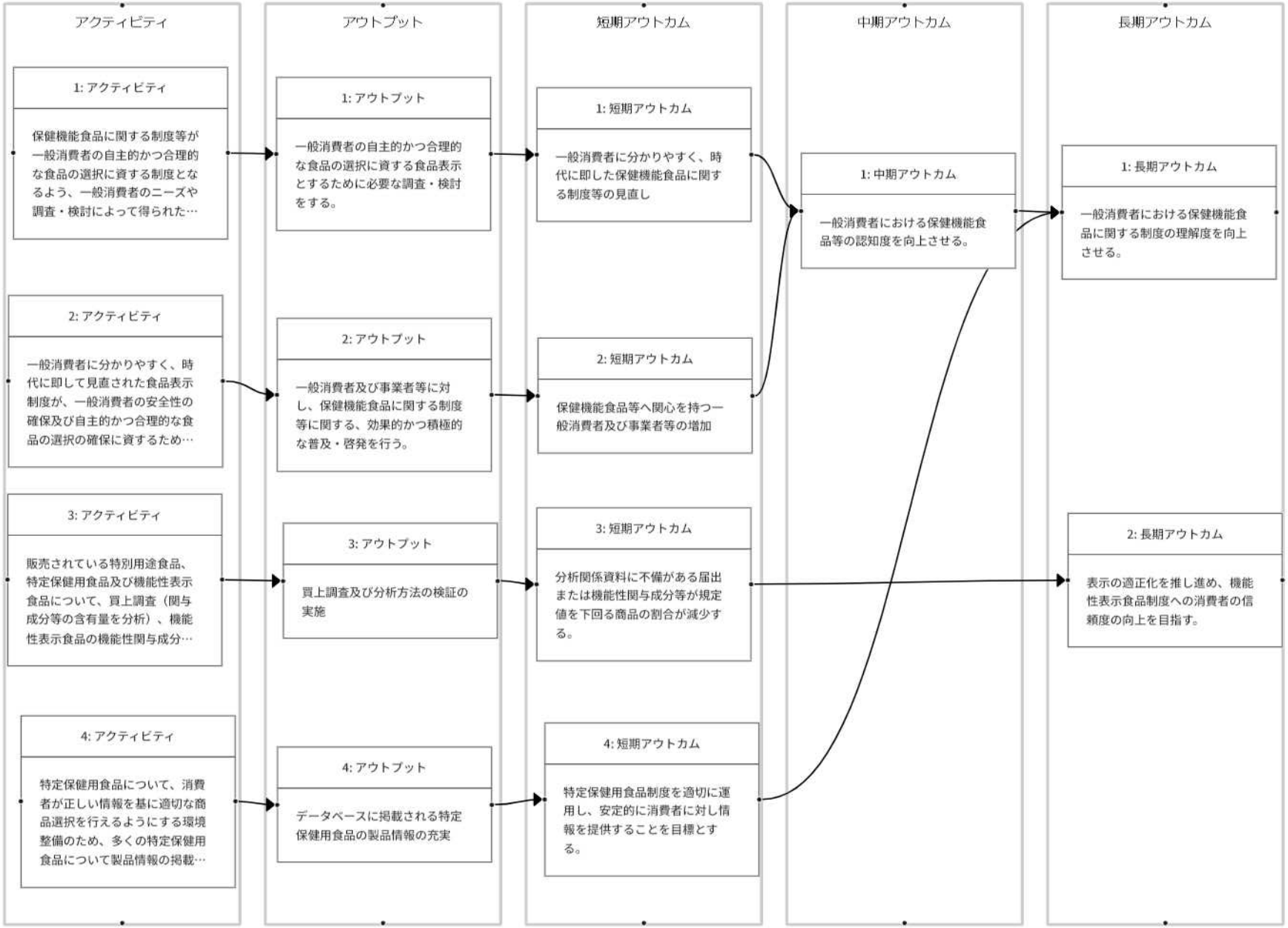
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	30,218	268,154
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費	--	3,888	3,888
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	--	50,568
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	--	90,707

主な増減理由	その他特記事項
「紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応」を踏まえ、錠剤、カプセル剤等食品として届出をした機能性表示食品については、GMPに基づく製造管理が届出者の遵守事項とされたことに伴う消費者庁が立入検査等を行うための必要な体制整備、新規の機能性関与成分に係る機能性表示の裏付けとなる安全性・機能性の課題について科学的知見を有する専門家の意見を聴く仕組みの導入、事後チェックのための買上げ調査事業の対象件数の拡充、及び機能性表示食品等の摂取について、医薬品等との相互作用や過剰摂取等のリスクに関するリスクコミュニケーションの実施・消費者教育の強化等に必要な予算を要求。	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	保健機能食品に関する制度等が一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資する制度となるよう、一般消費者のニーズや調査・検討によって得られた科学的根拠等を踏まえ、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく制度内容の検証を行う。（令和５年度は、「ビタミンB群の高速液体クロマトグラフ法の確立に係る基礎資料の作成」、「栄養機能食品における栄養成分の機能表示の見直しに係る調査」、「栄養成分表示の分析方法の測定誤差等に関する基礎資料の作成業務」、「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業」、「臨床試験における主観的な指標の取扱いに係る調査」を実施。）

アウトプット				
	活動目標	一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資する食品表示とするために必要な調査・検討をする。	活動指標	調査事業実施件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	3	3
	活動実績／成果実績(件)	2	1	5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	本事業は、保健機能食品に関する制度等の適正化・充実のために、一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等を企画・立案することを目的とする事業であり、その効果はまずは「保健機能食品に関する制度等の改正」（食品表示基準の改正、通知及びQ&A等の発出・改定（保健機能食品に関する制度等に限る。））として発現するものである。

短期アウトカム				
	成果目標	一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	取り組んだ調査結果を、今後、制度を見直す際の根拠データとする。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--
	活動実績／成果実績(回)	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	
	一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等の見直しを実施することにより、本制度を認識する一般消費者の増加が見込まれると考えられるため、保健機能食品等の認知度を中期アウトカムとした。

中期アウトカム				
	成果目標	一般消費者における保健機能食品等の認知度を向上させる。	成果指標	一般消費者における特定保健用食品の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品　令和２年：20.7%、令和３年：18.1%、令和４年：19.0%、令和５年：17.5% 栄養機能食品　令和２年：16.5%、令和３年：14.2%、令和４年：15.1%、令和５年：14.5% 栄養成分表示　令和２年：71.9%、令和３年：66.9%、令和４年：70.8%、令和５年：47.1% 特別用途食品　令和２年：-、令和３年：13.1%、令和４年：-、令和５年度：13.6%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	27	26.5	24.5	--
	達成率(%)	--	--	--	--

後続アウトカムへのつながり	
	本制度が「一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等」になっているとすれば、「本制度を認識する一般消費者の増加」も相まって、一般消費者の本制度への理解度の向上につながると考えられるため、保健機能食品に関する制度等の理解度を長期アウトカムに設定した。 なお、本件のように、制度を利用すべき者が限定されている制度については、一般消費者の「満足度」よりも「理解度」をアウトカムとして設定することが相応しいものである。 このアウトカムは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品に関する制度の理解度を向上させる。	成果指標	一般消費者における特定保健用食品表示制度の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品制度　令和２年：17.2%、令和３年：17.1%、令和４年：15.2%、令和５年：16.8% 栄養機能食品制度　令和２年：10.9%、令和３年：9.2%、令和４年：10.2%、令和５年：9.5% 栄養成分表示制度　令和２年：37.9%、令和３年：36.9%、令和４年：36.7%、令和５年：35.5% 特別用途食品制度　令和２年：-、令和３年：14.4%、令和４年：-、令和５年：13.5%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	27.6	28.5	30.6	--
	達成率(%)	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

アクティビティ	一般消費者に分かりやすく、時代に即して見直された食品表示制度が、一般消費者の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の確保に資するためには、①本制度へ関心を持つ一般消費者や事業者の増加及び②事業者による本制度の適正な対応（による本制度の安定的な運用）を図り、一般消費者が本制度への認知度を高め、適切に活用してもらうことが必要であることから、本事業において効果的かつ積極的な普及・啓発の取組を行う。			
アウトプット	活動目標	一般消費者及び事業者等に対し、保健機能食品に関する制度等に関する、効果的かつ積極的な普及・啓発を行う。	活動指標	保健機能食品に関する制度等に関する普及・啓発の取組件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	28	50	58	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	一般消費者向けの食品表示制度のセミナーの企画・開催、消費者庁からの講師派遣、関係団体や地方公共団体を介した周知等、あらゆる手段を用いて効果的かつ積極的な普及・啓発の取組を実施することで、保健機能食品等へ関心を持つ一般消費者及び事業者等の増加を図る。 これらの取組の結果も相まって、保健機能食品等に関心を持った一般消費者や事業者が消費者庁のウェブサイトにアクセスすることが期待されることから、そのアクセス回数を短期的アウトカムに設定した。

短期アウトカム	成果目標	保健機能食品等へ関心を持つ一般消費者及び事業者等の増加	成果指標	保健機能食品等に関する消費者庁ウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	目標年度 2022年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	--	--
	活動実績／成果実績(回)	2,551,192	1,920,784	--
	達成率(%)	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	まず、消費者庁では、毎年、食品表示に関する消費者意向調査を実施し、それぞれの制度の認知度等を評価している。令和４年度の同調査報告書では、保健機能食品をどのようなものか知っている国民の割合は、15.1%（特定保健用食品26.5%、機能性表示食品19.0%、栄養機能食品15.1%）である。また、食品に栄養成分表示がされていることを知っている者の割合は70.8%であるものの、食品の購入時など、ふだんの食生活において「栄養成分の量及び熱量（栄養成分表示）」をいつも参考にしている者の割合は15.9%である。 保健機能食品等への一般消費者の関心が高まることで、一般消費者の更なる保健機能食品等の認知度の向上につながると考えられるため、保健機能食品等の認知度を中期アウトカムに設定した。

中期アウトカム				
	成果目標	一般消費者における保健機能食品等の認知度を向上させる。	成果指標	一般消費者における特定保健用食品の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品　令和２年：20.7%、令和３年：18.1%、令和４年：19.0%、令和５年：17.5% 栄養機能食品　令和２年：16.5%、令和３年：14.2%、令和４年：15.1%、令和５年：14.5% 栄養成分表示　令和２年：71.9%、令和３年：66.9%、令和４年：70.8%、令和５年：47.1% 特別用途食品　令和２年：-、令和３年：13.1%、令和４年：-、令和５年度：13.6%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績					
		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	27	26.5	24.5	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本制度が「一般消費者に分かりやすく、時代に即した保健機能食品に関する制度等」になっているとすれば、「本制度を認識する一般消費者の増加」も相まって、一般消費者の本制度への理解度の向上につながると考えられるため、保健機能食品に関する制度等の理解度を長期アウトカムに設定した。 なお、本件のように、制度を利用すべき者が限定されている制度については、一般消費者の「満足度」よりも「理解度」をアウトカムとして設定することが相応しいものである。 このアウトカムは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品に関する制度の理解度を向上させる。	成果指標	一般消費者における特定保健用食品表示制度の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品制度　令和２年：17.2%、令和３年：17.1%、令和４年：15.2%、令和５年：16.8% 栄養機能食品制度　令和２年：10.9%、令和３年：9.2%、令和４年：10.2%、令和５年：9.5% 栄養成分表示制度　令和２年：37.9%、令和３年：36.9%、令和４年：36.7%、令和５年：35.5% 特別用途食品制度　令和２年：-、令和３年：14.4%、令和４年：-、令和５年：13.5%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	27.6	28.5	30.6	--
	達成率(%)	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-2

アクティビティ	販売されている特別用途食品、特定保健用食品及び機能性表示食品について、買上調査（関与成分等の含有量を分析）、機能性表示食品の機能性関与成分の分析方法の検証を実施する。

アウトプット				
	活動目標	買上調査及び分析方法の検証の実施	活動指標	買上調査及び分析方法の検証を実施した品目数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(品)	190	--	--	--
	活動実績／成果実績(品)	145	340	194	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	販売されている特別用途食品、特定保健用食品及び機能性表示食品の買上調査（関与成分等の含有量を分析）を毎年度実施していくことによって、事業者の品質管理の質を高めていく。また、機能性表示食品の機能性関与成分の分析方法の検証を毎年度実施することによって、事業者に届出資料の改善を求めるとともに、分析方法の問題等を整理していくことによって、機能性表示食品の届出全体における分析方法に関する届出資料の質の向上を図っていく。その結果として、機能性関与成分等が規定値を下回る、あるいは分析関係資料に不備がある事業者が減少していくと考えられるため、分析検証において情報が不十分とされた届出又は買上調査において各成分の規定値を下回った商品の割合を短期アウトカムとして設定した。

短期アウトカム				
	成果目標	分析関係資料に不備がある届出または機能性関与成分等が規定値を下回る商品の割合が減少する。	成果指標	分析検証において情報が不十分とされた届出又は買上調査において各成分の規定値を下回った商品の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度特別用途食品（特定保健用食品を除く。）に係る栄養成分等、特定保健用食品に係る関与成分及び機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業 令和５年度機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する検証事業
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	15
	活動実績／成果実績(%)	29	34	--
	達成率(%)	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	各成分が規定値どおり含まれているかの確認を行うとともに、機能性表示食品の機能性関与成分の分析方法を検証し、課題及び対応方策について整理を行うことをもって、機能性関与成分等が規定値を下回る、あるいは分析関係資料に不備がある事業者が減少していき、表示の適正化が図られることで、機能性表示食品等の保健機能食品への信頼度が向上し、保健機能食品に前向きな関心を示す人が増えることにつながると考えられる。そこで、消費者意向調査において、保健機能食品のうち機能性表示食品を一指標として取り上げ、「摂取している」及び「摂取してみたい」と答えた人の割合を長期アウトカムとして設定した。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム				
	成果目標	表示の適正化を推し進め、機能性表示食品制度への消費者の信頼度の向上を目指す。	成果指標	消費者意向調査において、機能性表示食品を「摂取している」及び「摂取してみたい」と答えた人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査（消費者庁調べ）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績					
		2021年度	2022年度	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	43.1	42	42.4	--
	達成率(%)	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-1

アクティビティ	特定保健用食品について、消費者が正しい情報を基に適切な商品選択を行えるようにする環境整備のため、多くの特定保健用食品について製品情報の掲載をしているデータベースを安定的に運用する。

アウトプット	活動目標	データベースに掲載される特定保健用食品の製品情報の充実	活動指標	データベースに新たに掲載される特定保健用食品の製品情報の掲載件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	30	30	30	30
	活動実績／成果実績(件)	38	16	6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本データベースを安定的に運用した結果、特定保健用食品の普及啓発の効果とも相まって、消費者が商品選択の際に、本サイトを確認することが考えられることから、本ウェブサイト（https://hfnet.nibiohn.go.jp/specific-health-food/detail4722/）へのアクセス数を短期アウトカムとした。

短期アウトカム	成果目標	特定保健用食品制度を適切に運用し、安定的に消費者に対し情報を提供することを目標とする。	成果指標	「「健康食品」の有効性・安全性情報」へのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	目標年度 2022年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	6,811,317	5,819,925	--
	達成率(%)	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本データベースに掲載される製品情報が適切なものになることによって、普及啓発活動の効果による認知度の拡大も相まって、一般消費者の本制度への理解度向上につながると考えられるため、特定保健用食品制度の理解度を長期アウトカムとした。 なお、本件のように、制度を利用すべき者が限定されている制度については、一般消費者の「満足度」よりも「理解度」をアウトカムとして設定することが相応しいものである。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	一般消費者における保健機能食品に関する制度の理解度を向上させる。	成果指標	一般消費者における特定保健用食品表示制度の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ) 機能性表示食品制度　令和２年：17.2%、令和３年：17.1%、令和４年：15.2%、令和５年：16.8% 栄養機能食品制度　令和２年：10.9%、令和３年：9.2%、令和４年：10.2%、令和５年：9.5% 栄養成分表示制度　令和２年：37.9%、令和３年：36.9%、令和４年：36.7%、令和５年：35.5% 特別用途食品制度　令和２年：-、令和３年：14.4%、令和４年：-、令和５年：13.5%
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	最終目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	27.6	28.5	30.6	--
	達成率(%)	--	--	--	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等		
	名前	消費者基本計画工程表（消費者政策会議決定）
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf
	該当箇所	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

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・本事業で実施した各種調査等（諸外国における制度や国内外の表示の実態等の状況、科学的根拠の更新、コーデックス委員会が定めるガイドライン等の情報収集、整理等）の結果は、食品表示法に基づく食品表示基準や健康増進法に基づく関係府令、それらの運用通知の改正等を行うに当たって必要となる科学的根拠等である。本事業を実施することは、保健機能食品に関する制度等の適切な企画・立案・運用を可能としており、それらは消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資するものであることから、国費を投入し優先して実施する必要がある。 ・国において商品を無作為に買い上げて適正な表示がなされていることを確認すること、及び届出された分析法を検証することは、消費者の制度への信頼性を高めるという観点からも、国費投入の必要性が認められ、優先して実施する必要がある（特に、機能性表示食品制度については、事業者の責任において表示される届出制度となった背景から、事業創設から事後チェックが求められている。）。また、事業により課題が見つかった商品については、事業者に対し指導等を行い改善させることで成果を十分活用しており、有効性が認められる。機能性表示食品の届出件数や特定保健用食品・特別用途食品の許可件数、これまでの実績から効果的・効率的な実施の観点からも踏まえつつ、継続的な調査が必要である。 ・データベースは特定保健用食品についての情報発信を行う唯一の公的な情報源であり、消費者の商品選択に資する観点から、国費投入の必要性が認められ、優先して実施する必要がある。また、成果物は消費者の商品選定に資する情報として活用されており、有効性も認められる。さらに、上記の点検結果のとおり経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、保健機能食品に関する制度等の適切な運用を図るとともに、データベースの安定的な運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載や情報提供を行う。		

外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図られたい。

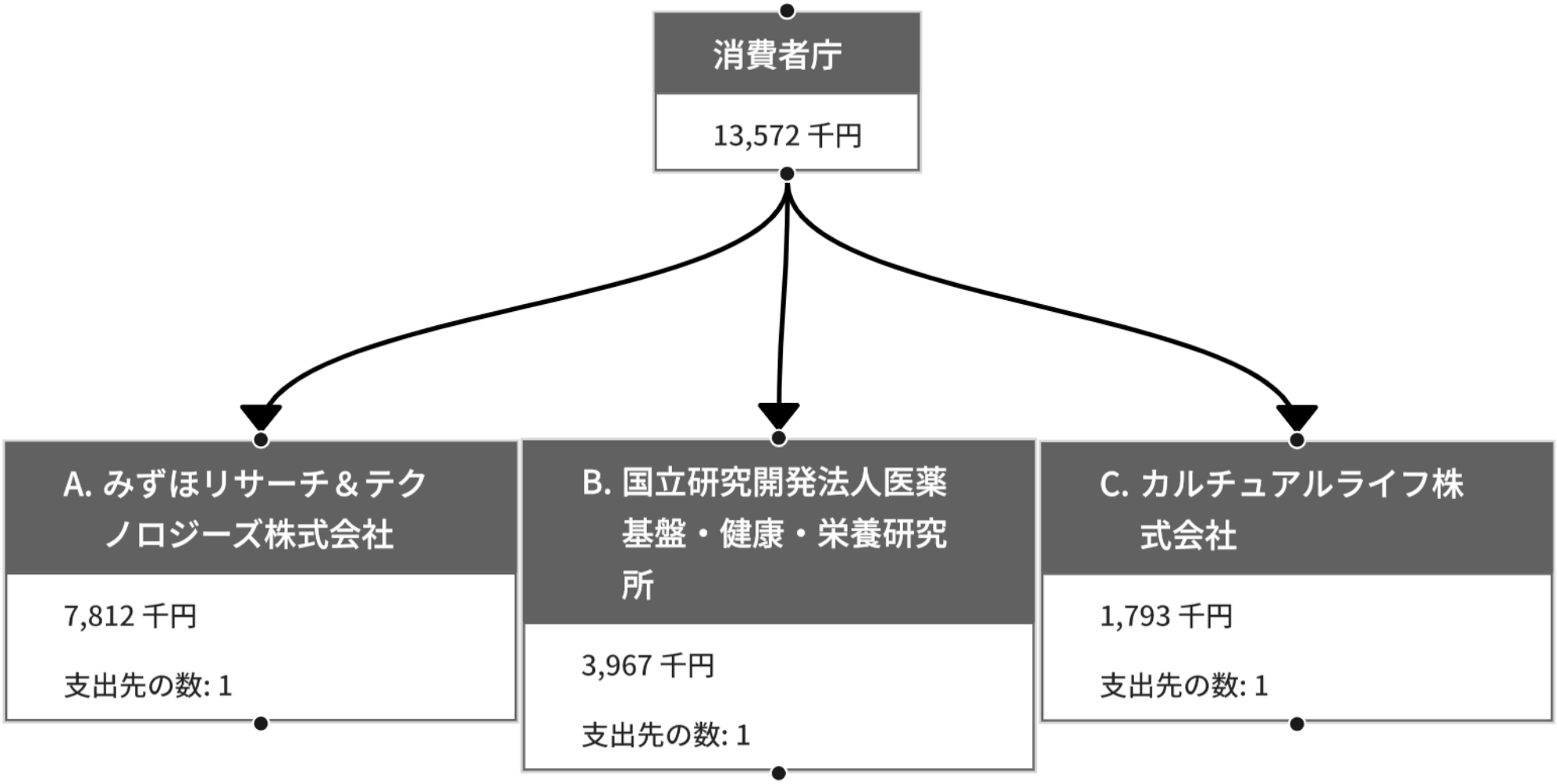
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘のとおり、適切な執行に努めてまいりたい。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--

その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
13,572 千円
A. みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社
7,812 千円
支出先の数: 1
B. 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所
3,967 千円
支出先の数: 1
C. カルチュアルライフ株式会社
1,793 千円
支出先の数: 1

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社	7,812	1	--

支出先名	支出額	法人番号
みずほリサーチ＆テクノロジーズ株式会社	7,812	9010001027685

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
分かりやすい栄養成分表示に向けた取組検討事業 一般競争契約（総合評価）	7,812	3	0	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	3,967	1	--

支出先名	支出額	法人番号
国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	3,967	9120905002657

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ビタミンＢ群の高速液体クロマトグラフ法の確立に係る基礎資料の作成業務 一般競争契約（最低価格）	3,967	2	0	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　カルチュアルライフ株式会社	1,793	1	--

支出先名	支出額	法人番号
カルチュアルライフ株式会社	1,793	1010001191596

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
保健機能食品等の普及用動画等作成に関する事業 一般競争契約（総合評価）	1,793	3	0	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
--	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

食品表示対策の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品表示課				
	作成責任者	清水正雄				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000483	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（26）食品表示対策の推進	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的		
	事業の目的	食品表示は、食品を摂取する際の安全性の確保及び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、もって消費者の利益の増進を図ることを目的とする。
	現状・課題	・時代に即した食品表示制度を検討するに当たり、①特に、アレルギー表示や特別用途食品等の科学的・専門的見地に立脚した制度を適正に企画・立案するためには、食品表示をめぐる情勢の変化に係る各種調査のみならず、専門家の意見を聴取することが必要であるとともに、②国際基準であるコーデックス規格との整合性を踏まえるに当たり、また、我が国の意見を国際基準に反映させるためにも、コーデックス規格策定に向けた議論を行う国際会議に出席する必要がある。 ・食品表示制度を安定的に運営するためには、①整備されたインフラを確実に運用するとともに、②効果的な媒体を用いた普及啓発活動により、消費者の本制度への関心の向上及び事業者による本制度への適正な対応を図り、もって、本制度への認知度を高め、適切に運用してもらうことが必要がある。
	事業の概要	①食品表示制度の見直しを検討する際に必要となる、専門家の意見を聴取するための検討会等を実施。 ②コーデックス規格策定に向けた議論を行うコーデックス委員会へ出席。特に食品表示部会（CCFL）及び同栄養・特殊用途食品部会（CCNFSDU）については、当課が政府代表団の団長として出席。 ③食品表示制度に関する効果的な普及啓発資材の作成。 ④機能性表示の届出書類の確認、特定保健用食品の申請書類の確認、各種制度に関する照会事務への対応、製造所固有記号の申請事務への対応。
	事業概要URL	--

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号	--	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	第四十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	・消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定（令和３年６月15日改定））	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan
	・消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定（令和6年６月14日改定））重点項目５	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	98,000	92,000	89,656	97,248
当初予算	101,000	96,000	92,000	96,107	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	101,000	96,000	92,000	96,107	0
執行額	88,000	95,000	97,218	--	--
執行率	87.1%	99%	105.7%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

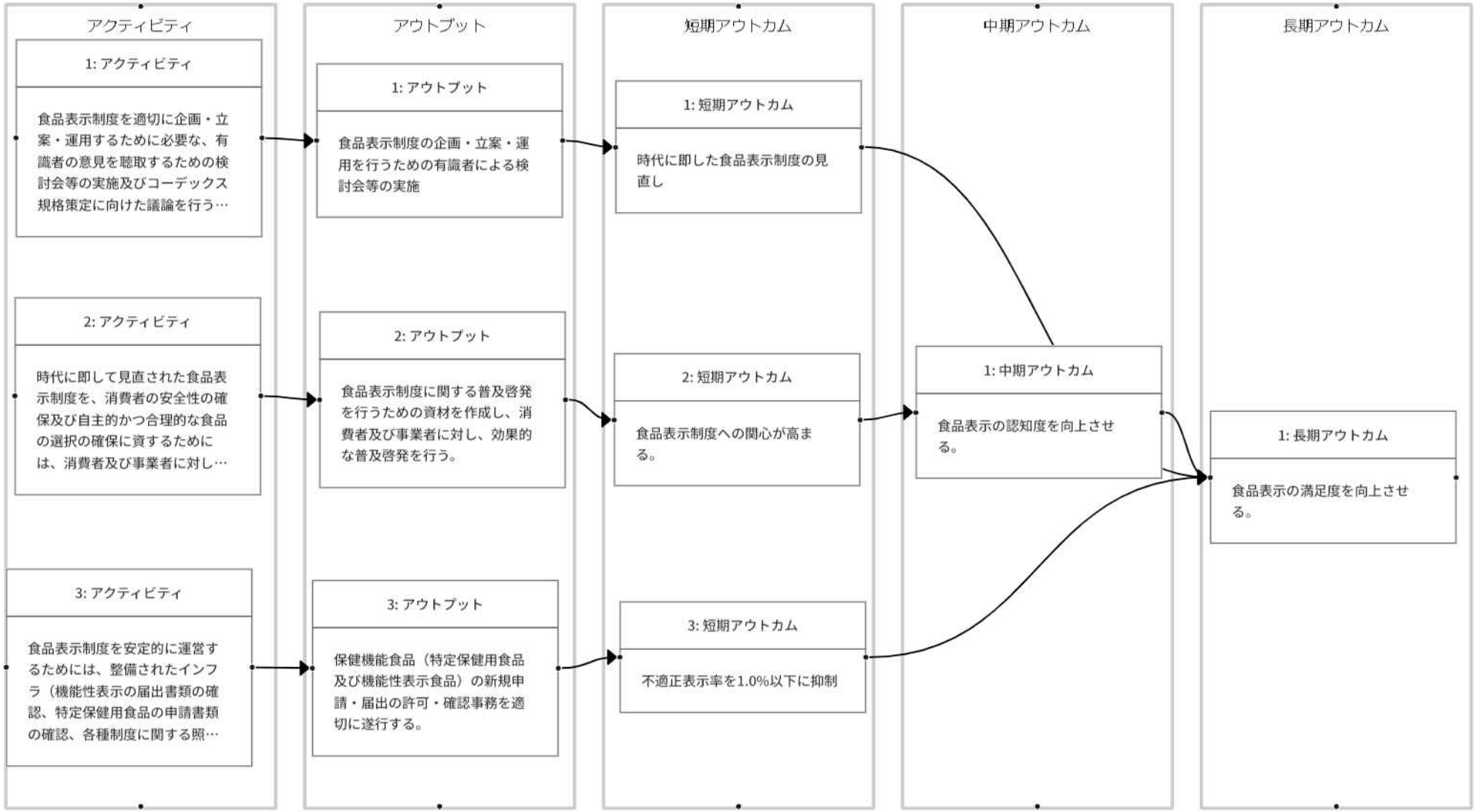
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	49,387	49,387
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	36,566	37,728
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	5,764	5,743
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	3,156	3,156
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	1,234	1,234

主な増減理由	--	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	食品表示制度を適切に企画・立案・運用するために必要な、有識者の意見を聴取するための検討会等の実施及びコーデックス規格策定に向けた議論を行うコーデックス委員会への出席。具体的な実施内容としては、①食物アレルギー制度の特定原材料に準ずる品目の見直しの検討、②特別用途食品の許可の検討、の際に有識者の意見を聴取するための検討会を実施した。さらに、コーデックス規格の策定に係る議論を行うコーデックス委員会に出席し、将来的な我が国の食品表示制度の検討に資しているところである。 コーデックス委員会食品表示部会（CCFL）及び栄養・特殊用途食品部会（CCNFSDU）への参加回数 ＜活動実績＞令和３年度：２回、令和４年度：１回、令和５年度：１回

アウトプット				
	活動目標	食品表示制度の企画・立案・運用を行うための有識者による検討会等の実施	活動指標	制度の適正化・充実を図るための検討会等の開催件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	9	4	4	--
	活動実績／成果実績(回)	6	10	6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案・運用することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。

短期アウトカム				
	成果目標	時代に即した食品表示制度の見直し	成果指標	制度改正
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本事業は、「食品を摂取する際の安全性の確保及び消費者の自主的かつ合理的な商品の選択の機会の確保を図る」ために、時代に即した食品表示制度を企画・立案することを目的とする事業であり、その効果はまずは「制度の改正」として発現するものである。一方で、本制度改正において重要なことは、その改正した数ではなく、消費者のニーズに応え得る改正が行えたかであることから、「制度の改正回数」を定量的な目標として設定することは相応しくない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本事業は最終的には、食品表示制度の適正化・充実によって一般消費者の利益の増進を図るものであるが、適正化のための課題は時代によって刻一刻と変化している。安定的で適正な制度とするためには、柔軟に課題を見極めるとともに、この変化する政策ニーズに即応し、本事業実施の結果、消費者により受け入れられる制度とすることが求められている。本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム				
	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	90	90
	活動実績／成果実績	90	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

アクティビティ	時代に即して見直された食品表示制度を、消費者の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の確保に資するためには、消費者及び事業者に対し、食品表示制度に関する効果的な資材を用いた普及啓発により、①消費者の本制度への関心の向上及び②事業者による本制度の適正な対応（による本制度の安定的な運用）を図り、もって、消費者が本制度への認知度を高め、実際に活用してもらうことが必要であることから、本事業において必要な普及・啓発資材を作成する。			
アウトプット	活動目標	食品表示制度に関する普及啓発を行うための資材を作成し、消費者及び事業者に対し、効果的な普及啓発を行う。	活動指標	食品表示に関する普及・啓発資材（パンフレット、ポスター等）の配布枚数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(枚)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(枚)	63,607	293,748	12,763	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	作成した普及啓発資材を、消費者向けの食品表示制度のセミナー、消費者庁からの講師派遣、団体や地方自治体を介した周知普及などあらゆる手段を用いて効果的かつ積極的に配布することで、消費者や事業者の食品表示制度の関心の高まりを図る。これらの取組の結果も相まって、食品表示制度に関心を持った消費者や事業者から当庁の関連するサイトへ多くのアクセスがなると考えられることから、短期アウトカムとして、食品表示基準等に関するウェブサイトのアクセス数を設定した。

短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心が高まる。	成果指標	食品表示基準等に関するウェブサイトへのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁調べ
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(回)	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
	活動実績／成果実績(回)	5,935,215	4,576,478	--	--
	達成率(%)	148.4	114.4	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の制度への関心が高まることで、消費者の更なる食品表示の認知度向上につながると考えられるため、食品表示の認知度を中期アウトカムとした。

中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度を向上させる。	成果指標	食品表示の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(%)	58.9	56.3	56.5	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	本制度が「消費者の政策ニーズを踏まえた、時代に即した制度になっている」とすれば、普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」も相まって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	90	90
	活動実績／成果実績	90	--
	達成率(%)	100	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-1

アクティビティ	食品表示制度を安定的に運営するためには、整備されたインフラ（機能性表示の届出書類の確認、特定保健用食品の申請書類の確認、各種制度に関する照会事務への対応、製造所固有記号の申請事務への対応）を確実に運用する。

アウトプット	活動目標	保健機能食品（特定保健用食品及び機能性表示食品）の新規申請・届出の許可・確認事務を適切に遂行する。	活動指標	保健機能食品（特定保健用食品及び機能性表示食品）の新規届出確認数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(回)	1,330	1,443	1,444	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示基準の見直しに伴う制度の安定的な運用のために、外部（消費者・事業者等）からの照会対応が発生する。 なお、本事業における照会事項には、アウトプットに示した保健機能食品以外にも、各種制度に関する照会事務への対応、製造所固有記号の申請事務への対応も存在し、その問合わせ件数は以下のとおり。 ＜各種制度に関する照会への対応＞　令和２年度：20,588件、令和３年度：22,049件、令和４年度：20,272件、令和５年度：9,614件 ＜製造所固有記号の申請事務への対応＞　令和２年度：12,279件、令和３年度：9,465件、令和４年度：8,371件、令和５年度：8,883件 これらの照会事務を通じて、制度が安定的に運用されていることが考えられ、その指標（短期アウトカム）として、不適正表示率を設定した。

短期アウトカム	成果目標	不適正表示率を1.0%以下に抑制	成果指標	加工食品の義務表示事項の不適正表示率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者基本計画工程表評価書
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	1
	活動実績／成果実績(%)	0.9	1.3	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	不適正表示率を継続的に低いレベルに抑えた結果、消費者からの本制度に対する信頼は高まり、これは時代に即した制度の見直しと相まって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。これは、食品表示制度の最終的な目的である、「食品を摂取する際の安全性の確保及び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食品表示制度の適正を確保し、もって一般消費者の利益の増進を図る」ことの指標として相応しいものである。

長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度を向上させる。	成果指標	食品表示の消費者の満足度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書(消費者庁調べ)
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	90	90
	活動実績／成果実績	90	--
	達成率(%)	100	--

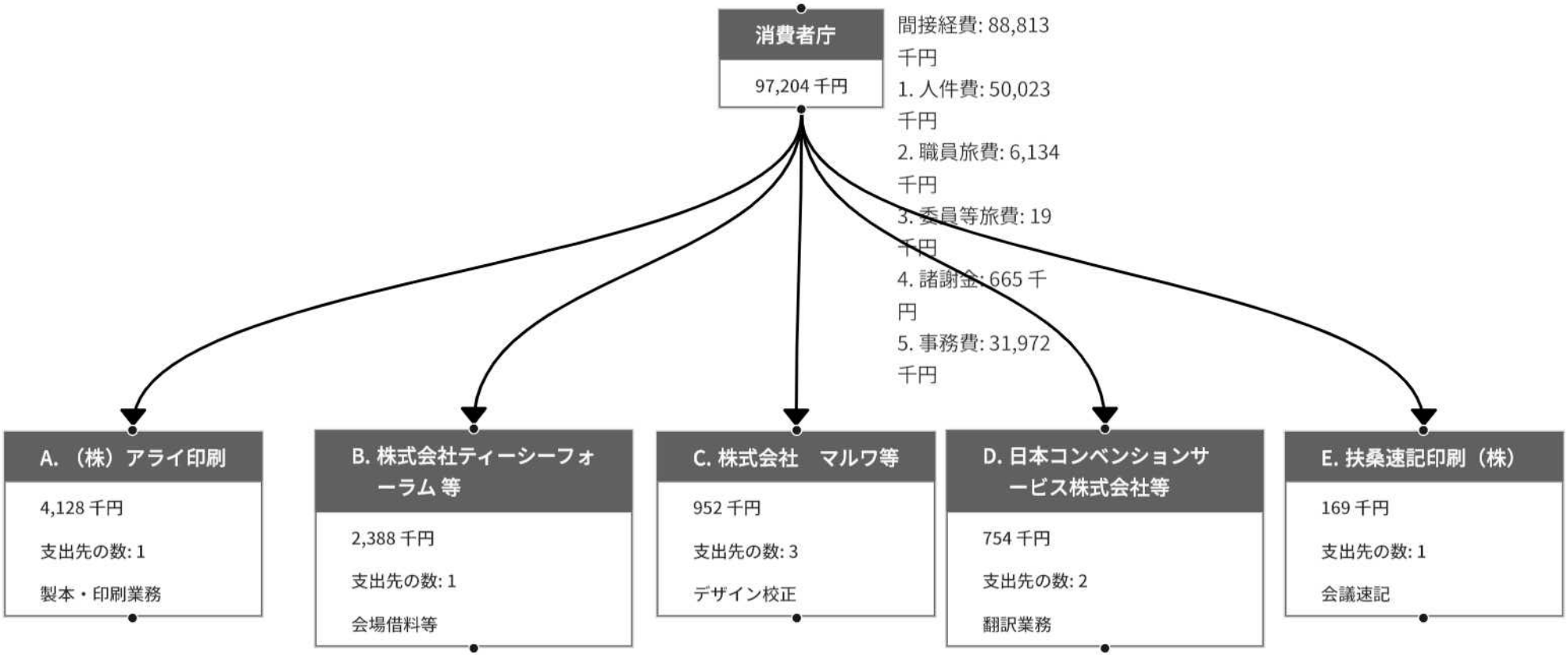
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表（消費者政策会議決定）
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf
	該当箇所	重点項目５　食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	食品表示は、食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保に関して、重要な役割を果たしており、これを適切に企画・立案・運用するために、国費投入の必要性が認められる。また、活動実績が見込みに見合ったものであることから有効性についても妥当であると評価できる。予算の執行率に関しても経年的に改善されていることからも適切に執行されている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、適切な予算執行に努めるとともに、時代に即した制度の企画・立案・運用を実施する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	調達全般が少額のため随意契約による契約となっているが、複数社からの見積もりをとるなどより競争性を確保しつつ適切な予算執行に努められたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	少額な契約においても複数社から見積もりをとるなど、競争性を確保しつつ適切な予算執行に努めてまいりたい。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
97,204 千円
間接経費: 88,813 千円
1. 人件費: 50,023 千円
2. 職員旅費: 6,134 千円
3. 委員等旅費: 19 千円
4. 諸謝金: 665 千円
5. 事務費: 31,972 千円
A. （株）アライ印刷
4,128 千円
支出先の数: 1
製本・印刷業務
B. 株式会社ティーシーフォーラム 等
2,388 千円
支出先の数: 1
会場借料等
C. 株式会社　マルワ等
952 千円
支出先の数: 3
デザイン校正
D. 日本コンベンションサービス株式会社等
754 千円
支出先の数: 2
翻訳業務
E. 扶桑速記印刷（株）
169 千円
支出先の数: 1
会議速記

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　（株）アライ印刷	4,128	1	製本・印刷業務

支出先名	支出額	法人番号
（株）アライ印刷　他	4,128	6010901000777

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「食物アレルギーのお客様との会話で困った経験ありませんか」～の印刷 随意契約（少額）	2,477	--	--	--
「外食・中食での食物アレルギー動画普及啓発資材（リーフレット）」の印刷 随意契約（少額）	1,376	--	--	--
リーフレット「知っていますか？～」のレイアウト調整及び印刷・製本業務 随意契約（少額）	275	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社ティーシーフォーラム 等	2,388	1	会場借料等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ティーシーフォーラム	1,776	2120001077610

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「第１０７回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等 随意契約（少額）	489	--	--	--
「第１１０回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等 随意契約（少額）	470	--	--	--
「特別用途食品の許可等に関する委員会」開催に係る会場借料等 随意契約（少額）	413	--	--	--

第６回「食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議」開催に係る会場借料等 随意契約（公募）	404	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
（株）ティーケーピー	612	7010001105955

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
第５回食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議 随意契約（少額）	612	0	0	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社　マルワ等	952	3	デザイン校正

支出先名	支出額	法人番号
株式会社　マルワ	825	1180001024335

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「外食・中食～アレルギー動画研修教材～リーフレット」のデザインデータの校正業務 随意契約（少額）	825	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
公益社団法人　日本食品衛生協会	83	3011005000122

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
容器包装詰低酸性食品に関する周知啓発パンフレットの版下作成 随意契約（少額）	83	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
一般社団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会	44	7010005014509

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	「訪日外国人旅行者向け～コミュニケーションツール」のＵＣＤＡ認証の更新 随意契約（少額）	44	--	--	--	

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　日本コンベンションサービス株式会社等	754	2	翻訳業務

支出先名	支出額	法人番号
日本コンベンションサービス株式会社	754	2010001033161

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食物アレルギー公定検査法翻訳業務 随意契約（少額）	754	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　扶桑速記印刷（株）	169	1	会議速記

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷（株）	169	9010001027784

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
会議速記 随意契約（少額）	169	--	--	--

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
--	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	参事官（調査研究・国際担当）			
	作成責任者	柳沢信高				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000491	事業開始年度	2014	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（27）消費者意識･行動等の調査･分析及び消費者白書作成･報告		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	消費者白書（「消費者政策の実施の状況」及び「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」）を作成し、消費者問題の現状等に対する消費者の理解促進を通じて、消費者被害の拡大及び発生防止を図る。				
	現状・課題	消費者の意識や行動等について、様々なツールを用いて調査を実施し、消費者問題の現状や求められる政策ニーズ等を把握する。 また、消費者白書について、消費者にとって有益な情報を記載するとともに、より多くの消費者に対して情報提供・周知啓発を行う。				
	事業の概要	・調査・研究 ①消費者の利益の擁護及び増進に関する基本的な政策に関する調査・研究を実施する。 ②消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。 ・消費者白書 次の情報を取りまとめ、消費者白書の作成・公表を行う。 ①政府が講じた消費者政策の実施状況（消費者基本法に基づくもの） ②消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果（消費者安全法に基づくもの） ③その他、調査・研究の結果				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者基本法	昭和四十三年法律第七十八号	第十条の二	--	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号	第十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改定）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	123,000	86,000	69,000	72,400
当初予算	56,000	66,000	75,000	69,629	--
補正予算	△100	△60	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	3,100	--	--	--	--
計	59,000	65,940	75,000	69,629	0
執行額	59,000	60,000	61,282	--	--
執行率	100%	91%	81.7%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

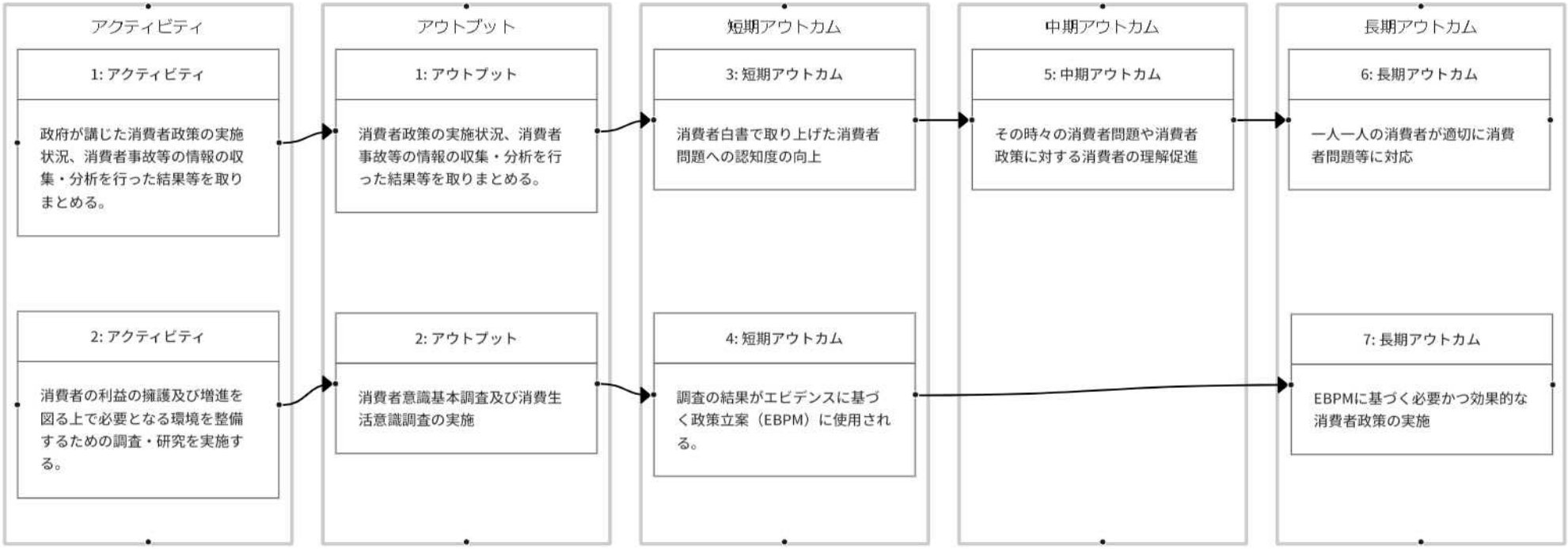
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	56,665	59,470
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	12,346	12,312
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	324	324
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	182	182
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	112	112

主な増減理由	通信運搬費や人件費等の積算単価の見直しにより増額	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-3-5-6

アクティビティ	政府が講じた消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。			
アウトプット	活動目標	消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。	活動指標	消費者白書の作成・公表回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回数)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(回数)	1	1	1	1

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者に消費者白書で取り上げたその時々の消費者問題等の内容を知ってもらうことにより、消費者問題や消費者政策の認知度が高まるため。

短期アウトカム	成果目標	消費者白書で取り上げた消費者問題への認知度の向上	成果指標	消費者白書が全国紙（５大紙）で報道された回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回数)	4	4	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	4	7	7	--
	達成率(%)	100	175	100	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者白書の内容を認識する者が増えることで、その時々の消費者問題や消費者政策に対する理解促進につながるため。

中期アウトカム	成果目標	その時々の消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進	成果指標	その時々の消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・白書講演会の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果等によれば、白書で取り上げた消費者問題や消費者政策について、高い理解度が得られた ・また、各府省庁や地方自治体の消費者行政担当者の理解促進につながった	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	その時々の消費者問題や消費者政策に関する消費者の理解促進については、その時々の社会情勢によって取り上げる問題や力を入れる政策も左右されるため、消費者の理解促進についても1つの定量指標で測定することが難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	その時々の消費者問題や消費者政策に対する理解が促進されることで、消費者においては、一人一人の消費者力が上がり消費者問題等の解決に資するようになるとともに、各省庁や地方自治体においては、各組織において必要となる消費者政策が把握できるようになることから適切な消費者政策が行われるようになるため。

長期アウトカム	成果目標	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応	成果指標	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・消費生活意識調査（「消費者トラブルに遭った際、相談するなど解決に向けた行動をする」ことを心がけているとした人の割合が７割以上） ・各省庁や地方自治体において消費者にとって必要な消費者政施策の実施がとられるよう担保される効果があった	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	一人一人の消費者が適切に消費者問題等に対応することについて、消費者それぞれが対応する消費者問題は様々であるため、対応の程度を1つの定量指標で測定することが難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-4-7

アクティビティ	消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。			
アウトプット	活動目標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施	活動指標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回数)	1	1	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	1	7	6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	調査などで収集したエビデンスが政策立案に活用されることで、効果的な消費者政策が実施できるため。

短期アウトカム	成果目標	調査の結果がエビデンスに基づく政策立案（EBPM）に使用される。	成果指標	消費者基本計画工程表においてKPIとして設定されている成果を測定した回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	○消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定）（令和５年６月 13 日改定） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf ○消費生活意識調査 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003 ○消費者意識基本調査 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(設問数)	--	26	29
	活動実績／成果実績(設問数)	26	29	--
	達成率(%)	--	111.5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現するため、エビデンスに基づく政策立案（EBPM）を実施する必要がある。

長期アウトカム				
	成果目標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の実施	成果指標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の検討
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者基本計画工程表における重点施策のKPIに本事業の調査結果が活用され、かつ、同工程表の改定作業を通じて各施策のPDCAサイクルへ寄与	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	様々な消費者政策についてのEBPMに基づく効果的な改善状況を単一の定量指標をもって図ることは難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

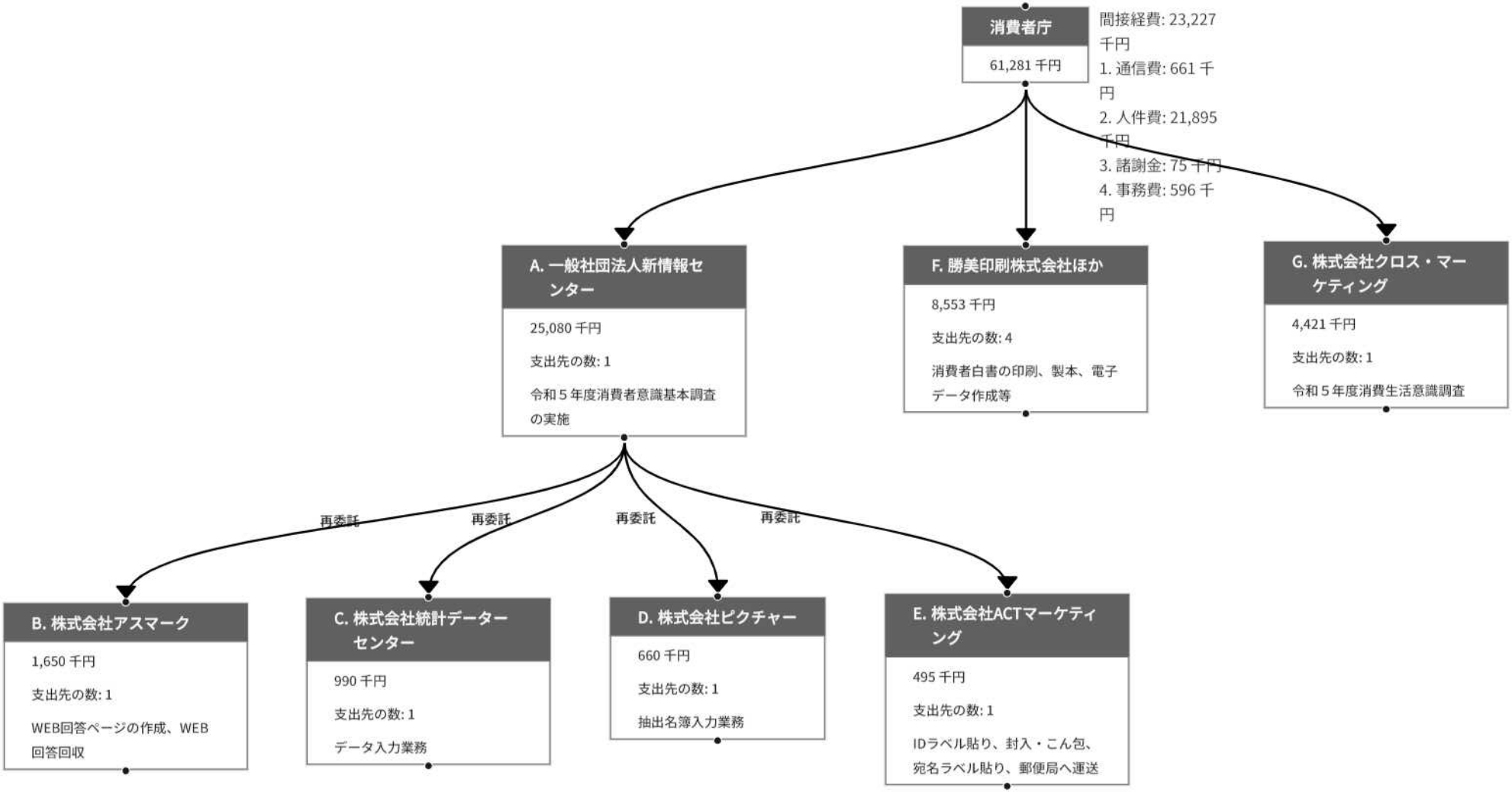
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等		
	名前	消費者基本計画工程表（令和５年６月13日改定）
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf
	該当箇所	重点項目１

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・消費者白書は、消費者基本法及び消費者安全法の規定に基づき、国会への報告を行うことが義務付けられており、必要不可欠である。また、当該白書において、消費者意識・行動や様々な政策ニーズについて記載できるように、消費者意識基本調査を実施し、調査結果に基づき消費者問題の現状や課題を分析している。 ・消費者白書の作成（及びそれに付随する意識基本調査の委託）においては、基本的には一般競争入札を行い、また、少額の事業に係る随意契約においても見積合わせを活用することで、より競争性が確保されるよう努めた。今後は、消費者白書のオンライン活用を推進することで、関係行政機関、地方公共団体及び国民生活センターへの冊子提供数について見直しを図り、更なる経費削減に努めている。 ・消費者白書は、印刷請負相手方において市販版も作成し、一般消費者が様々な媒体で消費者白書に触れることができるよう工夫を行っている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、関係各所と連携し必要な調査・研究を行い、収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2020
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	競争による調達の実施やオンラインの活用など経費削減に努めている点について評価する一方、一者応札については応札者を増やすため、引き続き、仕様書の内容や参加条件の見直しなどの検討を行っていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘を踏まえ、引き続き、調達において応札者を増やせるよう仕様書の内容や参加条件の見直しなどの検討を行っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
61,281 千円
間接経費: 23,227 千円
1. 通信費: 661 千円
2. 人件費: 21,895 千円
3. 諸謝金: 75 千円
4. 事務費: 596 千円
A. 一般社団法人新情報センター
25,080 千円
支出先の数: 1
令和５年度消費者意識基本調査の実施
F. 勝美印刷株式会社ほか
8,553 千円
支出先の数: 4
消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等
G. 株式会社クロス・マーケティング
4,421 千円
支出先の数: 1
令和５年度消費生活意識調査
再委託
再委託
再委託
再委託
B. 株式会社アスマーク
1,650 千円
支出先の数: 1
WEB回答ページの作成、WEB回答回収
C. 株式会社統計データーセンター
990 千円
支出先の数: 1
データ入力業務
D. 株式会社ピクチャー
660 千円
支出先の数: 1
抽出名簿入力業務
E. 株式会社ACTマーケティング
495 千円
支出先の数: 1
IDラベル貼り、封入・こん包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　一般社団法人新情報センター	25,080	1	令和５年度消費者意識基本調査の実施

支出先名	支出額	法人番号
一般社団法人新情報センター	25,080	1011005000041

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度消費者意識基本調査 一般競争契約（最低価格）	25,080	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社アスマーク	1,650	1	WEB回答ページの作成、WEB回答回収

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アスマーク	1,650	2010901015886

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「令和５年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収 その他(Aの再委託)	1,650	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社統計データーセンター	990	1	データ入力業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社統計データーセンター	990	6030001088118

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「令和５年度消費者意識基本調査」業務に係るデータ入力業務 その他(Aの再委託)	990	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

D	株式会社ピクチャー	660	1	抽出名簿入力業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ピクチャー	660	6010001055086

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「令和５年度消費者意識基本調査」業務に係る抽出名簿入力業務 その他(Aの再委託)	660	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　株式会社ACTマーケティング	495	1	IDラベル貼り、封入・こん包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＡＣＴマーケティング	495	7040001025465

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「令和５年度消費者意識基本調査」業務に係るIDラベル貼り、封入・こん包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送 その他(Aの再委託)	495	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F　勝美印刷株式会社ほか	8,553	4	消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等

支出先名	支出額	法人番号
勝美印刷株式会社	7,828	9010001001855

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成、和文英訳等の作業請負 一般競争契約（総合評価）	7,549	1	--	--
令和６年版消費者白書に掲載する図表画像の作成作業請負 随意契約（少額）	158	--	--	--

令和５年版消費者白書市販版の購入 随意契約（少額）	121	--	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
株式会社明和サービス	284	8011201011876

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年版消費者白書のこん包・発送 随意契約（少額）	284	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ａ	284	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者白書の普及啓発に係るチラシ等の作成業務 随意契約（少額）	198	--	--	--
消費者白書の普及啓発に係るイラストの作成業務 随意契約（少額）	86	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社太陽美術	157	6010601003790

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年版消費者白書概要版の印刷 随意契約（少額）	157	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
Ｇ　株式会社クロス・マーケティング	4,421	1	令和５年度消費生活意識調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社クロス・マーケティング	4,421	9010001086351

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度消費生活意識調査 一般競争契約（最低価格）	4,421	2	--	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	一般社団法人新情報センター	令和５年度消費者意識基本調査	雑役務費	令和５年度消費者意識基本調査の実施	21,285
	--	--	--	再委託費	WEB回答ページの作成、回答回収業務を株式会社アスマークに業務委託	1,650
	--	--	--	再委託費	データ入力業務を株式会社統計データーセンターに業務委託	990
	--	--	--	再委託費	抽出名簿入力業務を株式会社ピクチャーに業務委託	660
	--	--	--	再委託費	IDラベル貼り、封入・こん包等業務を株式会社ACTマーケティングに業務委託	495
	B	株式会社アスマーク	「令和５年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収	雑役務費	WEB回答ページの作成、WEB回答回収	1,650
	F	勝美印刷株式会社	令和５年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成、和文英訳等の作業請負	印刷製本費	令和５年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等	7,549
	G	株式会社クロス・マーケティング	令和５年度消費生活意識調査	雑役務費	令和５年度消費生活意識調査	4,421

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

消費者行政に係る国際的な連携の強化

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 参事官（調査研究・国際担当）				
	作成責任者	柳沢信高 大友伸幸				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000457	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業	

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（28）消費者行政に係る国際的な連携の強化	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	グローバル化やデジタル化の進展等による越境的な取引の増加などに伴い、様々な消費者問題が国境を越えて発生している。解決に当たっては、海外当局との連携強化が必要であり、また、新たな消費者問題は、世界共通であるため感度高く国際的な動向を注視する必要がある。それらのことを通じて、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。
	現状・課題	様々な消費者問題が国境を越えて発生しており、その解決に当たっては、海外当局との連携を強化していくことが求められる。また、海外で発生している消費者問題等を迅速に把握し、適切に対応する必要がある。
	事業の概要	OECD消費者政策委員会を始めとする国際会合への参画等を通じ、国際的な知見の収集や連携の強化を行う。また、海外当局との協力・連携の促進のため、国際会合等を通じて各国消費者行政機関との間で協力関係構築のための協議・意見交換等を行う。 消費者庁新未来創造戦略本部において、国際共同研究等の新たな取組を推進し、有用な施策の積極的な導入に取り組むとともに、国際シンポジウム等を開催し、各国の法制度や現状を把握するとともに、日本の消費者行政を発信する。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者基本法	昭和四十三年法律第七十八号	第二十一条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定、令和３年６月15日改定）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	--	--
	--	--

補助率	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
実施方法	直接実施			
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	168,000	150,000	157,000	143,778
当初予算	106,000	95,000	107,000	130,178	--
補正予算	△33	△23	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	△3,100	--	△3,233	--	--
計	102,867	94,977	103,767	130,178	0
執行額	83,000	76,000	71,784	--	--
執行率	80.7%	80%	69.2%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

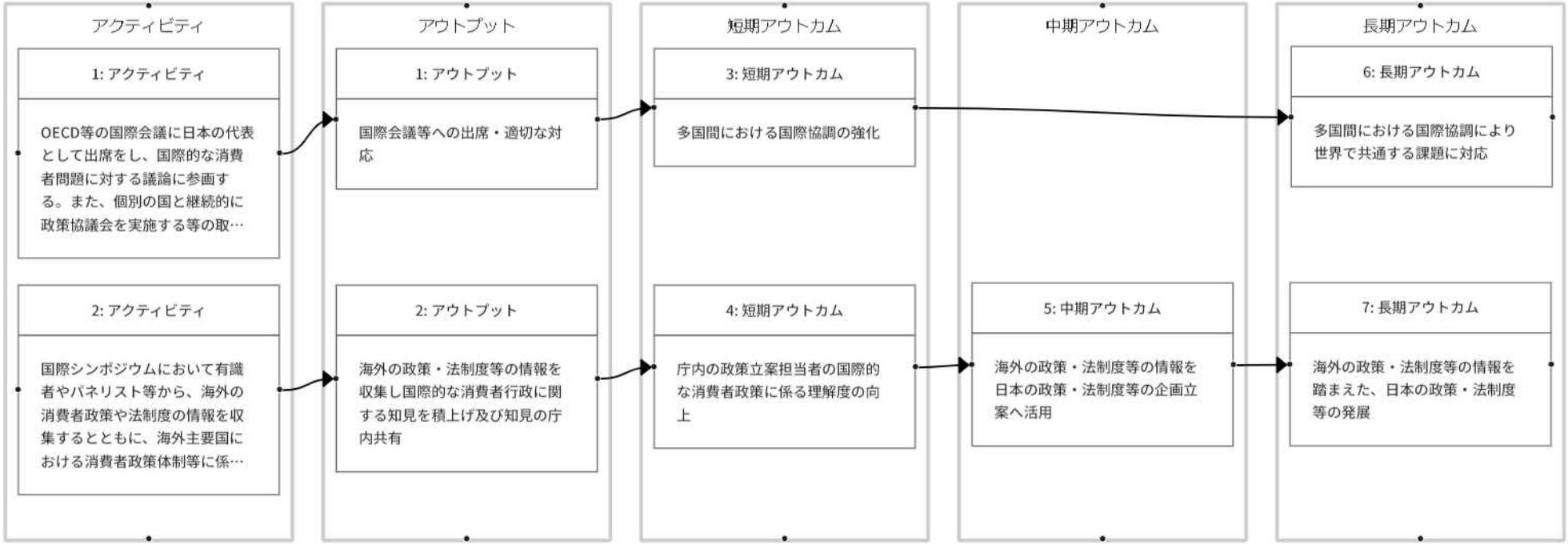
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	30,000	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	65,308	77,398
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 経済協力開発機構拠出金	--	36,827	36,827
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	20,831	22,365
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	4,558	6,156
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	2,654	1,032

主な増減理由	その他特記事項
・AIを活用した消費者被害防止策に係る調査研究の要望要求による増 ・前年度限りであるOECD消費者政策閣僚会合等による減	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-3-6

アクティビティ	OECD等の国際会議に日本の代表として出席をし、国際的な消費者問題に対する議論に参画する。また、個別の国と継続的に政策協議会を実施する等の取組で、充実した政策対話を行う。

活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	国際会議等への出席・適切な対応	活動指標	国際会議等への出席回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	36	36
	活動実績／成果実績(件)	31	36	47	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	OECD等の国際会議における多国間での取組及び個別の国・地域等と密接に連携できる関係を構築する必要があるため。

短期アウトカム	成果目標	多国間における国際協調の強化	成果指標	多国間における国際協調への貢献状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	OECD消費者政策委員会及び製品安全作業部会において、副議長を長年務めており、議論を主導する重要な役割を担っている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	多国間における国際協調については、個別の国・地域等との関係構築度合いを定量指標で測定することが難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	個別の国・地域等との会議に参加し、重要な役割を担う等を通じて、多国間における関係の構築を維持・強化することで、世界で共通する課題に対応できる関係にしておくため。

長期アウトカム	成果目標	多国間における国際協調により世界で共通する課題に対応	成果指標	国際的キャンペーンへの参加回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回)	3	3	2	3
	活動実績／成果実績(回)	3	3	2	--
	達成率(%)	100	100	100	--

アクティビティからの発現経路 2-2-4-5-7

アクティビティ	国際シンポジウムにおいて有識者やパネリスト等から、海外の消費者政策や法制度の情報を収集するとともに、海外主要国における消費者政策体制等に係る調査を実施している。これらの他にも海外当局などから、先進的な消費者政策・法制度の情報を収集し、それらによって得られた、海外の政策・法制度に関する情報は、庁内に共有している。

活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	海外の政策・法制度等の情報を収集し国際的な消費者行政に関する知見を積上げ及び知見の庁内共有	活動指標	国際シンポジウム等の開催件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(件)	--	--	3	3
活動実績／成果実績(件)	4	3	6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	収集した海外の政策・法制度等の国際的な消費者行政に関する知見を庁内共有する際、分かりやすい情報発信がなされることで、庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上が期待されるため。

短期アウトカム	成果目標	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上	成果指標	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解促進の状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	「サステナブルファッションに関する日EU国際シンポジウム」を開催するなどし、庁内の政策立案担当者等が参加したり、関係者がその結果の報告を行うことを通じて、国際的な消費者政策に係る理解促進に寄与した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	庁内の政策立案担当者の国際的な消費者政策に係る理解度の向上を定量指標で測定することが難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	海外の政策・法制度等の情報が企画立案にいかされることで、より視野の広く、高いレベルの検討が可能となるため。

中期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を日本の政策・法制度等の企画立案へ活用	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を日本の政策・法制度等の企画立案へ活用
	定性的なアウトカムに関する成果実績	海外の政策・法制度等の情報（例：EUにおける消費者法制に係る立法動向等）を、今後の検討にも資する参考資料として庁内の政策立案担当者に共有された。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	政策・法制度の企画立案への活用状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	海外の政策・法制度等の情報をいかして日本の政策等を行っていくことが重要であるため。

長期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の発展	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	共有された海外の政策・法制度等の情報（例：EUにおける消費者法制に係る立法動向等）も参考としつつ、日本の政策等が進められた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	海外の情報を踏まえた政策・法制度の実施状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

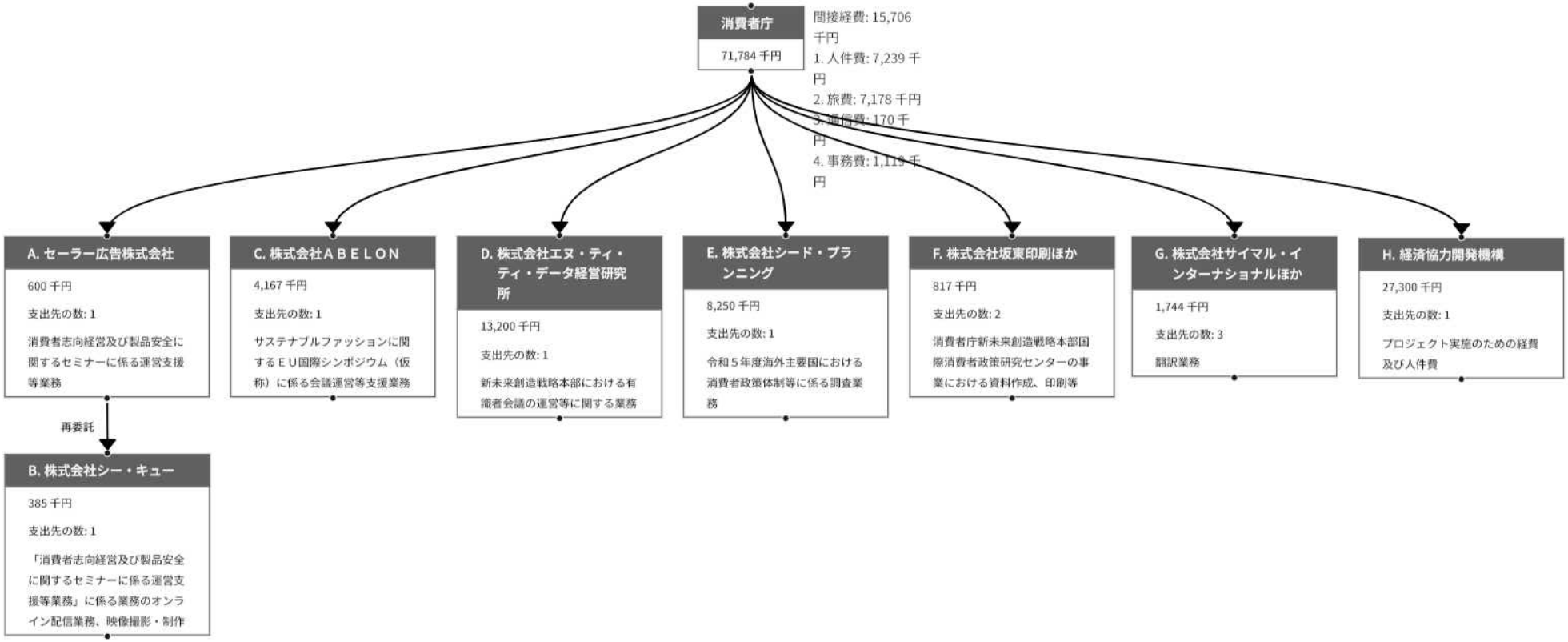
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・国際的な情報交換や議論を通し、協力の推進・強化を積極的に行うことは重要であり各国の政策当局との協力関係の構築を図るためには、我が国を代表する政府機関の国際会議等への参加が必要不可欠である。また、グローバル化やデジタル化が進展し、消費者問題が多様化・複雑化する中、既存の枠組みにとらわれない実効的な施策の検討・展開が求められており、学術的な知見や諸外国の先進的事例・先行研究等の政策対話等を通じた収集、また、それらを踏まえた調査研究等が不可欠である。 ・OECDへの拠出金について、日本の問題意識を的確に反映するために合理的かつ真に必要なものに限定して支出している。また調達手続においては、競争入札又は見積合わせを行うことで、競争性の確保に努めている。 ・国際シンポジウムの開催のほか、新型コロナウイルス感染症の感染拡大及びデジタル化の加速に対応した国際プロジェクトへの貢献等は、消費者行政における国際的な協力関係の構築等に寄与していると考えられる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、多国間での取組及び個別の国・地域等と密接に連携できる関係を構築し、また海外の消費者政策・法制度の情報を収集し日本の政策等に活用できるよう、適切かつ効果的な事業の執行を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図られたい。

所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘を踏まえ、引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図っていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
71,784 千円
間接経費: 15,706 千円
1. 人件費: 7,239 千円
2. 旅費: 7,178 千円
3. 通信費: 170 千円
4. 事務費: 1,119 千円
A. セーラー広告株式会社
600 千円
支出先の数: 1
消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務
再委託
B. 株式会社シー・キュー
385 千円
支出先の数: 1
「消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務」に係る業務のオンライン配信業務、映像撮影・制作
C. 株式会社ＡＢＥＬＯＮ
4,167 千円
支出先の数: 1
サステナブルファッションに関するＥＵ国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務
D. 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
13,200 千円
支出先の数: 1
新未来創造戦略本部における有識者会議の運営等に関する業務
E. 株式会社シード・プランニング
8,250 千円
支出先の数: 1
令和５年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務
F. 株式会社坂東印刷ほか
817 千円
支出先の数: 2
消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センターの事業における資料作成、印刷等
G. 株式会社サイマル・インターナショナルほか
1,744 千円
支出先の数: 3
翻訳業務
H. 経済協力開発機構
27,300 千円
支出先の数: 1
プロジェクト実施のための経費及び人件費

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　セーラー広告株式会社	600	1	消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務

支出先名	支出額	法人番号
セーラー広告株式会社	600	9470001002353

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務 随意契約（少額）	600	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社シー・キュー	385	1	「消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務」に係る業務のオンライン配信業務、映像撮影・制作

支出先名	支出額	法人番号
株式会社シー・キュー	385	3470001007556

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務」に係る業務のオンライン配信業務、映像撮影・制作 --	385	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社ＡＢＥＬＯＮ	4,167	1	サステナブルファッションに関するＥＵ国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＡＢＥＬＯＮ	4,167	6040001097893

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
サステナブルファッションに関するＥＵ国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務 一般競争契約（最低価格）	4,167	6	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

D	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	13,200	1	新未来創造戦略本部における有識者会議の運営等に関する業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	13,200	1010001143390

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
新未来創造戦略本部における有識者会議の運営等に関する業務 一般競争契約（最低価格）	13,200	1	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E 株式会社シード・プランニング	8,250	1	令和５年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社シード・プランニング	8,250	9010001144299

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務 --	8,250	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
F 株式会社坂東印刷ほか	817	2	消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センターの事業における資料作成、印刷等

支出先名	支出額	法人番号
株式会社坂東印刷	718	8480001004531

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」の印刷・製本・発送 --	718	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
個人Ａ	99	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者庁新未来創造戦略本部国際消費者政策研究センターにおける「製品事故救済にかかる民事法制に関する国際研究」の資料作成についてのデザイン企画作業 随意契約（少額）	99	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
G　株式会社サイマル・インターナショナルほか	1,744	3	翻訳業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社サイマル・インターナショナル	837	6010001109206

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
新未来創造戦略本部における取組に関する海外への情報発信に係る資料の翻訳業務 随意契約（少額）	640	--	--	--
令和５年度ＪＩＣＡ青年研修事業に関する資料の翻訳に係る業務 随意契約（少額）	197	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社十印	584	3010401048213

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
OECD 文書「Consumer vulnerability in the digital age」の翻訳業務 随意契約（少額）	457	--	--	--
『「令和４年度消費者意識基本調査」の結果について』の翻訳業務 随意契約（少額）	96	--	--	--
「世界消費者権利デーに係る大臣メッセージ」の翻訳業務 随意契約（少額）	31	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社インターブックス	323	6010001117893

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者庁における消費者行政の歴史・使命や取組等の国際発信に向けた資料の英語翻訳業務 随意契約（少額）	323	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
H　経済協力開発機構	27,300	1	プロジェクト実施のための経費及び人件費

支出先名	支出額	法人番号
経済協力開発機構	27,300	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
任意拠出金 --	27,300	--	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	セーラー広告株式会社	消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務	雑役務費	消費者志向経営及び製品安全に関するセミナーに係る運営支援等業務	600
C	株式会社ＡＢＥＬＯＮ	サステナブルファッションに関するＥＵ国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務	雑役務費	サステナブルファッションに関するＥＵ国際シンポジウム（仮称）に係る会議運営等支援業務	4,167
E	株式会社シード・プランニング	令和５年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	雑役務費	令和５年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	8,250
H	経済協力開発機構	任意拠出金	任意拠出金	プロジェクト実施のための経費及び人件費	27,300

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

公益通報者保護制度の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	参事官（公益通報・協働担当）			
	作成責任者	浪越祐介				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000463	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	１．消費者政策の推進		（29）公益通報者保護制度の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	

概要・目的	事業の目的	公益通報は、消費者の安全・安心を損なう事業者の法令違反を早期に是正し、被害の防止を図る点で消費者の安全・安心に資するものである。また、事業者にとっても、通報に適切に対応し、リスクの早期把握及び自浄作用の向上を図ることにより、企業価値及び社会的信用を向上させることができ、社会全体の利益を図る上で有用である。これらの意義を踏まえ、公益通報者保護制度の周知・啓発、通報窓口の整備促進、運用に関する情報収集・調査研究等を実施することで、公益通報者保護制度を推進し、公益通報者が守られるとともに、事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会経済の健全な発展が進むことを目的とする。
	現状・課題	事業者の内部公益通報対応体制の整備を義務付ける等の内容を含む改正公益通報者保護法が令和４年６月１日に施行された。 施行から２年超が経過したところ、大手企業であっても内部公益通報対応体制が整備されていない事例が見られ、また、消費者庁が令和６年に公表した就労者、民間事業者及び行政機関に対する実態調査では、以下で示すような課題が明らかとなった。 ・従業員数300人超の事業者に勤める人の半分超が、内部通報制度を理解していない、内部通報窓口の設置を認知していないと回答するなど、事業者による就労者への周知・研修は必ずしも徹底されていないこと ・３分の２の民間事業者が、年間の通報受付件数について、「０件」、「１―５件」又は「把握していない」と回答しており、窓口を設置していても、その活用は十分ではないこと ・一定割合の事業者が、通報の受付や調査・是正を行う従事者を指定していない、内部規程を整備していない、通報を理由とする不利益取扱いの禁止について周知していないこと このため、公益通報者保護制度の認知度や理解度等の向上及び事業者における内部公益通報対応体制の徹底・促進を更に図る必要がある。
	事業の概要	・労働者及び事業者に向けた公益通報者保護制度の周知・啓発に必要な動画・研修素材等を作成し、これらを活用した周知・啓発活動を行う。 ・改正公益通報者保護法の施行により義務付けられた事業者の内部公益通報対応体制の整備義務（中小事業者は努力義務）に関し、民間事業者及び行政機関における体制整備状況に関する実態調査結果も踏まえ、事業者向けの研修会の実施等を通じ整備促進を図るとともに、体制整備状況の把握に努め、事業者の自主的な取組を促進する施策等を実施する。 ・国内・海外における公益通報者保護制度に関する実態調査を行い、周知・啓発や体制整備の促進、法制度の見直しにいかす。
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/whisleblower_protection_system

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	公益通報者保護法	平成十六年法律第百二十二号	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	第４期消費者基本計画（令和２年３月31日閣議決定）第５章２（４）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	消費者基本計画工程表（令和５年６月13日改定）重点項目11	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms104_230613_001.pdf

実施方法	
	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	
	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	60,000	116,200	91,000	235,326
当初予算	67,000	92,200	102,000	90,604	--
補正予算	--	--	88,000	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	47,850	--
予備費等	△4,000	--	--	--	--
計	63,000	92,200	190,000	138,454	0
執行額	49,000	46,000	144,473	--	--
執行率	77.8%	49.9%	76%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

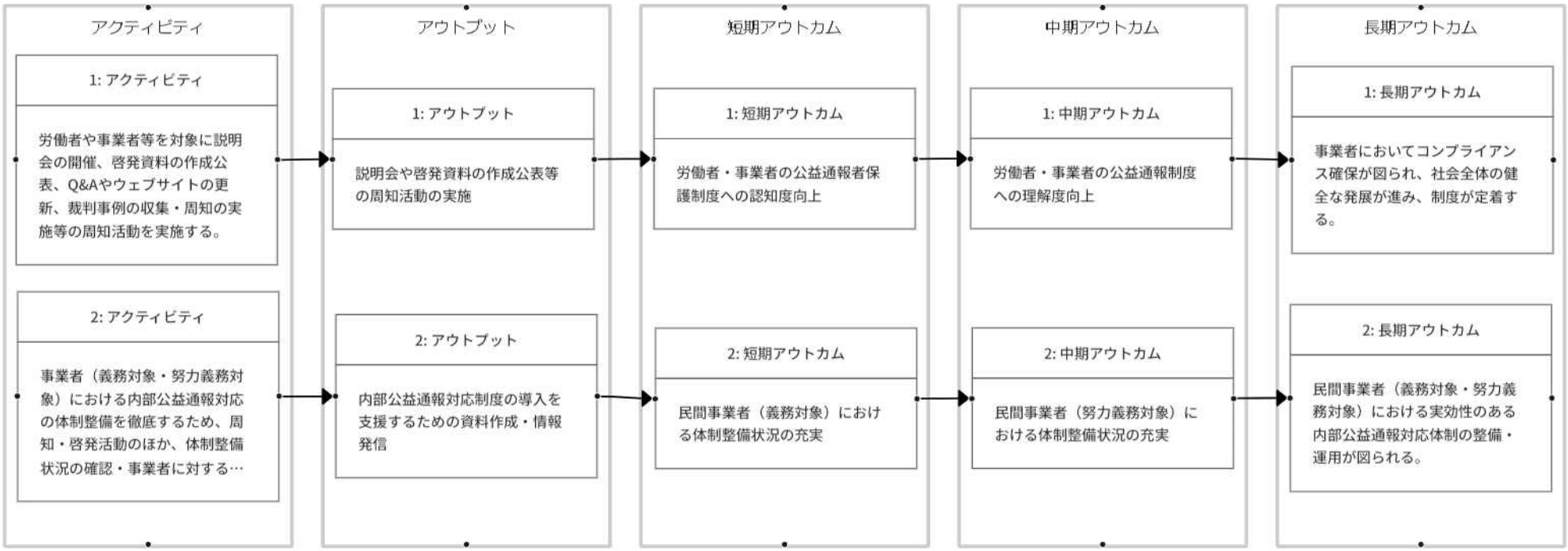
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	150,000	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	56,057	200,917
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	24,481	24,670
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	4,657	4,657
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	3,671	3,344
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	1,738	1,738
前年度から繰越し --	--	47,850	--

主な増減理由	公益通報者保護制度の周知・啓発等に係る経費について増額要求を行ったため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	労働者や事業者等を対象に説明会の開催、啓発資料の作成公表、Q&Aやウェブサイトの更新、裁判事例の収集・周知の実施等の周知活動を実施する。

アウトプット	活動目標	説明会や啓発資料の作成公表等の周知活動の実施	活動指標	説明会参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(人)	--	--	2,000	2,000
	活動実績／成果実績(人)	6,263	2,078	2,503	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	説明会の開催や啓発資料の作成・公表により公益通報者保護制度について周知を図り、労働者や事業者は、公益通報者保護制度の存在を知ることで、公益通報に対する意識の醸成へのきっかけとなると考えられるため、制度に対する認知度をアウトカムとして設定。

短期アウトカム	成果目標	労働者・事業者の公益通報者保護制度への認知度向上	成果指標	就労者の公益通報者保護制度に対する認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	内部通報制度に関する就労者１万人アンケート調査（令和５年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	30	--	40
	活動実績／成果実績(%)	38.6	--	--
	達成率(%)	128.7	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	公益通報者保護制度に対する認知度向上（制度の存在の認知）により、その次の段階として公益通報者保護制度の内容への理解へと進むことができると考えられるため、制度に対する理解度をアウトカムとして設定。

中期アウトカム	成果目標	労働者・事業者の公益通報制度への理解度向上	成果指標	就労者の公益通報制度に対する理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	内部通報に関する就労者１万人アンケート調査（令和５年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度2025年度
	当初見込み／目標値(%)	25	--	35
	活動実績／成果実績(%)	30.2	--	--
	達成率(%)	120.8	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	公益通報者保護制度への認知・理解が進むことで、制度の定着、すなわち労働者等による通報や、事業者におけるコンプライアンス確保等の社会的気運が醸成されると考えられるため、制度の定着をアウトカムとして設定。

長期アウトカム	成果目標	事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会全体の健全な発展が進み、制度が定着する。	成果指標	公益通報者保護制度の社会全体における定着状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	内部通報制度の理解度が高いほど、勤務先で重大な法令違反を目撃した場合の通報意欲が高い傾向にある、また、同制度を導入している事業者の不正発見の端緒として「内部通報」の回答割合が最も高い（76.8%）等の結果が得られている。 （内部通報制度に関する就労者１万人アンケート調査（令和５年度）、民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和５年度））	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	社会全体で定着と言えるには、各人における認知・理解度の向上のほか、事業者における体制整備・運用が図られる等、複合的に評価されるもので、単一のアウトカム指標の設定が困難なため	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--
	活動実績／成果実績(%)	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2-2

アクティビティ	事業者（義務対象・努力義務対象）における内部公益通報対応の体制整備を徹底するため、周知・啓発活動のほか、体制整備状況の確認・事業者に対する行政措置（任意の問合せを含む。）等を実施する。			
アウトプット	活動目標	内部公益通報対応制度の導入を支援するための資料作成・情報発信	活動指標	消費者庁ウェブサイト「はじめての公益通報者保護法」へのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	20,000	20,000
	活動実績／成果実績(件)	21,458	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	説明会の開催や啓発資料の作成・公表により、公益通報者保護制度に対する理解を深めるとともに、事業者の通報担当者の知見・ノウハウの引継ぎ・更新を図ることができ、内部公益通報対応体制の継続した充実化を図ることが可能となると考えられるため、短期アウトカムとしては、民間事業者（義務対象）における体制整備状況を設定。

短期アウトカム	成果目標	民間事業者（義務対象）における体制整備状況の充実	成果指標	民間事業者（義務対象）における窓口設置等の体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和５年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度2025年度
	当初見込み／目標値(%)	85	--	92
	活動実績／成果実績(%)	91.5	--	--
	達成率(%)	107.6	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	努力義務対象にとどまる民間事業者においても、内部公益通報対応体制整備の促進・充実が図られることにより、同制度が定着し、これまで通報をためらっていた労働者等の通報が期待できるようになるとともに、事業者においてもコンプライアンス確保が図られるようになると考えられるため、民間事業者（努力義務対象）の体制整備状況をアウトカムとして設定。

中期アウトカム	成果目標	民間事業者（努力義務対象）における体制整備状況の充実	成果指標	民間事業者（努力義務対象）における窓口設置等の体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和５年度）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	35	--	50
	活動実績／成果実績(%)	46.9	--	--
	達成率(%)	134	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者の規模にかかわらず、民間事業者における内部公益通報対応体制整備の促進・充実が図られることにより、同制度が定着し、これまで通報をためらっていた労働者等の通報が期待できるようになるとともに、事業者においてもコンプライアンス確保が図られるようになると考えられるため、成果目標として実効性のある内部公益通報体制の整備・運用をアウトカムとして設定。

長期アウトカム	成果目標	民間事業者（義務対象・努力義務対象）における実効性のある内部公益通報対応体制の整備・運用が図られる。	成果指標	民間事業者（義務対象・努力義務対象）における実効性のある体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	内部通報窓口の年間受付件数が、「０件」、「１～５件」又は「把握していない」と回答した事業者は65%で、平成28年度調査の77%より12%ポイント改善する等、窓口の活性化が図られているとの結果が得られた。 （民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和５年度））	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	体制整備・運用が実効性をもつかどうかは、内部規程の策定有無のほか、通報窓口の活用・周知状況等、複合的に評価されるものであり、単一のアウトカム指標の設定は困難なため	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(%)	--
	活動実績／成果実績(%)	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定　令和５年６月13日改定）
	URL	--
	該当箇所	重点項目11（P27）

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	＜必要性＞ 公益通報者保護制度の推進による、企業不祥事等の早期是正が図られる環境の整備は、企業等の法令遵守を促進し、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の実現につながることから、必要性が高い事業である。 ＜効率性＞ 令和５年度の執行率が76%となっており、令和４年度（49.9%）から大幅に向上している。 ＜有効性＞ 大企業であっても、内部公益通報対応体制を整備していないことが明らかになったことを背景に、事業者における体制整備を強く推進するために、「内部通報制度導入支援キット」を策定・公表した。また、より効果的な周知広報を行うため、令和５年度補正予算に基づき、ターゲット（経営層・就労者）を絞った上でそれぞれに対応した広報物を作成し、また電車広告等これまでにない媒体を活用して周知啓発を行った。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	公益通報者保護制度の更なる定着、体制整備状況の改善に向けて、引き続き普及啓発を進めていく。特に、公益通報者保護制度の認知・理解が十分でない現状を踏まえ、より効果的な周知啓発を継続的に実施していくことを検討する。また、令和５年度に実施した就労者・民間事業者・行政機関への実態調査結果や、諸外国の公益通報者保護制度及び実態の調査結果等も踏まえ、令和６年度に「公益通報者保護制度検討会」を立ち上げて、同制度の導入・運用面での課題について議論を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2017
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	執行率の向上を評価するとともに、引き続き効率的な予算執行に努めながら、公益通報者保護制度の更なる定着、体制整備状況の改善に向けて普及啓発に邁進されたい。

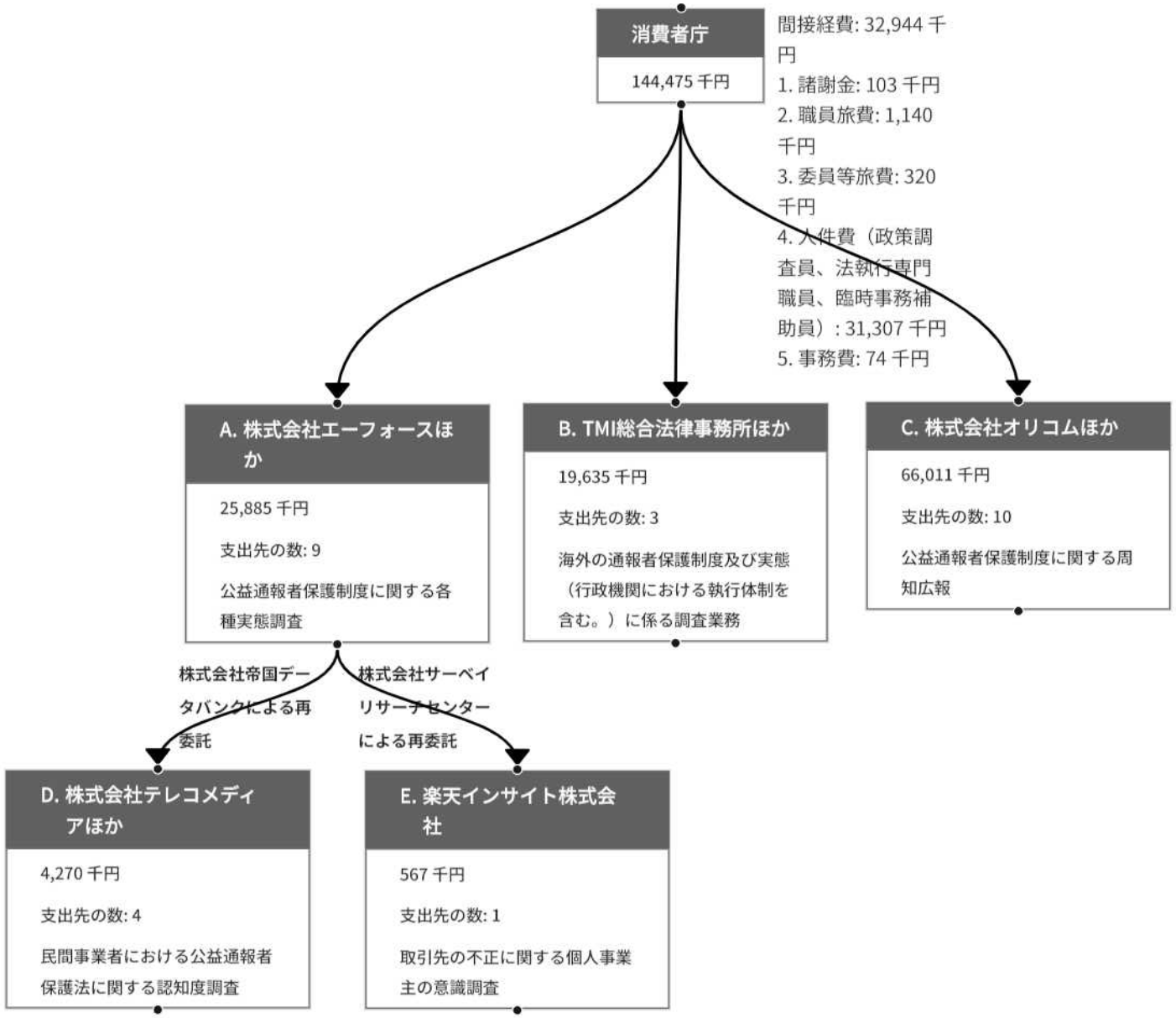
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘を踏まえ、引き続き、効率的な予算執行を図りながら、効果的な取組を実施する。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--

その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
144,475 千円
間接経費: 32,944 千円
1. 諸謝金: 103 千円
2. 職員旅費: 1,140 千円
3. 委員等旅費: 320 千円
4. 人件費（政策調査員、法執行専門職員、臨時事務補助員）: 31,307 千円
5. 事務費: 74 千円
A. 株式会社エーフォースほか
25,885 千円
支出先の数: 9
公益通報者保護制度に関する各種実態調査
B. TMI総合法律事務所ほか
19,635 千円
支出先の数: 3
海外の通報者保護制度及び実態（行政機関における執行体制を含む。）に係る調査業務
C. 株式会社オリコムほか
66,011 千円
支出先の数: 10
公益通報者保護制度に関する周知広報
株式会社帝国データバンクによる再委託
株式会社サーベイリサーチセンターによる再委託
D. 株式会社テレコメディアほか
4,270 千円
支出先の数: 4
民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査
E. 楽天インサイト株式会社
567 千円
支出先の数: 1
取引先の不正に関する個人事業主の意識調査

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社エーフォースほか	25,885	9	公益通報者保護制度に関する各種実態調査

支出先名	支出額	法人番号
株式会社エーフォース	6,996	2010001155749

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５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」 一般競争契約（最低価格）	6,996	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社帝国データバンク	6,512	7010401018377

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 一般競争契約（最低価格）	5,962	2	--	--
民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査に係る契約変更に伴う負担行為増 --	550	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アズコムデータセキュリティ	5,478	6030001066131

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
民間事業者等における内部通報制度の実態調査業務 一般競争契約（最低価格）	5,478	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
ＭＭＤＬａｂｏ株式会社	2,695	5011001095619

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
内部通報制度に関する意識調査 一般競争契約（最低価格）	2,475	3	--	--

内部通報制度に関する意識調査に係る契約変更に伴う負担行為増 --	220	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
ＤＴ弁護士法人	1,969	7010005023583

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
企業不祥事における内部通報制度の実効性に関する調査・分析業務 一般競争契約（最低価格）	1,969	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社サーベイリサーチセンター	833	6011501006529

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
取引先の不正に関する個人事業主の意識調査 随意契約（少額）	833	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アズコムデータセキュリティ	660	6030001066131

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
民間事業者等における内部通報制度の実態調査結果集計データの報告書作成業務 随意契約（少額）	660	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社翻訳センター	583	1120001089458

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護法に関する資料等の翻訳業務（日英・英日翻訳） 随意契約（少額）	320	--	--	--
内部通報制度に関する意識調査報告書の翻訳業務（日英翻訳） 随意契約（少額）	263	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社クロス・マーケティング	159	9010001086351

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
従事者に対する公益通報対応業務に関する意識調査 随意契約（少額）	159	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　TMI総合法律事務所ほか	19,635	3	海外の通報者保護制度及び実態（行政機関における執行体制を含む。）に係る調査業務

支出先名	支出額	法人番号
ＴＭＩ総合法律事務所	14,905	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
海外の通報者保護制度及び実態（行政機関における執行体制を含む。）に係る調査業務 一般競争契約（総合評価）	14,905	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
ＢＡＫＥＲ　ＡＮＤ　ＭＣＫＥＮＺＩＥ　ＬＰＣ	4,180	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者の保護に関する海外・国内制度比較調査業務 一般競争契約（最低価格）	4,180	3	--	--

支出先名	支出額	法人番号
渥美坂井法律事務所弁護士法人	550	4010005021094

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者の保護に関する韓国の制度調査業務 随意契約（少額）	550	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社オリコムほか	66,011	10	公益通報者保護制度に関する周知広報

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オリコム	47,850	1010401006924

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等） 一般競争契約（最低価格）	47,850	6	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日本経済廣告社	8,986	7010001033082

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度の広告掲載業務（日経電子版及びデジタルサイネージ） 一般競争契約（最低価格）	8,986	2	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アライ印刷	3,017	6010901000777

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度に係るパンフレット等の印刷業務 随意契約（少額）	2,262	--	--	--
ハローワークに向けた内部通報制度のパンフレット印刷業務 随意契約（少額）	755	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社オリエンタル物流	2,585	9011801019764

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度に係るパンフレット等の梱包・発送業務 一般競争契約（最低価格）	2,186	9	--	--
公益通報者保護制度に係るパンフレット等の梱包・発送業務に係る変更契約に伴う負担行為増 --	399	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号

特定非営利活動法人リテル	1,549	2013305003383		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度に関する動画、パンフレット、リーフレット、ポスターの制作業務 随意契約（少額）	779	--	--	--
公益通報者保護法に関する広報物の作成 随意契約（少額）	682	--	--	--
公益通報者保護法に関する広報物を掲載するウェブページのトップ画像の作成 随意契約（少額）	88	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社ａｓａｇｉ	580	4011501025282		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度に関する説明会の収録及び動画配信業務 随意契約（少額）	580	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社サムシングファン	495	7120901022181		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度に関する民間事業者向け説明会の収録業務 随意契約（少額）	495	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
勝美印刷株式会社	495	9010001001855		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度に係るポスターの印刷・梱包・発送 随意契約（少額）	495	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		

株式会社ナツメスタジオワークス	300	7010001114270		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
公益通報者保護制度に関する説明会動画の編集・配信業務 随意契約（少額）	300	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社メトロアドエージェンシー	154	1010401067272		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
東京メトロ駅構内への公益通報者保護制度に関するポスターの掲出 随意契約（少額）	154	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D 株式会社テレコメディアほか	4,270	4	民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査

支出先名	支出額	法人番号		
株式会社テレコメディア	2,475	8013301012291		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)	2,475	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
株式会社サン・プロンプト	1,267	3011201002112		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)	1,267	--	--	--
支出先名	支出額	法人番号		
ノーツ株式会社	330	5012401032087		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

	民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)	330	--	--	--	

支出先名	支出額	法人番号
株式会社アール	198	9010401000886

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
民間事業者における公益通報者保護法に関する認知度調査 その他(再委託)	198	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
E　楽天インサイト株式会社	567	1	取引先の不正に関する個人事業主の意識調査

支出先名	支出額	法人番号
楽天インサイト株式会社	567	8010701019594

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
取引先の不正に関する個人事業主の意識調査 その他(再委託)	567	--	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社エーフォース	令和５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」	雑役務費	令和５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」	6,996
B	ＴＭＩ総合法律事務所	海外の通報者保護制度及び実態（行政機関における執行体制を含む。）に係る調査業務	雑役務費	海外の通報者保護制度及び実態（行政機関における執行体制を含む。）に係る調査業務	14,905
C	株式会社オリコム	公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等）	雑役務費	公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等）	47,850

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

消費者志向経営の推進

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	参事官（公益通報・協働担当）			
	作成責任者	浪越祐介				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000492	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（30）消費者志向経営の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	世界中で持続可能な社会づくりが加速する中、消費者が、人、環境や社会に配慮したビジネスを行っている事業者の商品を購入する「エシカル消費」が注目されるとともに、投資先を選ぶ際には、環境、社会、ガバナンスの観点を重視したESG投資も広まっている。 我が国において、家計が支出する消費額はGDPの過半を占めているため、消費者の行動が社会に与える影響は大きく、このような社会の変化に対応していくためには、事業者は消費者に共感してもらうことを通じて、事業者の価値を高めていくことが重要であり、消費者に商品やサービスを提供する事業者の取組を促すと同時に、商品やサービスを選択する消費者の適切な行動を促すなど、消費者と事業者とが共通の目標の実現に向けて協力して取り組むこと（協働による取組）を促す必要がある。 そこで、事業者が消費者との共創・協働による商品・サービスの改善等を通じて、消費者の行動変容を促すといった経営の実践により社会価値を向上させ、持続可能な社会の実現に寄与するとともに、より豊かな消費生活を実現することを目的に、消費者志向経営の推進を図る。				
	現状・課題	現状、消費者志向経営の自主宣言事業者数は着実に増加し、令和２年度当時の目標（令和元年度比で令和６年度までに倍増）を達成するなど、裾野拡大は進んでいるが、自主宣言事業者の業種や地域に偏りがあり、消費者志向経営が基本認識となる社会の実現に向け、消費者志向経営の更なる普及啓発が必要である。 また、社会価値向上に向け、それぞれの事業者における消費者志向経営の取組の更なる高度化が必要である。				
	事業の概要	消費者志向経営に取り組む事業者の裾野拡大や事業者の取組の高度化を図るため、次の取組を実施する。 （1）自主宣言事業者数の拡大及び業種の拡大に向けた地方自治体・業界団体・事業者等へのアプローチやセミナー等の開催 （2）自主宣言事業者を対象に月次で開催する消費者志向経営に関する連絡会や、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会の開催を通じた事業者の取組の高度化支援 （3）消費者志向経営優良事例表彰の実施及び表彰事例の周知・案内				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/consumers/consumer_oriented_management/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月閣議決定）第３章２（３）、第５章２（３）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	50,500	55,000	36,000	42,836
当初予算	5,500	22,000	20,000	19,818	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	48,000	--	--	--	--
計	53,500	22,000	20,000	19,818	0
執行額	53,000	20,000	14,896	--	--
執行率	99.1%	90.9%	74.5%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

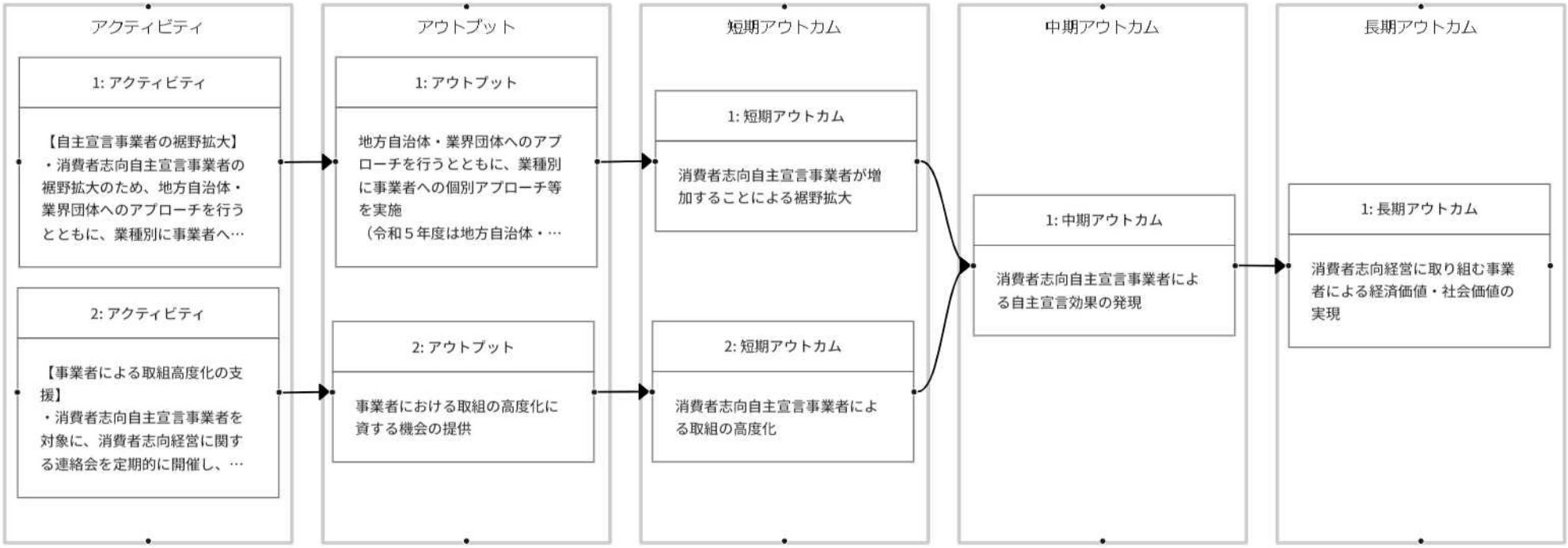
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	25,000	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	18,798	41,823
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	508	508
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	325	266
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	187	239

主な増減理由	消費者志向経営実践効果の「見える化」のための調査及び消費者に対する周知広報に係る経費について新規要求を行ったため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	【自主宣言事業者の裾野拡大】 ・消費者志向自主宣言事業者の裾野拡大のため、地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチ等を実施する。 ・また、優良事例表彰受賞企業をはじめとした各事業者の取組を経済団体・消費者団体等の講演等を通じて案内する。 ・消費者志向経営を始める事業者に向けて、自主宣言の始め方やポイントを解説するガイドブックを作成し、消費者庁HPに掲載するとともに、説明会等で活用する。			
アウトプット	活動目標	地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチ等を実施 （令和５年度は地方自治体・業界団体に対して、令和６年度は個別事業者に対して重点的にアプローチを実施）	活動指標	地方自治体、業界団体、事業者へのアプローチ実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績	2023年度	2024年度
当初見込み／目標値(回)	30	30
活動実績／成果実績(回)	36	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	個別アプローチを行った事業者やセミナー等に参加した事業者が消費者志向経営の理念を理解し、取組に関心を示すことで、消費者志向自主宣言につながる。

短期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者が増加することによる裾野拡大	成果指標	消費者志向自主宣言をした事業者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	＜目標値の出典＞ 消費者基本計画工程表（令和２年７月７日　消費者政策会議決定） （目標値＝令和６年度までに消費者志向経営自主宣言事業者数を倍増する（令和２年３月末現在：153 事業者）） ＜消費者志向自主宣言事業者数実績値の出典＞ 消費者庁ホームページに掲載 https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/consumer_oriented_management/businesses/archive.html
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度2024年度
	当初見込み／目標値(社)	230	306	306	306
	活動実績／成果実績(社)	303	449	629	--
	達成率(%)	131.7	146.7	205.6	--

後続アウトカムへのつながり	事業者が自主宣言及びフォローアップ活動を通じて消費者志向経営を実践するとともに、他社の取組事例等を参考に自社の取組を高度化していくことで、自主宣言効果の発現につながる（アクティビティ「２．取組の高度化」の効果と相まって自主宣言効果が発現する。）。

中期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現	成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和５年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	自主宣言効果として、企業イメージの向上や新規顧客獲得のほか、従業員のエンゲージメント向上による生産性の向上や社会課題の解決に向けた新商品の開発などにつながり、最終的に、経済価値・社会価値の実現や、SDGs・ESGの取組にもつながることが期待できる。

長期アウトカム	成果目標	消費者志向経営に取り組む事業者による経済価値・社会価値の実現	成果指標	消費者志向経営自主宣言事業者の経済価値・社会価値
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和５年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、自主宣言により、顧客からの反応や市場からの評価において、全般的に「良くなった」と回答した事業者は50.8%であり、一定程度の効果が得られている（※統計調査でない。）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

アクティビティ	【事業者による取組高度化の支援】 ・消費者志向自主宣言事業者を対象に、消費者志向経営に関する連絡会を定期的に開催し、有識者による講演や自主宣言事業者による取組事例等を紹介することで、消費者志向経営の理解を深め輪を広げる場を設ける。 ・消費者志向経営優良事例表彰を実施し、全国規模のイベントの中での表彰式等を通じて優れた取組を広く発信することで、その他の事業者における取組高度化のきっかけとする。 ・事業者の取るべき取組を取組の難易度・段階別にチェックシートとして整理し、事業者による自社の取組の再チェック・取組高度化のきっかけとするツールとして提供する。 ・モデル事業として、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会を徳島県で開催する。

アウトプット				
	活動目標	事業者における取組の高度化に資する機会の提供	活動指標	連絡会の開催回数 （うち、半数を有識者による講演、半数を事業者による取組事例紹介とする。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	8	11	11	11
	活動実績／成果実績(回)	8	11	11	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	事業者が連絡会、優良事例表彰、徳島県における協議会等を通じて他社の取組事例を参考にすることや、チェックシートの活用等により自社の取組を高度化する知見を得ることができる。

短期アウトカム				
	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による取組の高度化	成果指標	消費者志向自主宣言事業者による取組状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和６年４月の連絡会終了後に行った参加者へのアンケート結果（N=98）では、連絡会の内容について「満足（76.5%）」「やや満足（17.3%）」のトップ２ボックスが93.8%と、高い評価をいただいており、高度化に資する知見を提供できている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	事業者が自主宣言及びフォローアップ活動を通じて消費者志向経営を実践するとともに、他社の取組事例等を参考に自社の取組を高度化していくことで、自主宣言効果の発現につながる（アクティビティ「１．裾野拡大」による効果と相まって自主宣言効果が発現する。）。

中期アウトカム				
	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現	成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和５年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	自主宣言効果として、企業イメージの向上や新規顧客獲得のほか、従業員のエンゲージメント向上による生産性の向上や社会課題の解決に向けた新商品の開発などにつながり、最終的に、経済価値・社会価値の実現や、SDGs・ESGの取組にもつながることが期待できる。

長期アウトカム				
	成果目標	消費者志向経営に取り組む事業者による経済価値・社会価値の実現	成果指標	消費者志向経営自主宣言事業者の経済価値・社会価値
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和５年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、自主宣言により、顧客からの反応や市場からの評価において、全般的に「良くなった」と回答した事業者は50.8%であり、一定程度の効果が得られている（※統計調査でない。）。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多様であり、統一的に定量的な指標を設定することが困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0002.pdf
	該当箇所	Ⅱ（3）②

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業は、以下のとおり適切に執行されている。 ＜必要性＞ 消費者志向経営の取組の推進は、健全な市場の形成等を通じて消費者の利益確保に寄与するとともに、様々な社会課題の解決や持続可能な社会の実現にもつながる。事業者が自主的に取り組んできた消費者志向経営の取組を更に強化するとともに、全国の幅広い事業者に参加してもらうためには、消費者庁を始めとした行政機関の積極的な取組が必要である。 ＜効率性＞ 原則として一般競争入札を実施し、少額の事業に係る随意契約においては見積合わせを活用するなど、競争性の確保・コストの効率化に努めている。 ＜有効性＞ 自主宣言事業者に業種や地域の偏りを踏まえ、地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、業種別に事業者への個別アプローチの実施等により、消費者志向自主宣言事業者数は着実に増加している。 また、令和５年度行政事業レビュー公開プロセスの結果等を踏まえ、新たな取組として、事業者による消費者志向経営の具体的な取組イメージを深めるため、優良事例表彰を受賞した企業を類型化し、案内したほか、共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会を開催するなど、自主宣言事業者による取組の高度化に向けた取組も着実に進展している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	裾野拡大に向け、引き続き地方自治体・業界団体へのアプローチを行うとともに、令和６年度は特に業種別に事業者への個別アプローチを重点的に実施する。また、自主宣言事業者による取組の高度化に向け、令和５年度末に徳島県で開催した協議会について、取組のフォローアップを実施する。 優良事例表彰に関して、より多くの事業者に応募いただき、取組の高度化を促すため、推進組織（日本経済団体連合会、経済同友会、消費者関連専門家会議（ACAP）、日本ヒーブ協会等）を通じた周知広報活動を徹底する。 加えて、自主宣言企業への個別アンケート調査結果等も踏まえ、自主宣言効果の見える化の手法を検討するとともに、さらなる自主宣言事業者の拡大及び消費者志向経営の認知度向上に向けた周知広報活動を検討する。		

外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。なお、一般競争入札による一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。

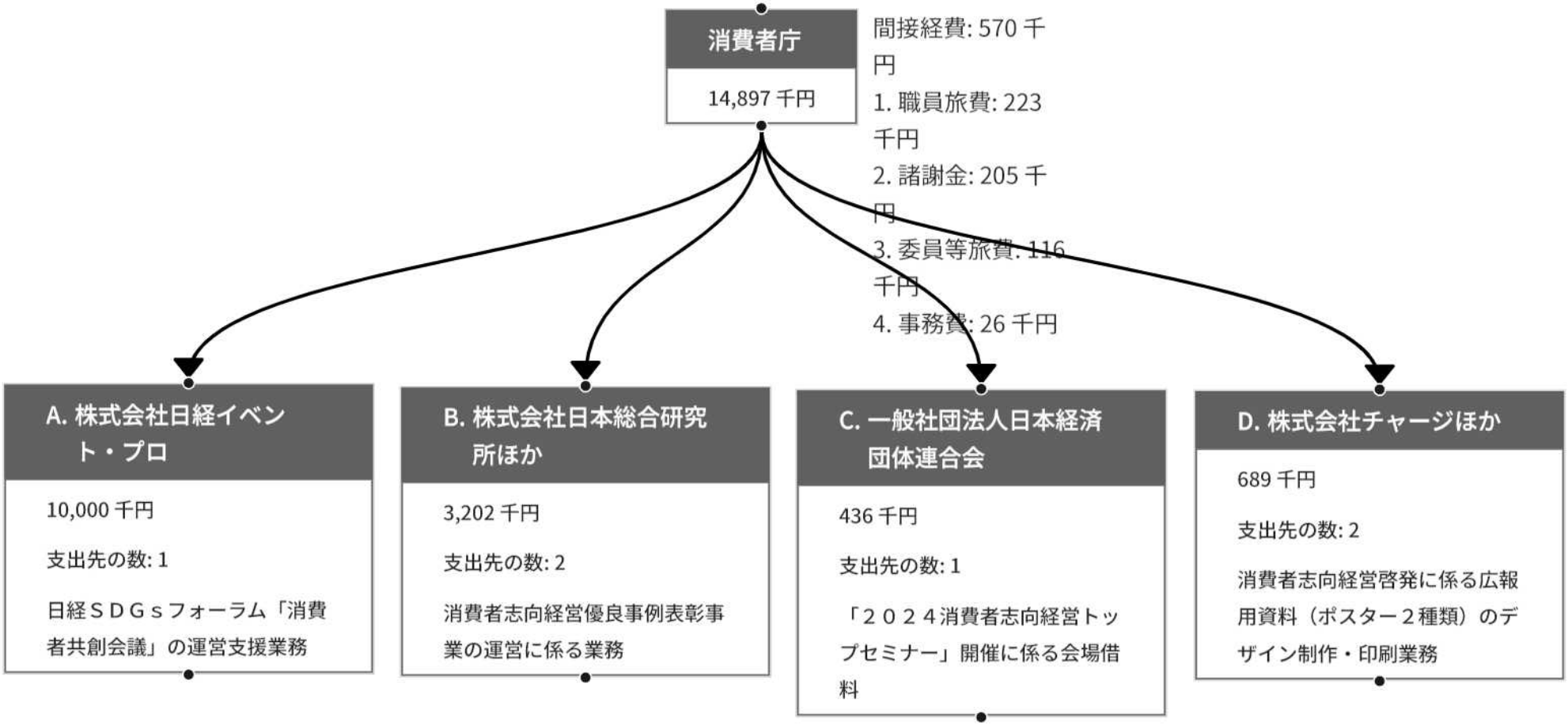
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘を踏まえ、引き続き、適切な予算執行を図る。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2023
	取りまとめ内容			
	まず施策そのものについて、消費者庁では消費行動の改善を目的に、消費者向けにはエシカル消費の推進を、事業者向けでは消費者志向経営の推進を両輪として取り組んでいるという意味で、本事業は非常に重要な位置付けにあると考える。事業者による消費者志向経営の推進について、消費者庁は一定の要件を定めてその遵守を事業者に求めるのではなく、事業者自身が考える消費者志向経営の在り方を自主宣言という形で公表してもらう方式により、自発性と多様性のある展開を企図しているものと考えられる。また、事業者に消費者志向経営を求めながらも、事業者と消費者との共創・協働ということをうたっている点も一つの特徴をなしている。 次に事業の現状について、本事業は平成27年度に開始されており、一貫して取り組んできた消費者志向自主宣言事業者の数は、現在まで500社ほどに達している。当面は地方自治体、事業者団体、消費者団体などとの連携を強化しながら、事業者への働きかけ、連絡会の開催、ガイドブックの製作、シンポジウム・セミナーの開催、消費者志向経営の優良事例表彰など、これまでの活動を地道に継続し、社会的な関心の広がりを醸成していくことが求められる。それと同時に、より効率的な推進のための方策、また、新たなステップアップについても、鋭意検討を求めたい。 さらに、事業の目的については、消費者志向経営という場合、一般的には事業者が消費者にどう対応するかという方向性で捉えられるが、本事業においては、「消費者は、企業の社会貢献やサステナビリティーの取組に注目している」といった事業者に対する注意喚起、また、消費者志向経営を通じて持続可能な社会に貢献するといった側面も強く打ち出されている。実際の自主宣言においても、経営理念として社会貢献、SDGs等の視点が強調される事例が多く見られる。各事業者が広範な目標を追求することに何ら問題はないが、消費者庁が求める本事業の効果という観点からは、実際に提供される商品・サービス等における消費行動の改善に主眼を置くべきものと思われる。 最後にアウトカムの設定に関して、消費者志向経営への理解・啓発を進める中、本事業の短期的なアウトカムとしては、自主宣言事業者の数、連絡会への参加が挙げられているが、消費者庁として重視する個別のアプローチでの実績、また、宣言を発出した事業者における高度化のフォローアップといった、より実質的な成果指標設定を考えるべきではないか。 また、その先の中期的アウトカムとしては、各事業者の自主宣言とその実践、そして高度化の努力、また、チェックシートの活用等を含めて、事業者と消費者との共創・協働の成果として期待される消費行動の変化を的確に捉える指標の検討を求めたい。			

	対応状況
	【裾野拡大の取組強化】 ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和５年度から、選考に当たり推進組織を構成する各団体による推薦事例を選考委員会での議論の参考として示すことに加え、表彰の募集に当たり、同団体の機関誌・ＨＰ等での周知強化を通じて消費者志向経営推進組織の再活性化を図った。 ・事業者に対して消費者志向経営の具体的な取組イメージを説明するツールとして、優良事例表彰の代表事例を評価ポイント（共創・協働、社会的価値の向上、消費者の行動変容）や商品・サービスの別で類型化した説明資料を作成し、裾野拡大の取組の中で活用している。 【事業者による取組高度化の支援】 ・モデル事業として、令和５年度末に共通課題の解決に向けた事業者間連携の促進や先進的な取組の横展開を検討することを目的とした協議会を徳島県で開催した。令和６年度は当該取組のフォローアップを実施する。 ・徳島県において、中小企業向けの円滑な事業資金調達に向けた融資制度である「地域連携企業支援資金」に消費者志向自主宣言事業者が対象とされていることに関して、徳島県と連携して周知し、当該制度の活用促進を図った。 【消費者の行動変容のための取組強化】 ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和５年度から「消費者を巻き込み行動変容を促していること」を加点要素として評価することとした。 ・事業者による取組高度化を目的として作成している「消費者志向経営の取組に関するチェックシート（高度化編）」に、令和５年度から消費者の行動変容を促す取組を追加した。 【中長期アウトカムの成果指標の検討】 ・令和５年度末に消費者志向自主宣言企業を対象に自主宣言効果の聴取等を内容とする個別アンケートを実施した。当該結果等を踏まえ、自主宣言事業者による消費行動の改善や従業員エンゲージメントの向上効果等の成果指標の在り方について引き続き検討する。
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
14,897 千円
間接経費: 570 千円
1. 職員旅費: 223 千円
2. 諸謝金: 205 千円
3. 委員等旅費: 116 千円
4. 事務費: 26 千円
A. 株式会社日経イベント・プロ
10,000 千円
支出先の数: 1
日経ＳＤＧｓフォーラム「消費者共創会議」の運営支援業務
B. 株式会社日本総合研究所ほか
3,202 千円
支出先の数: 2
消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務
C. 一般社団法人日本経済団体連合会
436 千円
支出先の数: 1
「２０２４消費者志向経営トップセミナー」開催に係る会場借料
D. 株式会社チャージほか
689 千円
支出先の数: 2
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（ポスター２種類）のデザイン制作・印刷業務

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社日経イベント・プロ	10,000	1	日経ＳＤＧｓフォーラム「消費者共創会議」の運営支援業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日経イベント・プロ	10,000	7010001195294

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
日経ＳＤＧｓフォーラム「消費者共創会議（仮称）」の運営支援業務 随意契約（その他）	10,000	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社日本総合研究所ほか	3,202	2	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社日本総合研究所	3,170	4010701026082

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務 一般競争契約（最低価格）	3,170	1	--	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社弘周舎	32	1010001016381

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「令和５年度消費者志向経営優良事例表彰」の表彰状作成 随意契約（少額）	32	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　一般社団法人日本経済団体連合会	436	1	「２０２４消費者志向経営トップセミナー」開催に係る会場借料

支出先名	支出額	法人番号
一般社団法人日本経済団体連合会	436	1010005018440

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「２０２４消費者志向経営トップセミナー」開催に係る会場借料 随意契約（少額）	436	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　株式会社チャージほか	689	2	消費者志向経営啓発に係る広報用資料（ポスター２種類）のデザイン制作・印刷業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社チャージ	506	1470001007120

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（ポスター２種類）のデザイン制作業務 随意契約（少額）	506	--	--	--

支出先名	支出額	法人番号
グランド印刷株式会社	183	3480001000584

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
消費者志向経営の広報用資料（ポスター２種類）の印刷業務 随意契約（少額）	183	--	--	--

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社日経イベント・プロ	日経ＳＤＧｓフォーラム「消費者共創会議（仮称）」の運営支援業務	雑役務費	日経ＳＤＧｓフォーラム「消費者共創会議（仮称）」の運営支援業務	10,000
B	株式会社日本総合研究所	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務	雑役務費	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務	3,170

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

生活関連物資の価格動向の把握等

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	参事官（公益通報・協働担当）			
	作成責任者	浪越祐介				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000490	事業開始年度	2009	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	１．消費者政策の推進	（31）生活関連物資等の価格等の把握		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	公共料金等の適正性の確保、緊急時の生活関連物資の価格安定等を図り、国民生活の安定と国民経済の円滑な運営に寄与することを目的とする。				
	現状・課題	昨今の社会状況により、生活関連物資の価格等が上昇している。そのため、生活関連物資の価格動向を適切に把握する必要性があるほか、消費者利益の擁護・増進のために、公共料金等の適正性の確保等を図る必要性がある。 （参考１：　消費者物価指数（対前年度比（総合））：2020年度 -0.2%、2021年度 0.1%、2022年度 3.2%、2023年度 3.0%） （参考２：　公共料金改定等の協議件数：　2020年度 10件、2021年度 ９件、2022年度 25件、2023年度 38件）				
	事業の概要	・生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に監視する。 ・災害等の緊急時において、関係省庁等と連携し、生活関連物資の需給・価格動向等の情報収集を行うとともに、国民への情報提供や冷静な行動の呼び掛け等を行う。必要に応じ、生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討・実施する。（※災害等の緊急時に必要に応じ対応するもの） ・物価・賃金に関する海外調査を行うとともに、消費者に物価に関する理解と協力を求める啓発を行う。 ・公共料金等の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や所管省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮するため所要の調整を行う。あわせて、海外における公共料金等の種類・価格動向・価格改定の仕組み等について調査を実施する。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_partnerships/price_measures/				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	--	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	消費者基本計画（令和３年６月閣議決定）第５章１．（２）⑧	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf
	--	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	25,200	35,000	52,000	32,406
当初予算	60,160	26,000	34,000	34,417	--
補正予算	--	63,000	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	1,000	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	60,160	89,000	35,000	34,417	0
執行額	42,100	82,900	21,214	--	--
執行率	70%	93.1%	60.6%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

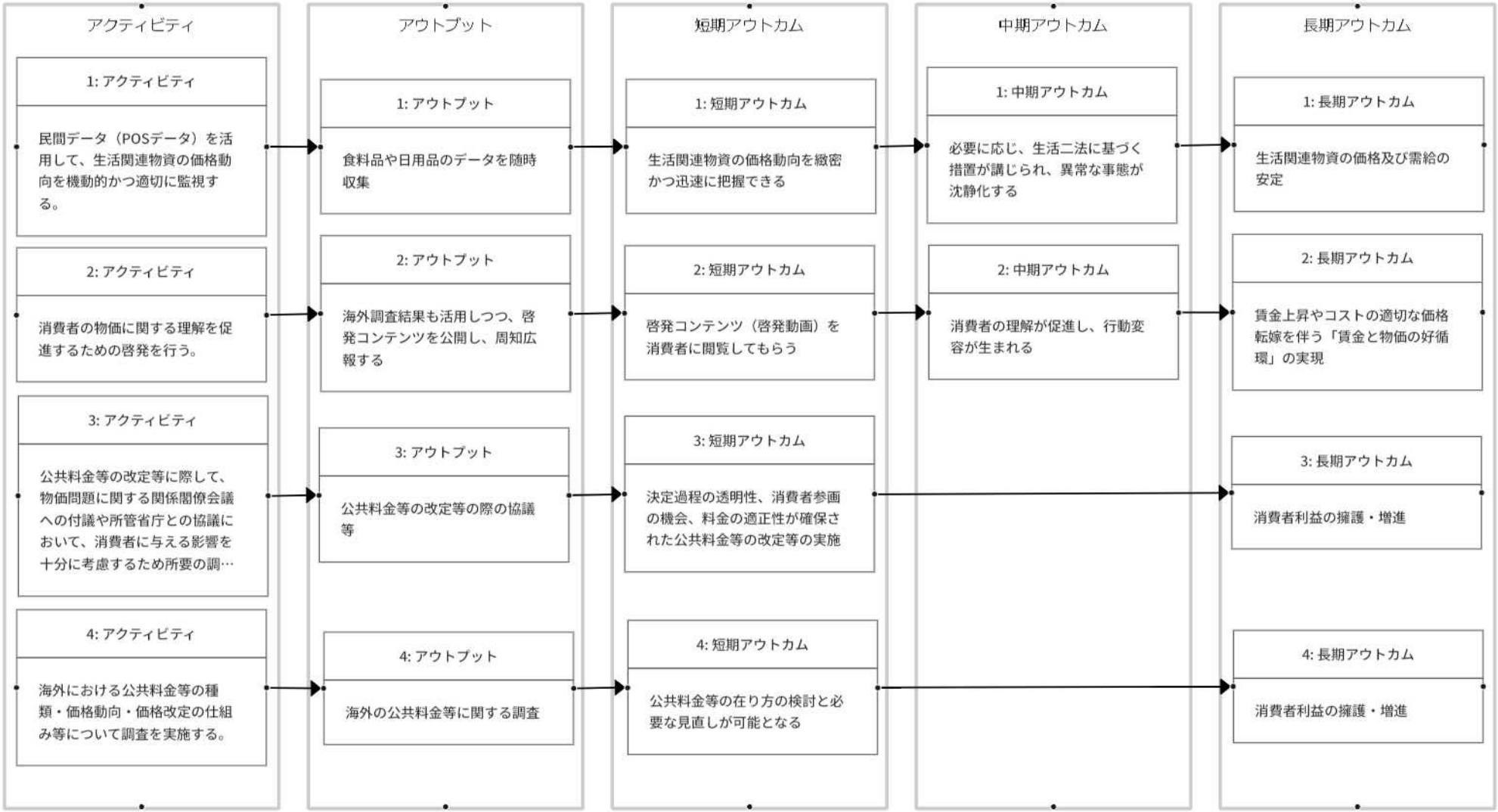
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費	--	20,943	18,932
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当	--	12,346	12,346
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--	948	948
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費	--	120	120
当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費	--	60	60

主な増減理由	一部事業につき、業務の見直しにより要求額を削減した。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	民間データ（POSデータ）を活用して、生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に監視する。			
アウトプット	活動目標	食料品や日用品のデータを随時収集	活動指標	データを取得する回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(回)	12	200	240
	活動実績／成果実績(回)	40	240	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食料品や日用品のデータを随時収集することで、生活関連物資の価格動向を緻密かつ迅速に把握することが可能となる

短期アウトカム	成果目標	生活関連物資の価格動向を緻密かつ迅速に把握できる	成果指標	生活関連物資の価格動向の把握状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	常時、生活関連物資（26品目）の価格動向を把握している	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況となったときに、関係省庁等と連携して、必要に応じて生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討することになっており、当該検討の要否を適切に判断できるよう、生活関連物資の価格動向を緻密かつ迅速に把握できる態勢を整えておくものであることから、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	顕著な動向が認められる品目について、当該物資所管省庁へのヒアリングなどにより状況の把握を行うことで、生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討・実施することが可能となる

中期アウトカム	成果目標	必要に応じ、生活二法に基づく措置が講じられ、異常な事態が沈静化する	成果指標	生活二法に基づく対応状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況になったとき、必要に応じ、生活二法に基づく対応を検討・実施する	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本アクティビティにより把握した生活関連物資の価格動向に基づき、生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況となったときに、関係省庁等と連携して、必要に応じて生活二法（「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」）に基づく対応を検討することになっているため、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	必要に応じ、生活二法に基づく措置が講じられ、異常な事態が沈静化することで、生活関連物資の価格及び需給の安定を図る

長期アウトカム	成果目標	生活関連物資の価格及び需給の安定	成果指標	生活関連物資の価格及び需給の安定状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	生活関連物資の価格が異常に上昇し又は上昇するおそれがあると認められる状況になったとき、必要に応じ、生活二法に基づく対応を検討・実施することで、生活関連物資の価格及び需給の安定を図っている。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	生活関連物資の価格及び需給の安定状況を定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2-2

アクティビティ	消費者の物価に関する理解を促進するための啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	海外調査結果も活用しつつ、啓発コンテンツを公開し、周知広報する	活動指標	啓発コンテンツ（啓発動画）の周知広報件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	12
	活動実績／成果実績(件)	7	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発コンテンツを周知・広報することで、消費者の認知につながる

短期アウトカム	成果目標	啓発コンテンツ（啓発動画）を消費者に閲覧してもらう	成果指標	啓発動画の閲覧数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(回)	--	10,000
	活動実績／成果実績(回)	4,523	--
	達成率(%)	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発コンテンツを消費者に閲覧してもらって、物価に関する理解を進めてもらう。その結果、認識の変化と行動変容が生まれる。

中期アウトカム	成果目標	消費者の理解が促進し、行動変容が生まれる	成果指標	消費者の理解促進と行動変容
	定性的なアウトカムに関する成果実績	成長と分配の好循環の実現に向けた持続可能な賃金上昇のためには、付加価値やコストを適切に価格に転嫁できる環境が必要との認識の下、賃金上昇と物価上昇との関係について消費者の理解が促進され、これに基づいた購買行動が期待される。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者の理解の促進による行動変容が一様ではないため、望ましい行動変容の状態を定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の物価に関する理解が促進され、賃金上昇が巡り巡ると物価上昇をもたらし得るという共通理解が消費者を含めた社会全体で共有されると、企業が賃上げ分の価格転嫁を行いやすくなり、労働者も賃上げ要望を出しやすくなると、賃金上昇やコストの適切な価格転嫁を伴う「賃金と物価の好循環」の実現に寄与する。

長期アウトカム	成果目標	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁を伴う「賃金と物価の好循環」の実現	成果指標	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁
	定性的なアウトカムに関する成果実績	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁の実現が期待される。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	賃金上昇やコストの適切な価格転嫁の実現度合いを定量的な指標で測ることは困難であることから、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-3

アクティビティ	公共料金等の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や所管省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮するため所要の調整を行う。

アウトプット				
	活動目標	公共料金等の改定等の際の協議等	活動指標	協議等件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	9	25	38	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	公共料金等の改定に際しては、従来より決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性の３点が確保されているかを確認しているが、2022年８月に発出した「公共料金等の新規設定や変更の協議に当たっての消費者庁における主なチェックポイント」により関係府省庁宛てに明示し、対応している。

短期アウトカム				
	成果目標	決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保された公共料金等の改定等の実施	成果指標	公共料金等の協議等回答件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	（注）協議等に対し回答を行った件数を成果指標としているが、協議等件数は事前に目標値を設定できないため、協議等回答件数も目標値は設定できない。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	目標年度 2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	--
	活動実績／成果実績(件)	9	25	38	--
	達成率(%)	--	--	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保されているかを確認することによって、消費者利益の擁護・増進を図る。

長期アウトカム	成果目標	消費者利益の擁護・増進	成果指標	消費者利益の擁護・増進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公共料金等の改定等に当たって、消費者の視点から、決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保されているかを確認することができており、消費者利益の擁護・増進に寄与している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保された公共料金等の改定等となっているか、所管省庁からの協議という形で消費者の視点から確認し、消費者利益の擁護・増進を図るものであり、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-4

アクティビティ	海外における公共料金等の種類・価格動向・価格改定の仕組み等について調査を実施する。			
アウトプット	活動目標	海外の公共料金等に関する調査	活動指標	調査を行った公共料金の種類の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	6	--
	活動実績／成果実績(件)	6	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	海外における公共料金等の種類・価格動向・価格改定の仕組み等について調査を実施し、その結果を我が国における公共料金等の在り方の検討と必要な見直しに役立てることができる。

短期アウトカム	成果目標	公共料金等の在り方の検討と必要な見直しが可能となる	成果指標	公共料金等の在り方の検討と必要な見直し
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者利益の擁護・増進を図るため、我が国における公共料金等の在り方を検討し必要な見直しを行うため、海外の公共料金等に関する調査を実施している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	我が国における公共料金等の在り方を検討し必要な見直しを行うことで、消費者利益の擁護・増進を図ることを目的としており、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	公共料金等の在り方の検討と必要な見直しにより、消費者利益の擁護・増進を図る

長期アウトカム	成果目標	消費者利益の擁護・増進	成果指標	消費者利益の擁護・増進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者利益の擁護・増進を図るため、我が国における公共料金等のあり方を検討し必要な見直しを行うため、海外の公共料金等に関する調査を実施している。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	我が国における公共料金等の在り方を検討し必要な見直しを行うことで、消費者利益の擁護・増進を図ることを目的としており、定量的な目標設定にはなじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

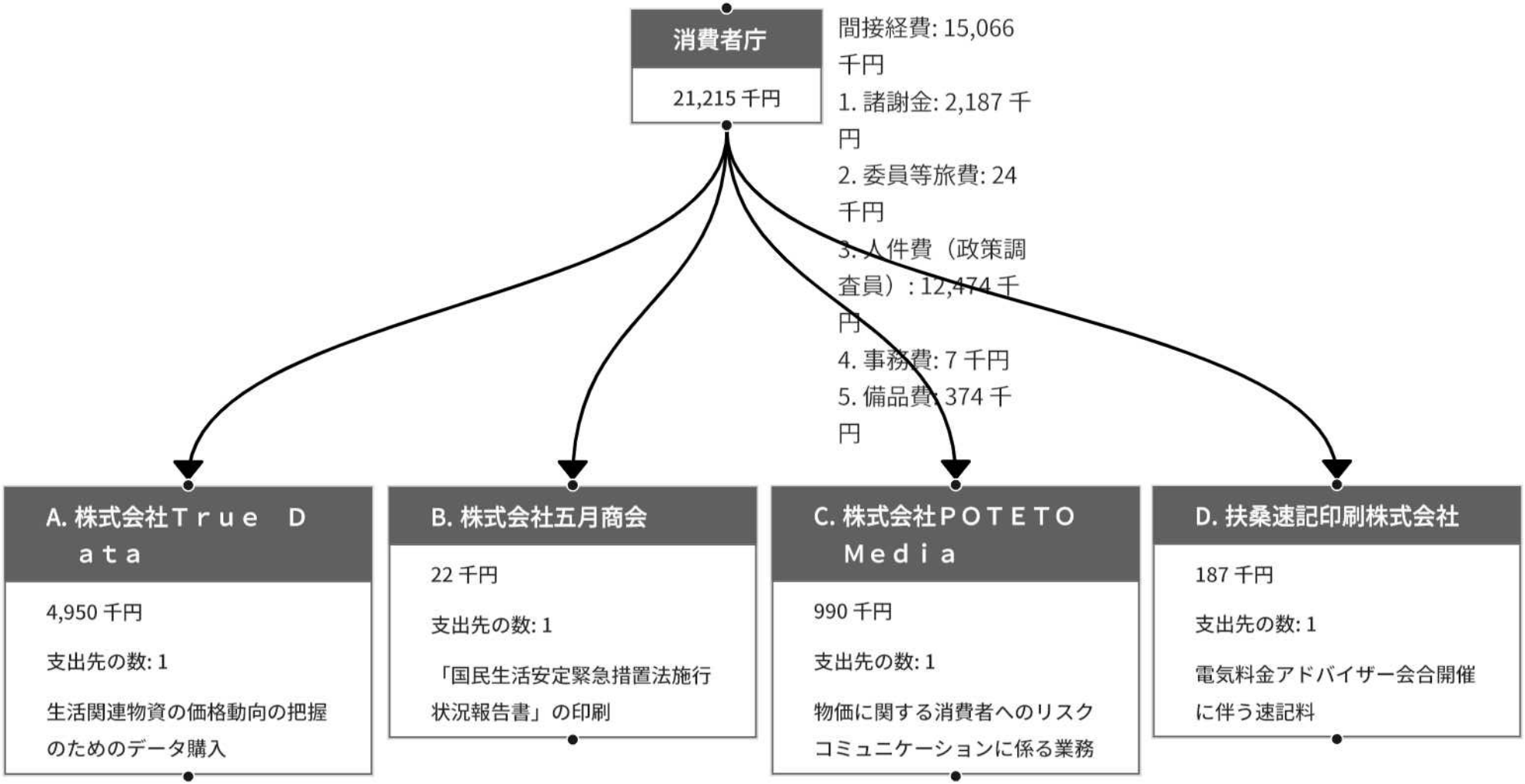
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業は、以下のとおり適切に執行されている。 ＜必要性＞ 生活関連物資の価格動向を機動的かつ適切に把握することで、緊急時の生活関連物資の価格安定等を図る必要性がある。また、消費者利益の擁護・増進のために、公共料金等の適正性の確保等を図る必要性がある。 ＜効率性＞ 生活関連物資の価格動向の把握は、2021年度までは全国のモニターからの見取調査に基づいて毎月データを作成するものであったが、2022年度からは民間データ（POSデータ）を活用する、より効率的な手法を用いている。事業実施の委託に当たっては、原則として一般競争入札により事業者の選定を行った上で実施している。コストは適正に決定されており、また、見取調査実施時に比べ大幅に減少している。少額の事業実施に係る随意契約においては見積合わせを活用するなど、競争性の確保・コストの効率化に努めている。 ＜有効性＞ 民間データ（POSデータ）を活用により、生活関連物資（食料品や日用品）の価格動向を緻密かつ迅速に把握することができるようになっている。2022年度は月次ベース・全国ベースのみであったが、2023年度は日次ベース・地域別ベースを追加し、2024年度にはさらに都道府県別ベースを追加するなど、年々機能を拡充することで速報性を高めるとともに精緻化を図っており、特に緊急時の対応を念頭に、適時適切な情報把握と迅速かつ適切な対処・措置を行えるようになっている。 公共料金等の改定等に当たって、消費者の視点から、決定過程の透明性、消費者参画の機会、料金の適正性が確保されているかをチェックすることができており、消費者利益の擁護・増進に寄与している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	4-4-4-4の短期アウトカムの成果指標である公共料金等の協議等回答件数は、協議等に対し回答を行った件数を設定しており、協議等件数は事前に目標値を設定できるものではないため、協議等回答件数も目標値は設定できないが、消費者の視点から適切に対応し、消費者利益の擁護・増進に寄与している。		
	改善の方向性	引き続き、公共料金等の適正性の確保、緊急時の生活関連物資等の価格安定等を図るとともに、物価に関する消費者の正しい理解浸透に努める。公共料金等の改定等に関しては、人口減少やウィズ・ポストコロナにおける行動様式の変容等の社会状況に適時的確に対応していくため、各省庁が所管する公共料金等に共通する課題や現状を整理し、海外事例も参考にしながら、更に消費者利益の擁護・増進に寄与する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き調達の競争性を確保しつつ、適切な予算執行に務めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	御指摘を踏まえ、引き続き、効率的な予算執行を図る。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
21,215 千円
間接経費: 15,066 千円
1. 諸謝金: 2,187 千円
2. 委員等旅費: 24 千円
3. 人件費（政策調査員）: 12,474 千円
4. 事務費: 7 千円
5. 備品費: 374 千円
A. 株式会社Ｔｒｕｅ　Ｄａｔａ
4,950 千円
支出先の数: 1
生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ購入
B. 株式会社五月商会
22 千円
支出先の数: 1
「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷
C. 株式会社ＰＯＴＥＴＯ　Ｍｅｄｉａ
990 千円
支出先の数: 1
物価に関する消費者へのリスクコミュニケーションに係る業務
D. 扶桑速記印刷株式会社
187 千円
支出先の数: 1
電気料金アドバイザー会合開催に伴う速記料

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　株式会社Ｔｒｕｅ　Ｄａｔａ	4,950	1	生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ購入

支出先名	支出額	法人番号
株式会社Ｔｒｕｅ　Ｄａｔａ	4,950	6010401042601

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ提供業務 一般競争契約（最低価格）	4,950	3	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　株式会社五月商会	22	1	「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷

支出先名	支出額	法人番号
株式会社五月商会	22	4013301005010

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷 随意契約（少額）	11	--	--	--
「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷 随意契約（少額）	11	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
C　株式会社ＰＯＴＥＴＯ　Ｍｅｄｉａ	990	1	物価に関する消費者へのリスクコミュニケーションに係る業務

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＰＯＴＥＴＯ　Ｍｅｄｉａ	990	6010401135677

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
物価に関する消費者へのリスクコミュニケーションに係る啓発業務 随意契約（少額）	990	--	--	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割

	D	扶桑速記印刷株式会社	187	1	電気料金アドバイザー会合開催に伴う速記料

支出先名	支出額	法人番号
扶桑速記印刷株式会社	187	9010001027784

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
速記料 随意契約（その他）	187	--	--	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	株式会社Ｔｒｕｅ　Ｄａｔａ	令和５年度生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ提供業務	雑役務費	令和５年度生活関連物資の価格動向の把握のためのデータ提供業務	4,950

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

令和５年度実施施策に係る政策評価書

１．評価対象施策

食品衛生基準に関する政策の推進

２．担当課室

食品衛生基準審査課

３．評価の実施時期

令和６年８月

４．政策評価の観点

行政事業レビューシートを活用し、必要性、効率性及び有効性の観点から事後評価を行った。

５．政策効果の把握の手法及びその結果

（１）施策の目的

最新の科学的知見により、食品等及び洗浄剤の衛生に関する規格又は基準を整備し、食品の安全性を確保する。

（２）点検結果

・食品汚染物質の安全性検証推進事業については、得られたデータは、規制対象物質に対して規格基準を設定するに当たり重要なものであり、コーデックス委員会等の国際会議及び食品衛生基準審議会食品規格部会の審議において公表されることが前提となっていることから、適正な内容が得られるよう努めているところである。

このため、汚染物質の含有濃度実態調査においては毎年一定の実施数を確保できており、当該調査データに基づき広く一般国民に対し汚染物質の含有濃度が高い食品について、必要に応じて摂食頻度を下げるよう指導するなどの活用を図っている。

・農薬等ポジティブリスト制度推進事業については、まず、農薬等試験法の開発については、残留農薬等試験法開発事業評価会議において、委託により開発した試験法の精度等について検証した後、各自治体及び検疫所に通知するとともに厚生労働省ホームページで公開してきた（※）。また、効率的かつ信頼性の高い試験法が示されることは監視指導に有用と考えられ、食品の安全性の確保につながる。

（※）令和６年度、厚生労働省から消費者庁へ食品衛生基準行政を移管したことに伴い、現在は消費者庁ホームページで通知等を公開している。また、令和６年度以降は、各自治体へは消費者庁から通知する予定である。

次に、一日摂取量調査は、使用されている農薬等は多数であるため、通常の監視における検出事例等を踏まえ、毎年延べ 200 種程度の農薬等を対象に調査を実施しており、毎年調査対象となる農薬等の見直しを行うことで必要な農薬等の残留実態を把握することに努めている。令和元年度及び令和２年度は１者応札となったが、履行期間と公告期間をより多く確保し、登録検査機関への声かけを行ったところ令

和３年度、令和４年度及び令和５年度は２者応札となった。

・食品添加物等の安全性確認の計画的推進事業については、本事業の調査結果は、規制対象物質に対し規格基準を設定するための重要なデータであり、コーデックス委員会等の国際会議及び食品衛生基準審議会（以下「審議会」という。）の審議において使用されるものでもあるため、適正な内容となるよう努めている。

・食品用器具・容器包装の安全性確認の計画的推進事業については、本事業の調査結果は、既にポジティブリストに収載されている物質の規格改正や、新たに追加する物質の規格について整理を行うために重要なデータであり、審議会の審議において使用されるものでもあるため、適正な内容となるよう努めている。

・健康食品の安全性確保等事業については、市場に流通しているいわゆる「健康食品」のうち、安全性が疑われる成分について、令和５年度は２件の安全性試験及び分析調査を実施することができている。また、調査結果を審議会で報告するなど、専門家や関係省庁と連携を取りながら健康被害の未然・拡大に防止にむけた健康食品の安全性確保に努めている。

・ 食品衛生基準科学研究費補助金（食品衛生基準行政推進調査事業費補助金を含む。）事業について、我が国の食を取り巻く環境変化や国際化等に対応し、食品の安全を確保するため、これらに的確に対応した食品衛生行政が広く国民より求められている。

それらのニーズに対応するためには、産官学の各分野が協力して新しい知見を生み出し、適切妥当な科学的根拠に立脚した行政施策の実施、基礎から実用化までの一貫した研究開発を推進する必要があるため、これらの施策を達成するには国費を投入する必要がある。

研究事業ごとに成果目標は異なるが、国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者に対して、当該研究課題を達成するために必要な経費の補助を行っているため、政策目的の必要かつ適切な達成手段と位置付けられる。また、食品衛生行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究を実施するため、優先度が高い事業となっている。

成果目標については昨年度までと比較することは困難であるものの、概ね研究計画にそって事業を実施できている。

（３）改善の方向性

適切に予算を執行し、事業の目標を達成できており、このまま継続して事業を実施する。

※　詳細は各行政事業レビューシート参照
https://rssystem.go.jp/project?sheetType=RS&fiscalYear=2024&policyIds=4c3b79d9-a688-44cc-8bea-9e826fc2ef2b

６．学識経験を有する者の知見の活用

―

７．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

https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation

８．政策評価の結果

上記のとおり、本施策は必要性・効率性・有効性の観点から、適切な規格基準の設定等、食品衛生基準政策を推進する上で有効な取組であったと評価できる。

農薬等ポジティブリスト制度推進事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品衛生基準審査課				
	作成責任者	紀平哲也				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	002359	事業開始年度	2006	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		

政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL
	消費者庁	２．食品衛生基準政策の推進	（１）食品衛生基準に関する政策の推進	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/

関連事業	--	主要経費	科学技術振興費 | その他の事項経費

概要・目的	事業の目的	食品中に残留する農薬等（農薬、動物用医薬品及び飼料添加物）については、平成18年度より施行されたポジティブリスト制度（残留基準が設定されていない農薬等が一定量を超えて残留する食品の流通を原則禁止する制度）を円滑に運用し、全国において効率的な監視を行うための試験法を開発することにより、食品の安全性を確保する。
	現状・課題	食品中に残留する農薬等が人の健康に害を及ぼすことのないよう、食品中に残留する農薬等については平成18年度よりポジティブリスト制度を導入し、原則、全ての農薬等について、残留基準値を設定している。当該制度の下、食品の安全確保に向けては、国内流通食品については都道府県が、輸入食品については検疫所が監視を行っている。近年の食のニーズの多様化や輸入食品の増加による対象食品の拡大や国際的な残留基準設定の動向等を踏まえつつ、科学的な根拠を基に、残留基準の設定・見直しを進めるとともに、現場の監視において、これら残留基準の適否を判断する試験法の設定を行っていく必要がある。
	事業の概要	ポジティブリスト制度に基づき、国際的な基準や科学的な根拠を踏まえて食品中の農薬等の残留基準を設定し、効率的な監視を行うことができるよう試験法の開発・改良を行うとともに、食品を介した農薬一日摂取量実態調査（平均的な食事による国民１人当たりの農薬の摂取量を調査）等の結果を踏まえ、適宜基準値の見直しを行う。
	事業概要URL	--

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	平成17年厚生労働省告示第497～499号、「食品に残留する農薬、飼料添加物又は動物用医薬品の成分である物質の試験法について」（平成17年1月24日食安発第0124001号）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/pesticide_residues/test_method

実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

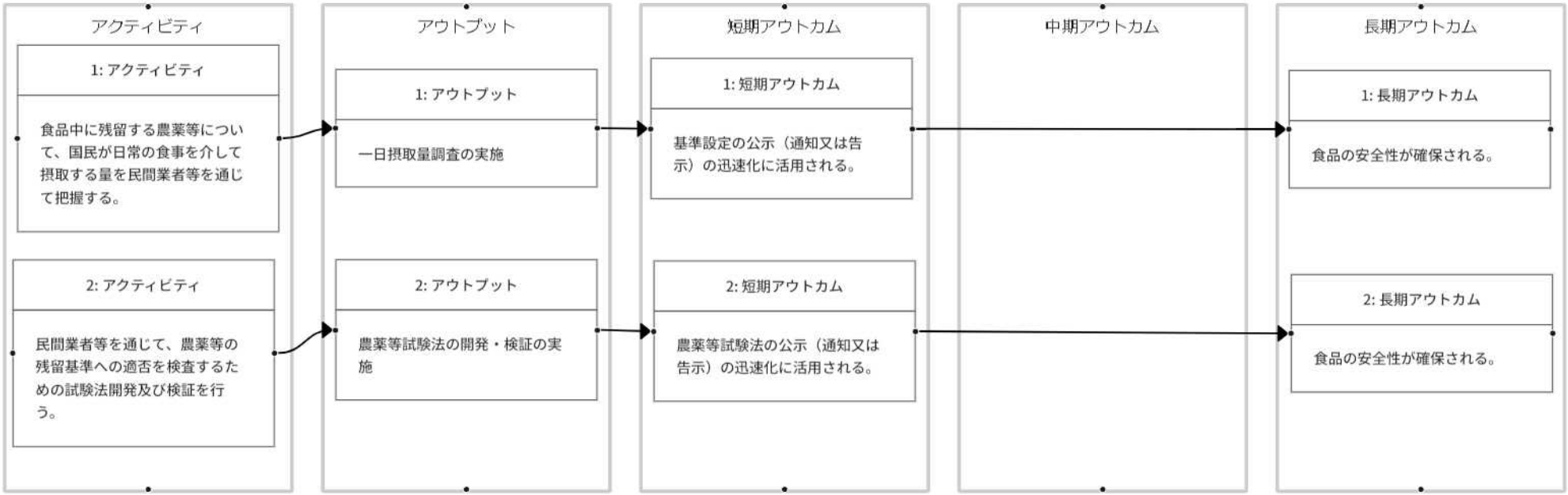
予算額執行額表（単位：千円）		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	603,000	546,200	583,000	496,670
	当初予算	612,000	550,000	503,000	510,909	--
	補正予算	△10,000	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	602,000	550,000	503,000	510,909	0
	執行額	552,000	485,000	443,934	--	--
	執行率	91.7%	88.2%	88.3%	--	--

予算内訳表 （単位：千円）	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	--	--	
		予算種別/歳出予算項目		備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当		--	2,938	3,556
		当初予算 食品衛生基準政策費　食品衛生基準調査研究費		--	345,871	350,238
		当初予算 食品衛生基準政策費　諸謝金		--	851	798
		当初予算 食品衛生基準政策費　委員等旅費		--	6,182	2,739
		当初予算 食品衛生基準政策費　職員旅費		--	13,247	4,265
		当初予算 食品衛生基準政策費　食品等試験検査費		--	117,019	112,803
		当初予算 食品衛生基準政策費　庁費		--	4,301	1,771
		当初予算 食品衛生基準政策費　食品衛生基準調査委託費		--	20,500	20,500
	会計区分	会計	勘定	要望額	備考	
	一般会計	一般会計	--	34,175	--	

主な増減理由	諸外国における農薬等の規制等の状況を改めて把握した上で、現行のポジティブリスト制度について、制度面や運用面での課題を整理するため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	食品中に残留する農薬等について、国民が日常の食事を介して摂取する量を民間業者等を通じて把握する。

アウトプット				
	活動目標	一日摂取量調査の実施	活動指標	一日摂取量調査
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	248	248	248	248	248
	活動実績／成果実績(件)	384	384	384	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	食品中の農薬等の残留基準の設定に当たっては、残留基準の案について食品を通じた農薬等の摂取量を推定し、健康に悪影響を及ぼさないことを確認した上で設定している。一日摂取量調査の結果を用いて、農薬等の摂取量の推定をしており、調査の適切な実施により、農薬等の残留基準の設定に係る公示（通知又は告示）の迅速化につながる。

短期アウトカム				
	成果目標	基準設定の公示（通知又は告示）の迅速化に活用される。	成果指標	基準設定の公示（通知又は告示）の件数 (※2021年度に、基準設定の基本原則の改訂に伴い、一括して見直した40の基準は、１件の実績として計上。)
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	基準設定の公示（通知又は告示）件数の集計リスト
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	60	60	60	60
	活動実績／成果実績(件)	66	63	65	--
	達成率(%)	110	105	108	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	
	基準設定の公示を迅速化することによって、自治体等における流通食品の農薬等の残留基準への適合確認の適切な実施が可能となり、その結果、農薬を原因とする健康被害の防止につながり食品の安全性を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	一日摂取量調査を実施し、その成果に基づき基準設定の公示を迅速化することは、自治体等における流通食品の農薬等の残留基準への適合確認の適切な実施につながり、その結果、農薬を原因とする健康被害の防止につながる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	食品に関する健康被害は、原因究明までが困難な場合が多く、このアクティビティの直接の因果関係を明らかにすることができず、数値によって測ることができないことから、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	民間業者等を通じて、農薬等の残留基準への適否を検査するための試験法開発及び検証を行う。			
アウトプット	活動目標	農薬等試験法の開発・検証の実施	活動指標	農薬等試験法の開発・検証数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	20	20	20	20	20
	活動実績／成果実績(件)	38	36	27	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	輸入食品や国内に流通する食品の安全性確保のための現場の監視に資するため、公定法として、農薬等試験法の公示（通知又は告示）を行っているところ。農薬等試験法の公示に当たっては、民間業者等において開発・検証された試験法を基に、公定法を設定していることから、成果目標として農薬等試験法の公示（通知又は告示）の迅速化を設定した。

短期アウトカム	成果目標	農薬等試験法の公示（通知又は告示）の迅速化に活用される。	成果指標	農薬等試験法の公示（通知又は告示）件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	農薬等試験法の公示（通知又は告示）件数の集計リスト
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	15	15	15	15
	活動実績／成果実績(件)	12	15	8	--
	達成率(%)	80	100	53	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	農薬等試験法の開発・検証を実施することによって、自治体等における流通食品の農薬等の残留基準への適合確認の適切な実施が可能となり、その結果、農薬を原因とする健康被害の防止につながり、食品の安全性を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	農薬等試験法の開発・検証を実施し、その成果に基づき農薬等試験法の公示を迅速化することは、自治体等における流通食品の農薬等の残留基準への適合確認の適切な実施につながり、その結果、農薬を原因とする食中毒発生の防止につながると考えられる。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	食中毒の報告事例は、原因究明までが困難な場合が多く、このアクティビティの直接の因果関係を明らかにすることができないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	○農薬等試験法の開発については、残留農薬等試験法開発事業評価会議において、委託により開発した試験法の精度等について検証した後、各自治体及び検疫所に通知するとともに厚生労働省ホームページで公開してきた（※）。また、効率的かつ信頼性の高い試験法が示されることは監視指導に有用と考えられ、食品の安全性の確保につながる。 （※）令和６年度、厚生労働省から消費者庁へ食品衛生基準行政を移管したことに伴い、現在は消費者庁ホームページで通知等を公開している。また、令和６年度以降は、各自治体へは消費者庁から通知する予定である。 ○一日摂取量調査は、使用されている農薬等は多数であるため、通常の監視における検出事例等を踏まえ、毎年延べ200種程度の農薬等を対象に調査を実施しており、毎年調査対象となる農薬等の見直しを行うことで必要な農薬等の残留実態を把握することに努めている。 令和元年度及び令和２年度は１者応札となったが、履行期間と公告期間をより多く確保し、登録検査機関への声かけを行ったところ2021年度、2022年度及び2023年度は２者応札となった。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、事業の目標が達成できており、このまま継続して事業を実施する。 ○2012年度より分析法の専門家による残留農薬等試験法開発事業評価会議（年３回程度）を実施しており、試験法の効率的な検討がなされている。引き続き評価会議を定期的に開催する。 ○試験法開発の統一を図るために試験法開発実施要領の見直しを行い、サンプル量や抽出溶媒の選択方法などを具体化し、より効率的な試験法の開発を行うことが可能となった。今後とも効率的な試験法の開発ができるよう環境整備に努める。 ○一日摂取量調査は履行期間及び公告期間等をより多く確保しつつ、他の登録検査機関にもさらに積極的に声かけを行うことで２者以上の応札が維持できるよう努める。		

外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2016
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		

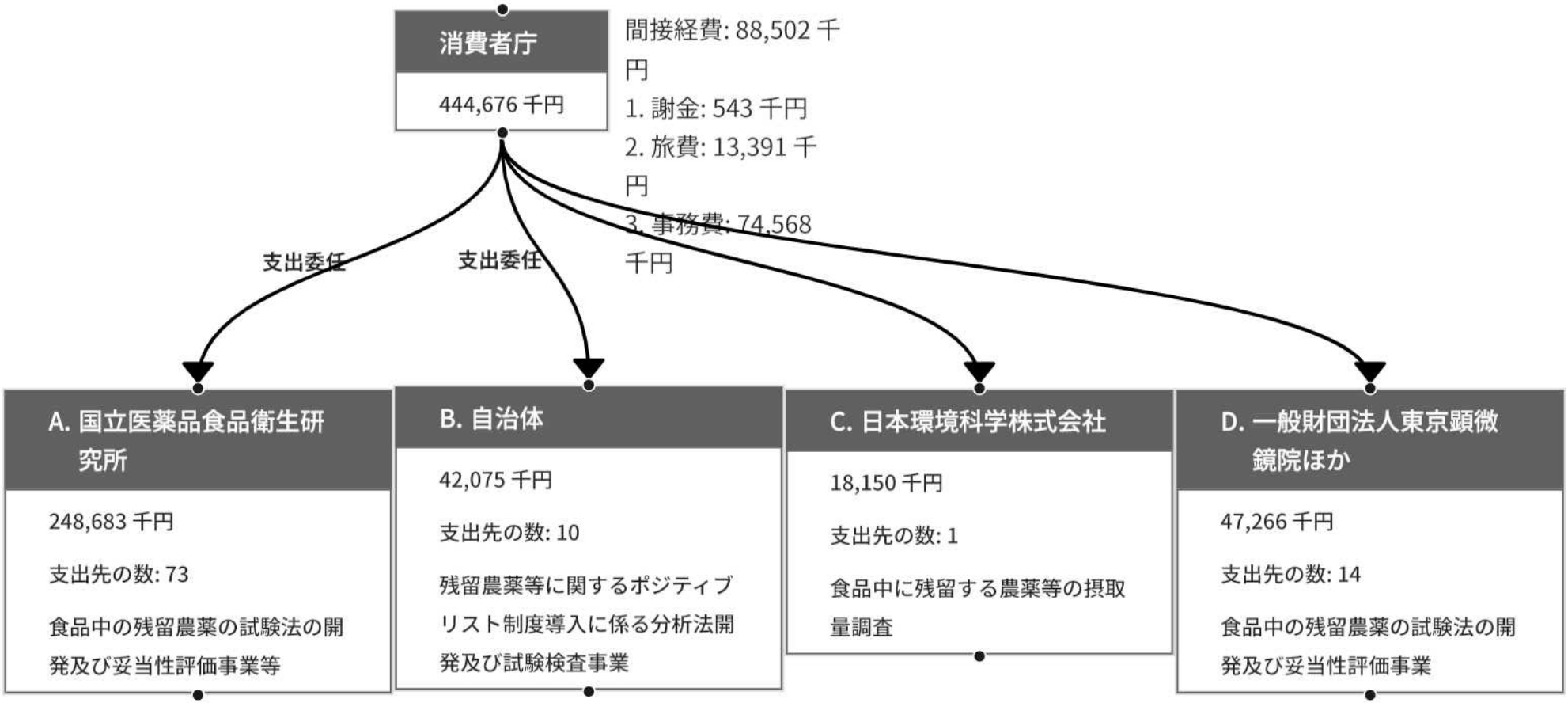
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。なお。一般競争入札における一者応札については、その要因を分析し、必要な見直しを行うこと。

所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めることとする。		

公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--
その他の指摘事項	--

支出先

資金の流れ


消費者庁
444,676 千円
間接経費: 88,502 千円
1. 謝金: 543 千円
2. 旅費: 13,391 千円
3. 事務費: 74,568 千円
支出委任
支出委任
A. 国立医薬品食品衛生研究所
248,683 千円
支出先の数: 73
食品中の残留農薬の試験法の開発及び妥当性評価事業等
B. 自治体
42,075 千円
支出先の数: 10
残留農薬等に関するポジティブリスト制度導入に係る分析法開発及び試験検査事業
C. 日本環境科学株式会社
18,150 千円
支出先の数: 1
食品中に残留する農薬等の摂取量調査
D. 一般財団法人東京顕微鏡院ほか
47,266 千円
支出先の数: 14
食品中の残留農薬の試験法の開発及び妥当性評価事業

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　国立医薬品食品衛生研究所	248,683	73	食品中の残留農薬の試験法の開発及び妥当性評価事業等

支出先名	支出額	法人番号
バイオテック・ラボ株式会社	54,998	9011101060675

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
タンデム四重極型質量分析装置　一式 一般競争契約（最低価格）	26,000	--	--	--
トリプル四重極質量分析装置　一式 一般競争契約（最低価格）	24,904	3	96.3	--
Ｈ－Ｃｌａｓｓ　ＰＬＵＳ（Ｍ１８ＱＳＰ３７９Ａ）　点検作業　１式 随意契約（少額）	638	0	0	--
Ｈ－Ｃｌａｓｓ　ＰＬＵＳ（Ａ１８ＱＳＭ７０２Ａ）点検作業　１式ほか --	3,456	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
丸紅新電力株式会社	27,406	9010001137740

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
電気使用量 --	27,406	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
ＷＤＢ株式会社	12,027	4010001143256

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
試験研究業務等のための人材派遣業務 一般競争契約（最低価格）	12,027	8	89.2	--

支出先名	支出額	法人番号
尾崎理化株式会社	11,972	2021001016122

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
アミスルブロムＳＴＤ　ザンノウヨウ　１００ＭＧ　１点 外２８点 随意契約（少額）	718	0	0	--
電気炉（ＦＯ６１１（ＲＣＦフリー））１点　外３点 随意契約（少額）	708	0	0	--
Ｉｎｅｒｔｓｉｌ　Ｃ８－４　ＨＰ　３μｍ～　１点　外９点 随意契約（少額）	603	0	0	--
ＩｎｅｒｔｓｅｐＳＩ　５００ｍｇ　３点　外６点ほか --	9,943	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＣＤエナジーダイレクト	11,584	2010001190770

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ガス使用料 随意契約（その他）	11,584	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
日本電子株式会社	11,000	9012801002438

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ＮＭＲ棟９００Ｍ室改修工事 一般競争契約（最低価格）	11,000	1	99.9	--

支出先名	支出額	法人番号
日本空調サービス株式会社	8,792	6180001002699

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高度管理区域空調設備保守点検等業務　一式 一般競争契約（最低価格）	8,000	2	98.9	--
風量制御基板交換ほか 随意契約（少額）	792	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号

新東産業株式会社	8,160	1010401013301		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
総合庁舎管理業務　一式 一般競争契約（最低価格）	8,130	2	99.5	--
溶媒室保管庫シリンダー交換　１式 随意契約（少額）	30	0	0	--
支出先名	支出額	法人番号		
三協ラボサービス株式会社	8,000	9011701003356		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
実験動物飼育管理業務　一式　１ヶ年 一般競争契約（最低価格）	8,000	2	91.7	--
支出先名	支出額	法人番号		
個人１ほか	94,744	--		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 --	94,744	0	0	--
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
B　自治体	42,075	10	残留農薬等に関するポジティブリスト制度導入に係る分析法開発及び試験検査事業	
支出先名	支出額	法人番号		
各自治体	42,075	--		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
残留農薬等に関するポジティブリスト制度導入に係る分析法開発及び試験検査事業 --	42,075	0	0	--
支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
C　日本環境科学株式会社	18,150	1	食品中に残留する農薬等の摂取量調査	

	支出先名	支出額	法人番号
	日本環境科学株式会社	18,150	4390001001525

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品中に残留する農薬等の摂取量調査 一般競争契約（最低価格）	18,150	2	0	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
D　一般財団法人東京顕微鏡院ほか	47,266	14	食品中の残留農薬の試験法の開発及び妥当性評価事業

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人東京顕微鏡院ほか	47,266	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 --	47,266	0	0	--

費目・使途
（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	バイオテック・ラボ株式会社	タンデム四重極型質量分析装置一式	役務費	食品中の残留農薬の試験法の開発及び妥当性評価事業等	--
C	日本環境科学株式会社	食品中に残留する農薬等の摂取量調査	役務費	食品中の残留農薬の試験法の開発及び妥当性評価事業等	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト
（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

食品添加物等の安全性確認の計画的推進事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品衛生基準審査課				
	作成責任者	紀平哲也				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	002360	事業開始年度	2008	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策	政策体系・評価書URL		
	消費者庁	２．食品衛生基準政策の推進	（１）食品衛生基準に関する政策の推進	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/		
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	最新の科学的知見により、食品添加物の規格基準を整備し、食品の安全性を確保する。				
	現状・課題	食品添加物は毎年、新規指定及び規格改正を事業者から要請されており、それに関する成分規格案の精査等の実施が必要である。 また、使用基準等を改正した妥当性についても検証の必要があることや、過去に指定された既存添加物等の安全性についても現在の知見に照らし、再度検証する必要がある。				
	事業の概要	食品添加物について、成分規格分析、実際の食品からの摂取量の調査、毒性試験等を実施する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第十二条	--	--
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	--	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	436,000	322,900	453,000	332,368
当初予算	437,000	303,000	275,000	269,436	--
補正予算	△1,000	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	436,000	303,000	275,000	269,436	0
執行額	421,000	260,000	248,641	--	--
執行率	96.6%	85.8%	90.4%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

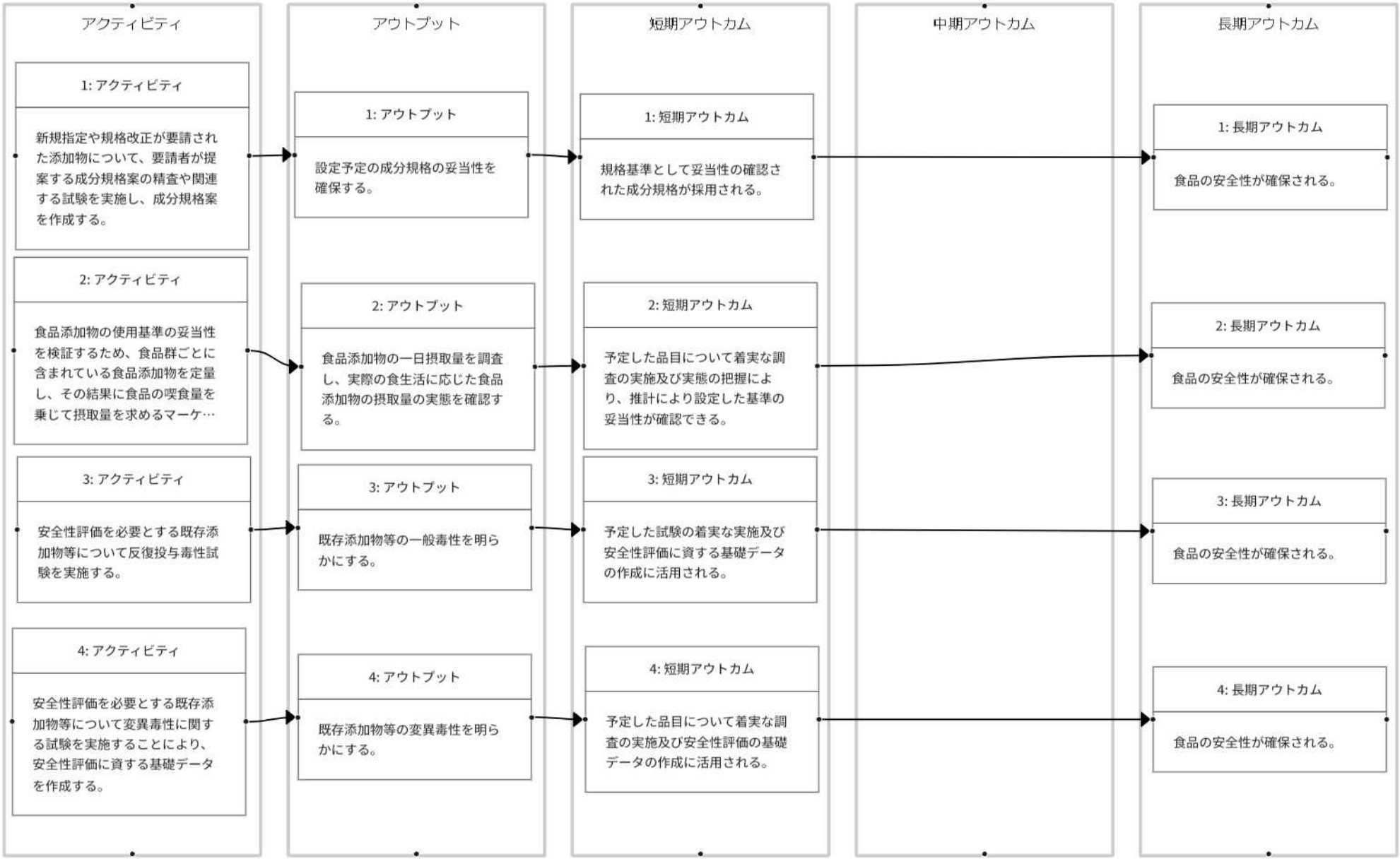
予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 --	--	--	--
当初予算 食品衛生基準政策費　食品等試験検査費	--	263,853	325,805
当初予算 食品衛生基準政策費　諸謝金	--	509	925
当初予算 食品衛生基準政策費　職員旅費	--	2,124	2,642
当初予算 食品衛生基準政策費　委員等旅費	--	1,492	1,419
当初予算 食品衛生基準政策費　庁費	--	1,458	1,577

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	61,800	--

主な増減理由		その他特記事項	
	香料の対象範囲や分類を整理し、諸外国における規制制度との整合性を図ることによって、輸入品も含めた香料に対して適切な基準設定を可能とするため。		--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	新規指定や規格改正が要請された添加物について、要請者が提案する成分規格案の精査や関連する試験を実施し、成分規格案を作成する。			
アウトプット	活動目標	設定予定の成分規格の妥当性を確保する。	活動指標	新規添加物の成分規格分析・検査の実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2021年度に５品目、2022年度に４品目、2023年度に５品目について実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	5	5	5	5
	活動実績／成果実績(件)	5	4	5	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国内で使用可能な添加物の指定にあたり、妥当性の確認された成分規格を迅速に設定することで、国内に流通する食品において使用される食品添加物の品質を確保することができる。

短期アウトカム	成果目標	規格基準として妥当性の確認された成分規格が採用される。	成果指標	新規格案の迅速な精査
	定性的なアウトカムに関する成果実績	策定された成分規格案を使用して、2021年度に０品目、2022年度に２品目、2023年度に２品目について成分規格の設定及び改正がなされた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	食品添加物の指定等は、指定等要請者（事業者）からの指定等要請に基づき指定等を行う制度となっていることから、定量的な成果目標として設定することは不可能である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	妥当性の確認された食品添加物の成分規格を設定することにより、健康被害の防止につながり、食品の安全、安心を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品を摂取することに起因する国民の健康の保護	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	食品添加物の使用基準の妥当性を検証するため、食品群ごとに含まれている食品添加物を定量し、その結果に食品の喫食量を乗じて摂取量を求めるマーケットバスケット方式による一日摂取量調査を実施する。			
アウトプット	活動目標	食品添加物の一日摂取量を調査し、実際の食生活に応じた食品添加物の摂取量の実態を確認する。	活動指標	一日摂取量調査を行った食品添加物数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2021年度に15件の予定に対して酸化防止剤５件、防かび剤８件、品質保持剤１件、結着剤１件、発色剤２件、2022年度に10件の予定に対して保存料３件、着色料２件、甘味料３件、製造用剤１件、結着剤１件、2023年度に11件の予定に対して保存料４件、着色料３件、甘味料３件、結着剤１件、発色剤１件の調査を実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	15	10	11	11
	活動実績／成果実績(件)	17	10	12	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	一日摂取量調査により実際の食生活に応じた食品添加物の摂取量の実態を確認することで、推計により設定した基準の妥当性が確認できる。

短期アウトカム	成果目標	予定した品目について着実な調査の実施及び実態の把握により、推計により設定した基準の妥当性が確認できる。	成果指標	予定した品目について着実な調査の実施及び実態の把握
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2021年度に15件の予定に対して酸化防止剤５件、防かび剤８件、品質保持剤１件、結着剤１件、発色剤２件、2022年度に10件の予定に対して保存料３件、着色料２件、甘味料３件、製造用剤１件、結着剤１件、2023年度に11件の予定に対して保存料４件、着色料３件、甘味料３件、結着剤１件、発色剤１件の調査を実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	現行基準の妥当性を検証するための活動であり、対象とする品目数が多いことが望ましいというものではなく、定量的な評価になじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

後続アウトカムへのつながり	設定した基準の妥当性が確認されることにより、食品添加物が使用された食品の安全、安心を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品を摂取することに起因する国民の健康の保護	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-3

アクティビティ	安全性評価を必要とする既存添加物等について反復投与毒性試験を実施する。			
アウトプット	活動目標	既存添加物等の一般毒性を明らかにする。	活動指標	既存添加物等の反復投与毒性試験の実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2021年度は５件の予定に対して５件、2022年度は５件の予定に対して５件、2023年度は５件の予定に対して２件実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	5	5	5	5
	活動実績／成果実績(件)	5	5	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	指定添加物及び既存添加物の一般毒性試験を実施することにより、安全性評価に資する基礎データが得られる。

短期アウトカム	成果目標	予定した試験の着実な実施及び安全性評価に資する基礎データの作成に活用される。	成果指標	予定した試験の着実な実施及び安全性評価に資する基礎データの作成
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2021年度は５件の予定に対して５件、2022年度は５件の予定に対して５件、2023年度は５件の予定に対して２件実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	現に使用され得る添加物について安全性の確認に資する情報を得るための活動であり、実施数が多いことが望ましいというものではなく、定量的な評価になじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	毒性の懸念がある食品添加物の使用を防ぐことにより、食品の安全性を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品を摂取することに起因する国民の健康の保護	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 4-4-4-4

アクティビティ	安全性評価を必要とする既存添加物等について変異毒性に関する試験を実施することにより、安全性評価に資する基礎データを作成する。			
アウトプット	活動目標	既存添加物等の変異毒性を明らかにする。	活動指標	既存添加物等の変異毒性試験の実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2021年度は８件の予定に対して11件、2022年度は２件の予定に対して０件、2023年度は２件の予定に対して３件実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	11	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	8	3	3	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	安全性の評価が必要な既存添加物等について、変異毒性試験を実施することにより、その安全性評価に資する基礎データが得られる。

短期アウトカム	成果目標	予定した品目について着実な調査の実施及び安全性評価の基礎データの作成に活用される。	成果指標	予定した品目について着実に調査を実施及び安全性評価の基礎データの作成
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2021年度は８件の予定に対して11件、2022年度は２件の予定に対して０件、2023年度は２件の予定に対して３件実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	現に使用され得る添加物について安全性の確認に資する情報を得るための活動であり、実施数が多いことが望ましいというものではなく、定量的な評価になじまない。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	変異毒性の懸念を確認することにより、食品の安全、安心を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品を摂取することに起因する国民の健康の保護	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

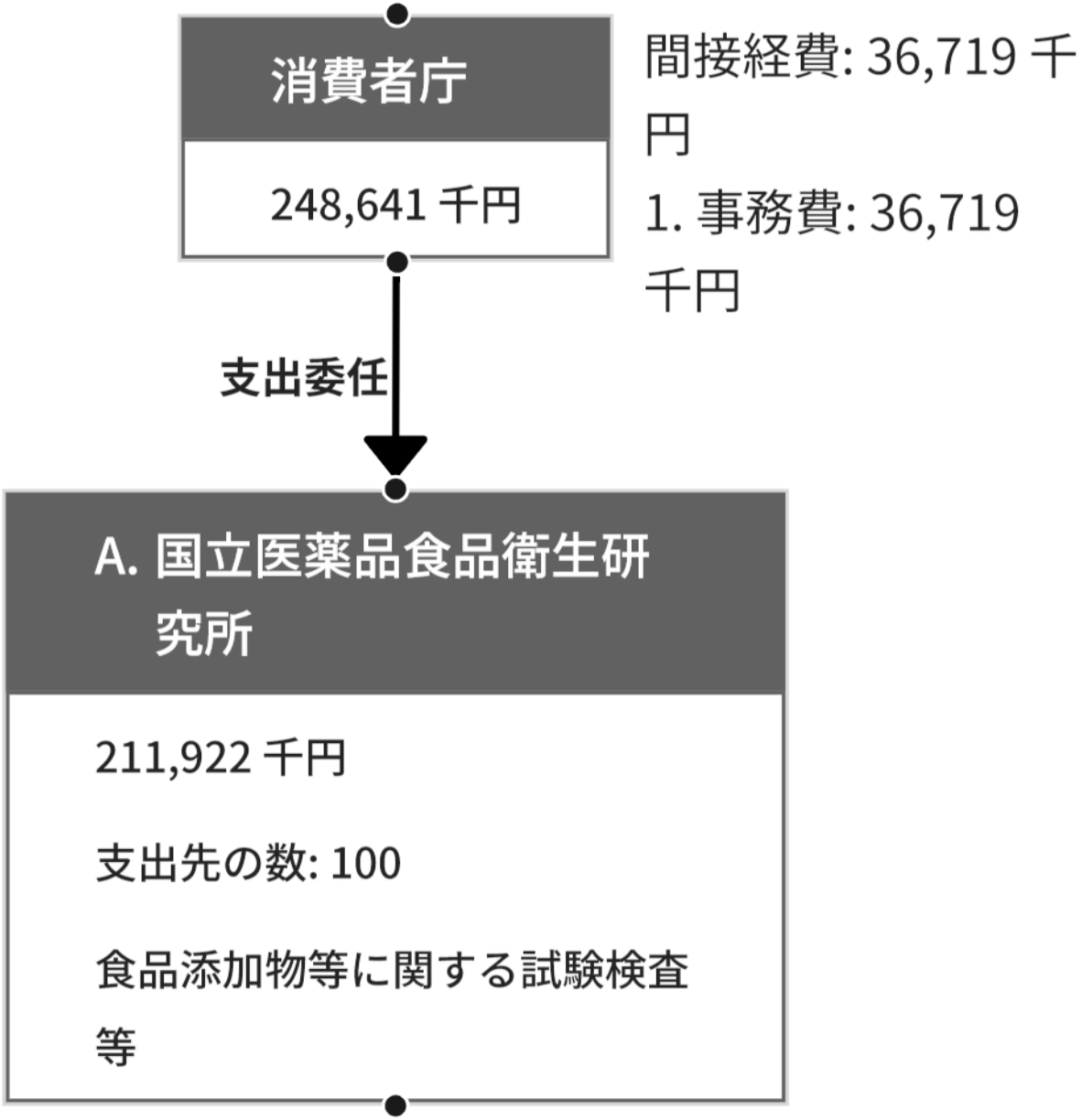
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業の調査結果は、規制対象物質に対し規格基準を設定するための重要なデータであり、コーデックス委員会等の国際会議及び食品衛生基準審議会の審議において使用されるものでもあるため、適正な内容となるよう努めている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	本事業は、適切に予算を執行し、事業の目標を達成できている。 今後においても、食の安全確保のために必要不可欠な事業のため、引き続き一般競争入札によるコスト削減を図り、効率的かつ適正な執行に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2016
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、事業に必要な予算額を確保し、効果的かつ効率的な事業の実施に資するよう、適正な執行に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めることとする。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
248,641 千円
間接経費: 36,719 千円
1. 事務費: 36,719 千円
支出委任
A. 国立医薬品食品衛生研究所
211,922 千円
支出先の数: 100
食品添加物等に関する試験検査等

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　国立医薬品食品衛生研究所	211,922	100	食品添加物等に関する試験検査等

支出先名	支出額	法人番号
新東産業株式会社	16,954	1010401013301

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
総合庁舎管理業務　一式 一般競争契約（最低価格）	16,879	2	99.5	--
３Ｆ　Ｅ－７室　１Φ２００Ｖ配線工事 随意契約（少額）	75	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人１	14,235	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
給与・賞与 随意契約（その他）	14,235	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
ＷＤＢ株式会社	12,801	4010001143256

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
試験研究業務等のための人材派遣業務 一般競争契約（最低価格）	12,801	8	89.2	--

支出先名	支出額	法人番号
個人３	12,538	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
給与・賞与 --	12,538	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号

個人２	9,332	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
給与・賞与 --	9,332	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
島津サイエンス東日本株式会社	9,187	7010501032617

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
エネルギー分散型蛍光Ｘ線分析装置　一式 一般競争契約（最低価格）	7,238	3	91.6	--
ＭａｓｔｅｒＤＨＳ修理費用　１式 随意契約（少額）	507	0	0	--
ＧＣＭＳ－ＱＰ２０２０ＮＸ　圧力不安定修理　１式ほか --	488	0	0	--
冷却水循環装置セット　１点 随意契約（少額）	477	0	0	--
ＧＣ用　オートインジェクター　ＡＯＣ－２０Ｓ　Ｕ　１点 随意契約（少額）	477	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人４	9,059	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
給与・賞与 --	9,059	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
バイオテック・ラボ株式会社	6,231	9011101060675

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
日東精工アナリテック　ＧＴチャネル増設ユニット（ＳＴＲ＋ＢＲＴ）　１点 随意契約（少額）	798	0	0	--

	超純水製造装置　ｆｌｅｘ－３　２台　消耗品交換作業　一式　１点 随意契約（少額）	690	0	0	--
	オルガノ　超純水製造装置ピューリックω　消耗品交換費用　１式 随意契約（少額）	605	0	0	--
	液晶ディスプレイ　７５型　１点　外１点ほか --	4,138	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
三協ラボサービス株式会社	6,000	9011701003356

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
実験動物飼育管理業務　一式　１ヶ年 一般競争契約（最低価格）	6,000	2	91.7	--

支出先名	支出額	法人番号
Ｅｌｓｅｖｉｅｒ　Ｂ．Ｖ．ほか	115,585	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 --	115,585	0	0	--

費目・使途（単位：千円）

	支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
A	新東産業株式会社	総合庁舎管理業務　一式	施設管理費	食品添加物等に関する試験検査等	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）

	契約先名	契約額	法人番号
	--	--	--

その他備考

--

食品用器具・容器包装の安全性確認の計画的推進事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品衛生基準審査課				
	作成責任者	紀平哲也				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	002361	事業開始年度	2020	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	２．食品衛生基準政策の推進	（１）食品衛生基準に関する政策の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	科学技術振興費 | その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	食品用器具・容器包装等については、令和２年度より施行されたポジティブリスト制度（規格が定まっていない原材料を使用した器具・容器包装の販売等の禁止等を行い、安全が担保されたもののみを使用できることとする制度）を円滑に運用するとともに、安全性を確保する。				
	現状・課題	食品衛生法等の一部を改正する法律（平成30年法律第46号。以下「法」という。）により、食品用器具・容器包装について新たな制度（ポジティブリスト制度）が導入され、食品用器具・容器包装の原材料の合成樹脂を対象に、2020年６月１日に施行された。本制度の導入に当たっては附帯決議（2018年４月12日）において「ポジティブリスト制度の導入に当たっては、食品健康影響評価を踏まえた規格基準を計画的に策定する等、法の円滑な施行に万全を期すこと」とされており、食品健康影響評価を依頼するために必要な知見を収集するとともに、新たな制度を円滑に運用するための取組が必要である。				
	事業の概要	①既存物質（ポジティブリスト施行前より使用されている物質）について、最新の科学的知見を踏まえて調査を行う。 ②ポジティブリストに新規の物質を規定するに当たり、最新の科学的知見を踏まえて調査を行う。 ③器具・容器包装に関する分析法の開発等を行う。				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第十八条	1	--
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第十八条	3	--
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第六十八条	1	--
	食品安全基本法	平成十五年法律第四十八号	第二十四条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	--	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	731,000	579,000	587,000	585,265
当初予算	491,000	594,700	579,000	579,043	--
補正予算	△2,000	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	489,000	594,700	579,000	579,043	0
執行額	443,000	511,000	493,426	--	--
執行率	90.6%	85.9%	85.2%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

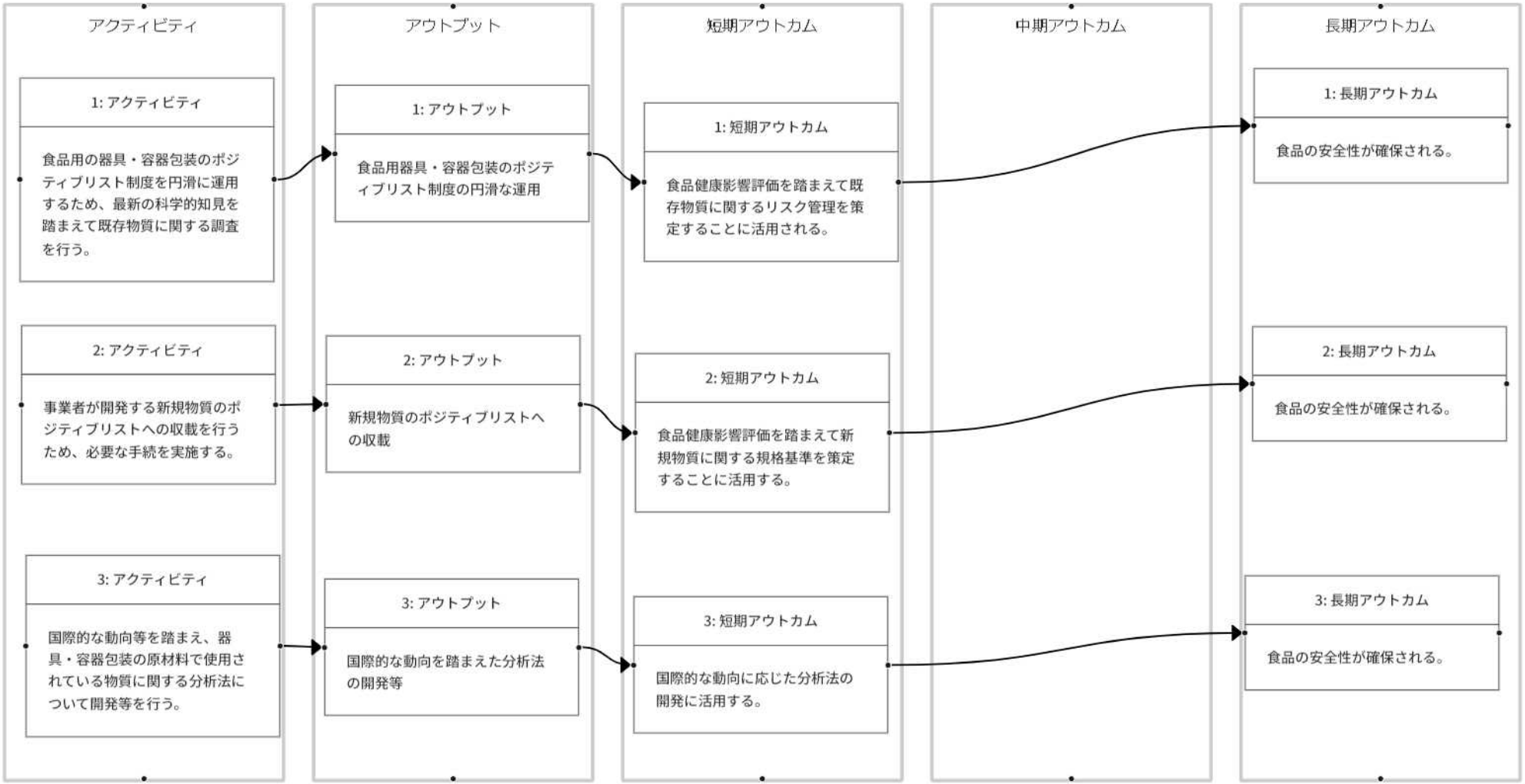
予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 食品衛生基準政策費　食品衛生基準調査研究費	--	575,670	581,887
当初予算 食品衛生基準政策費　庁費	--	381	386
当初予算 食品衛生基準政策費　諸謝金	--	439	439
当初予算 食品衛生基準政策費　職員旅費	--	1,977	1,977
当初予算 食品衛生基準政策費　委員等旅費	--	576	576

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	125,400	--

主な増減理由	単価の修正及び事業の見直しによるもの	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	食品用の器具・容器包装のポジティブリスト制度を円滑に運用するため、最新の科学的知見を踏まえて既存物質に関する調査を行う。			
アウトプット	活動目標	食品用器具・容器包装のポジティブリスト制度の円滑な運用	活動指標	既存物質の安全性に関する調査数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	463	400	300	250
	活動実績／成果実績(件)	463	733	154	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	既存物質に関する知見を調査し、計画的に食品健康影響評価を依頼する。 食品健康影響評価の結果を踏まえたリスク管理を策定する等、ポジティブリスト制度の円滑な運用を行う。

短期アウトカム	成果目標	食品健康影響評価を踏まえて既存物質に関するリスク管理を策定することに活用される。	成果指標	食品健康影響評価を踏まえて既存物質に関するリスク管理を策定する。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年４月13日の薬事・食品衛生審議会食品衛生分科会器具・容器包装部会にて、既存物質に関する知見の収集に当たっては、物質ごとの知見を踏まえリスク評価の必要性の優先度を分類し、優先度に応じた食品健康影響評価依頼を行うこととされた。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	物質ごとに食品健康影響評価依頼の優先度を検討中であり、現時点で定量的な成果目標として設定することは不可能である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品健康影響評価の結果を踏まえたリスク管理の策定等によりポジティブリスト制度の円滑な運用を行うことで、我が国の食の安全、安心をより一層の向上させることができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品用器具・容器包装のポジティブリストを策定した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	事業者が開発する新規物質のポジティブリストへの収載を行うため、必要な手続を実施する。			
アウトプット	活動目標	新規物質のポジティブリストへの収載	活動指標	新規物質の基準設定の公示（通知又は告示）件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年度までは事業者からの要請はなかったため、新規物質の収載は行っていない。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	事業者からの申請に基づいて、新規物質について食品健康影響評価を依頼する。 食品健康影響評価を踏まえたリスク管理を策定する等、ポジティブリスト制度の円滑な運用を行う。

短期アウトカム				
	成果目標	食品健康影響評価を踏まえて新規物質に関する規格基準を策定することに活用する。	成果指標	食品健康影響評価を踏まえて新規物質に関する規格基準を策定する。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年度までは事業者からの要請はなかったため、新規物質の収載は行っていない。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	ポジティブリストへの新規物質の収載は事業者からの要請により行う制度となっていることから、定量的な成果目標として設定することは不可能である。 2021年度、2022年度、2023年度は事業者からの要請はなかった。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	食品健康影響評価の結果を踏まえたリスク管理の策定等によりポジティブリスト制度の円滑な運用を行うことで、我が国の食の安全、安心をより一層の向上させることができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年度までは事業者からの要請はなかったため、新規物質の収載は行っていない。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 3-3-3-3

アクティビティ	国際的な動向等を踏まえ、器具・容器包装の原材料で使用されている物質に関する分析法について開発等を行う。			
アウトプット	活動目標	国際的な動向を踏まえた分析法の開発等	活動指標	分析法の開発等の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	2	2	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国際的な動向を踏まえて分析法を開発することで、食を取り巻く環境変化に迅速に対応し、我が国の食の安全、安心をより一層の向上させることができる。

短期アウトカム	成果目標	国際的な動向に応じた分析法の開発に活用する。	成果指標	国際的な動向に応じた分析法の開発
	定性的なアウトカムに関する成果実績	薬事・食品衛生審議会食品衛生分科会器具・容器包装部会において、開発した試験法を規格基準に導入するための議論を行った。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	国際的な動向等に応じた対応が必要であることから、定量的な成果目標として設定することは不可能である。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国際的な動向を踏まえて分析法を開発することで、食を取り巻く環境変化に迅速に対応し、我が国の食の安全、安心をより一層の向上させることができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	薬事・食品衛生審議会食品衛生分科会器具・容器包装部会において、開発した試験法を規格基準に導入するための議論を行った。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

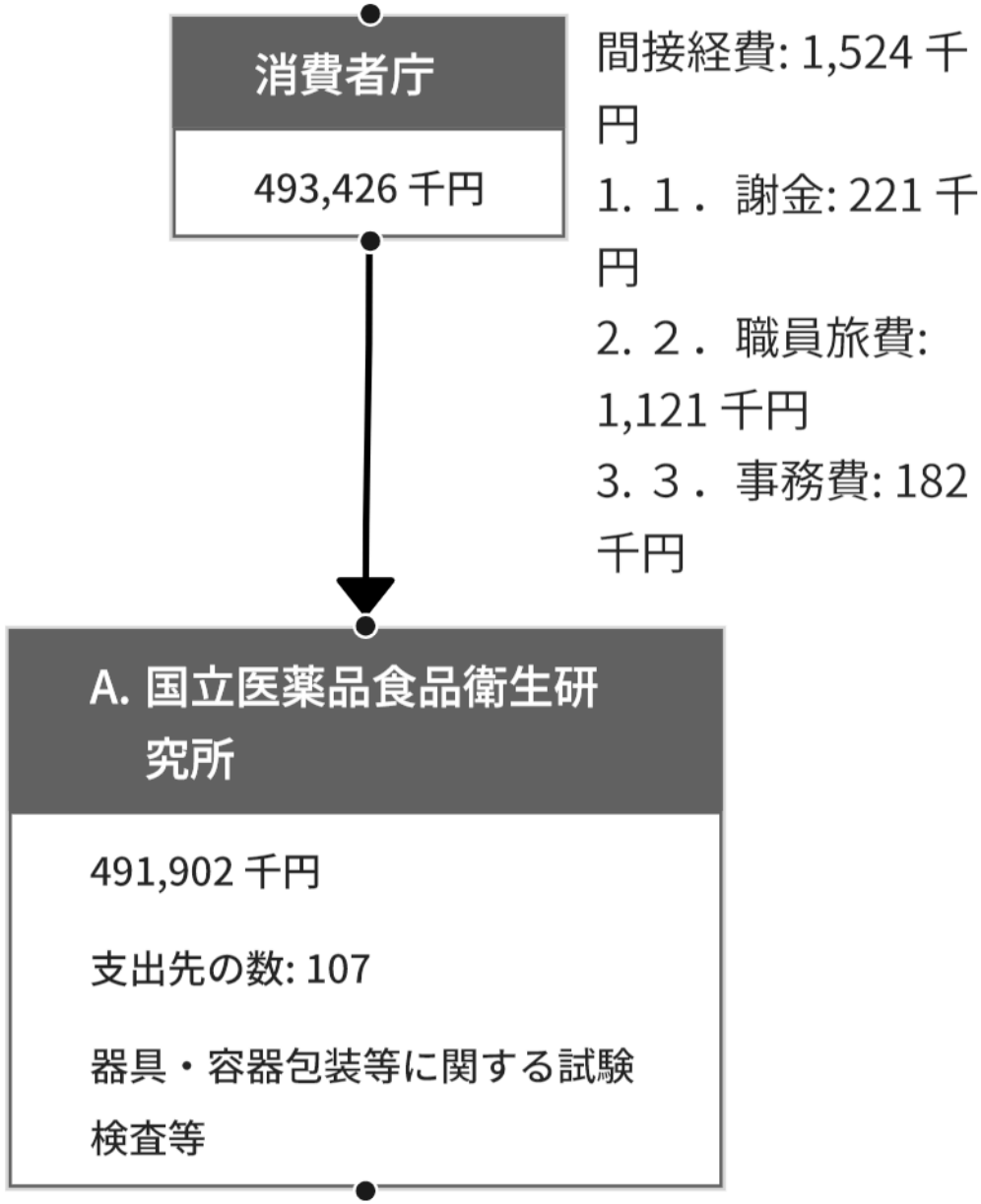
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業の調査結果は、既にポジティブリストに収載されている物質の規格改正や、新たに追加する物質の規格について整理を行うために重要なデータであり、食品衛生基準審議会の審議において使用されるものでもあるため、適正な内容となるよう努めている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、事業の目標を達成できており、このまま継続して事業を実施する。 既にポジティブリストに収載されている物質の規格改正や、新たに追加する物質の規格について整理していく必要があるため、引き続き一定の安全性調査を実施し、精度の高い結果を得られるように検証する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2021
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	予算の多くが国立医薬品食品衛生研究所への支出委任となっていることから、委任の際は引き続き所要額を精査し、適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めることとする。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
493,426 千円
間接経費: 1,524 千円
1. １． 謝金: 221 千円
2. ２． 職員旅費: 1,121 千円
3. ３． 事務費: 182 千円
A. 国立医薬品食品衛生研究所
491,902 千円
支出先の数: 107
器具・容器包装等に関する試験検査等

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　国立医薬品食品衛生研究所	491,902	107	器具・容器包装等に関する試験検査等

支出先名	支出額	法人番号
丸紅新電力株式会社	66,353	9010001137740

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
電気使用料 随意契約（その他）	66,353	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社池田理化	46,862	3010001010696

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高速液体クロマトグラフ　一式 一般競争契約（最低価格）	8,188	3	93.5	--
ヘッドスペースサンプラ付きガスクロマトグラフ　一式 一般競争契約（最低価格）	7,090	3	82.3	--
超高純度水素ガス発生装置　二式 一般競争契約（最低価格）	5,872	3	95.2	--
化学発光・多重蛍光・ＵＶ撮影装置　一式ほか --	25,712	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
バイオテック・ラボ株式会社	41,613	9011101060675

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
フリーザー　２台 一般競争契約（最低価格）	7,318	2	92.6	--
凍結ミクロトーム　一式 一般競争契約（最低価格）	5,979	2	96.2	--
ＤＮＡマイクロアレイ解析装置　保守　一式　１ヶ年 一般競争契約（最低価格）	5,823	3	100	--

フーリエ変換赤外分光光度計システム　一式ほか 一般競争契約（最低価格）	22,493	3	1	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社薬物安全性試験センター	32,335	5011101021284

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
器具・容器包装のポジティブリスト制度化にかかる～マウス遺伝子突然変異試験）一式 随意契約（その他）	23,496	0	0	--
指定添加物（香料）の安全性に関する試験（２，５－ジメチル～突然変異試験）一式 随意契約（その他）	5,000	0	0	--
指定添加物（香料）の安全性～フルフリルフォルメート～遺伝子突然変異試験）　一式 一般競争契約（最低価格）	3,839	1	98.7	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社安評センター	32,010	4080401022805

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
Ｎ，Ｎ’―エチレン―ビス（１２―ヒドロキシ～９０日間反復経口投与毒性試験　一式 一般競争契約（最低価格）	12,100	2	57.7	--
４，５―エポキシシクロヘキサン―１，２―ジカルボン酸～９０日間反復投与毒性試験 一般競争契約（最低価格）	9,955	1	0	--
β―［（ヒドロキシエチル）アミノ）］アルキル～９０日間反復投与毒性試験 一般競争契約（最低価格）	9,955	1	99.7	--

支出先名	支出額	法人番号
個人１	20,291	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
給与・賞与 その他(給与・賞与の支払い)	20,291	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号		
日本空調サービス株式会社	18,500	6180001002699		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高度管理区域空調設備保守点検等業務　一式 一般競争契約（最低価格）	18,500	2	98.9	--

支出先名	支出額	法人番号		
ＷＤＢ株式会社	16,254	4010001143256		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
試験研究業務等のための人材派遣業務 一般競争契約（最低価格）	16,254	8	89.2	--

支出先名	支出額	法人番号		
新東産業株式会社	14,907	1010401013301		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
総合庁舎管理業務　一式 一般競争契約（最低価格）	14,000	2	99.5	--
自火報感知器増設工事 随意契約（少額）	792	0	0	--
動物棟　４Ｆ　４２５室　３相２００Ｖコンセント工事 随意契約（少額）	115	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号		
島津サイエンス東日本株式会社ほか	202,777	--		

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ＬＣアップグレード付きワークステーション　一式 随意契約（少額）	1,298	0	0	--
液体クロマトグラフ質量分析計制御ソフト～ＬＣＭＳの更新作業　１式 随意契約（少額）	874	0	0	--

			液体クロマトグラフ制御ソフト　Ｌａｂｓｏｌｕｔｉｏｎｓ ＬＣの更新作業　１式 随意契約（少額）	829	0	0	--
			その他 --	199,776	0	0	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	丸紅新電力株式会社	電気使用料	施設管理費	器具・容器包装等に関する試験検査	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

食品汚染物質の安全性検証推進事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品衛生基準審査課				
	作成責任者	紀平哲也				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	002362	事業開始年度	2004	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	２．食品衛生基準政策の推進	（１）食品衛生基準に関する政策の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	食品中の汚染物質（重金属、かび毒等）における精密なばく露状況を把握し、個人によって摂取頻度の異なることに着目した安全性を検証し、今後のリスク低減のための方策（摂食指導、基準値の設定及び見直し）を講じる際の基礎データを得ることにより食品の安全性を確保する。				
	現状・課題	食品中の汚染物質の規格基準の設定に当たっては、コーデックス委員会（食品の国際規格を策定しているFAOとWHOの合同機関）が策定している食品について、我が国でも規格基準の設定を検討することとし、原則、コーデックス規格を採用することとしている。具体的には我が国の規格基準を設定する際には、国内に流通する食品中の汚染物質の汚染実態及び国民の食品摂取量等を踏まえた消費者の健康リスクに基づくとともに、合理的に達成可能な範囲で、できる限り低くするとの考え方を基に検討する必要がある。				
	事業の概要	個人によって摂取頻度の異なる食品について、一定期間内の摂取実態調査を実施し、精密な汚染物質の暴露量を推定する。また、食品中の汚染物質（重金属、かび毒等）は通常の環境中に広く存在していることから、広範囲の食品について、汚染物質の含有濃度実態調査を実施する。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	--	--

実施方法	直接実施

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	55,000	36,000	77,000	67,336
当初予算	40,000	36,000	76,000	67,125	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	--	--	--
計	40,000	36,000	76,000	67,125	0
執行額	40,000	63,000	70,315	--	--
執行率	100%	175%	92.5%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

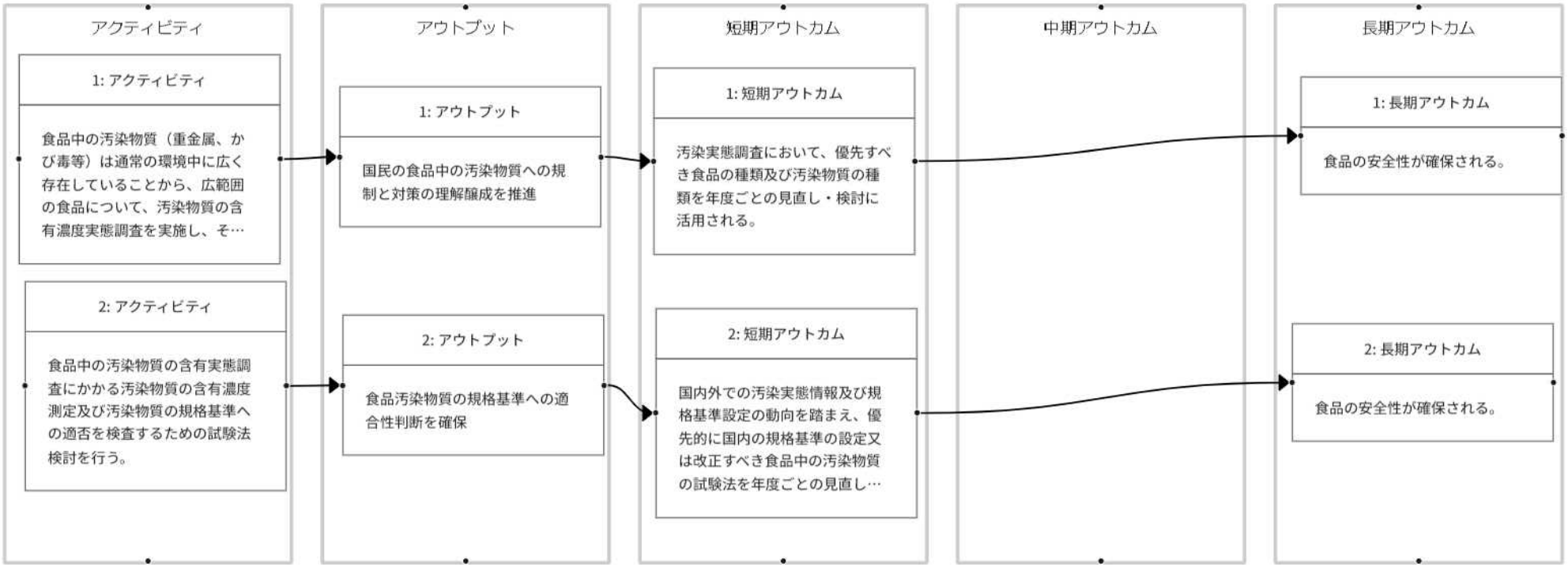
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 食品衛生基準政策費　食品等試験検査費	--	65,911	66,118
当初予算 食品衛生基準政策費　庁費	--	324	328
当初予算 食品衛生基準政策費　諸謝金	--	122	122
当初予算 食品衛生基準政策費　職員旅費	--	576	576
当初予算 食品衛生基準政策費　委員等旅費	--	192	192

主な増減理由	単価の修正によるもの。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	食品中の汚染物質（重金属、かび毒等）は通常の環境中に広く存在していることから、広範囲の食品について、汚染物質の含有濃度実態調査を実施し、その結果から、国民の汚染物質へのばく露量を推計し、適宜規格基準の設定・改正に活用する。			
アウトプット	活動目標	国民の食品中の汚染物質への規制と対策の理解醸成を推進	活動指標	食品汚染物質の実態調査（対象物質数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(物質)	6	6	3	6
	活動実績／成果実績(物質)	6	6	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国内に流通する食品中の汚染物質の含有濃度及び規格基準への適合性を判断するために開発した試験法を自治体、検疫所及び民間の検査機関に周知し、国内に流通する食品が適切な試験方法により検査されて流通できる体制となり、国民の食品への安心・安全を確保することができる。

短期アウトカム				
	成果目標	汚染実態調査において、優先すべき食品の種類及び汚染物質の種類を年度ごとの見直し・検討に活用される。	成果指標	汚染実態調査において、優先すべき食品の種類及び汚染物質の種類を年度ごとの見直し・検討に活用される。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	これまでに実施した汚染実態調査結果を踏まえ、2022年度の薬事・食品衛生審議会食品衛生分科会食品規格部会において、ミネラルウオーター中の鉛の基準値改正にかかる審議資料に活用した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	アクティビティである汚染物質の含有濃度実態調査の結果から国民の汚染物質へのばく露量を推計し、適宜規格基準の設定・改正に活用することがより効果的な制度見直しにどのように反映されたかは、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国内に流通する食品中の汚染物質の含有濃度及び規格基準への適合性を判断するために開発した試験法を自治体、検疫所及び民間の検査期間に周知し、国内に流通する食品が適切な試験方法により検査されて流通できる体制となり、国民の食品への安心・安全を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	科学的観点のみならず、経済や国際関係等の社会的情勢も裏付けとした規格基準設定により、食品の安全ひいては安全な食糧安定供給に寄与する。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-2

アクティビティ	食品中の汚染物質の含有実態調査にかかる汚染物質の含有濃度測定及び汚染物質の規格基準への適否を検査するための試験法検討を行う。			
アウトプット	活動目標	食品汚染物質の規格基準への適合性判断を確保	活動指標	食品汚染物質の試験法検討（対象物質数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(物質)	0	0	1	1
	活動実績／成果実績(物質)	0	0	--	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国内に流通する食品中の汚染物質の含有濃度及び規格基準への適合性を判断するために開発した試験法を自治体、検疫所及び民間の検査機関に周知し、国内に流通する食品が適切な試験方法により検査されて流通できる体制となり、国民の食品への安心・安全を確保することができる。

短期アウトカム	成果目標	国内外での汚染実態情報及び規格基準設定の動向を踏まえ、優先的に国内の規格基準の設定又は改正すべき食品中の汚染物質の試験法を年度ごとの見直し・検討に活用される。	成果指標	国内外での汚染実態情報及び規格基準設定の動向を踏まえ、優先的に国内の規格基準の設定又は改正すべき食品中の汚染物質の試験法を年度ごとの見直し・検討に活用される。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	これまでに実施した食品中の汚染物質の規格基準への適合性判断を確保するための試験法検討結果を踏まえ、薬事・食品衛生審議会食品規格部会の審議資料として活用した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	アクティビティである試験法の検討が、より効果的な制度見直しにどのように反映されたかは、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	国内に流通する食品中の汚染物質の含有濃度及び規格基準への適合性を判断するために開発した試験法を自治体、検疫所及び民間の検査期間に周知し、国内に流通する食品が適切な試験方法により検査されて流通できる体制となり、国民の食品への安心・安全を確保することができる。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	科学的観点のみならず、分析法の技術等の実用可能性も裏付けとした適合性判断により、規格基準設定後の食品の安全ひいては分析事業者の負担軽減に寄与する。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性の確保」は食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価になじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

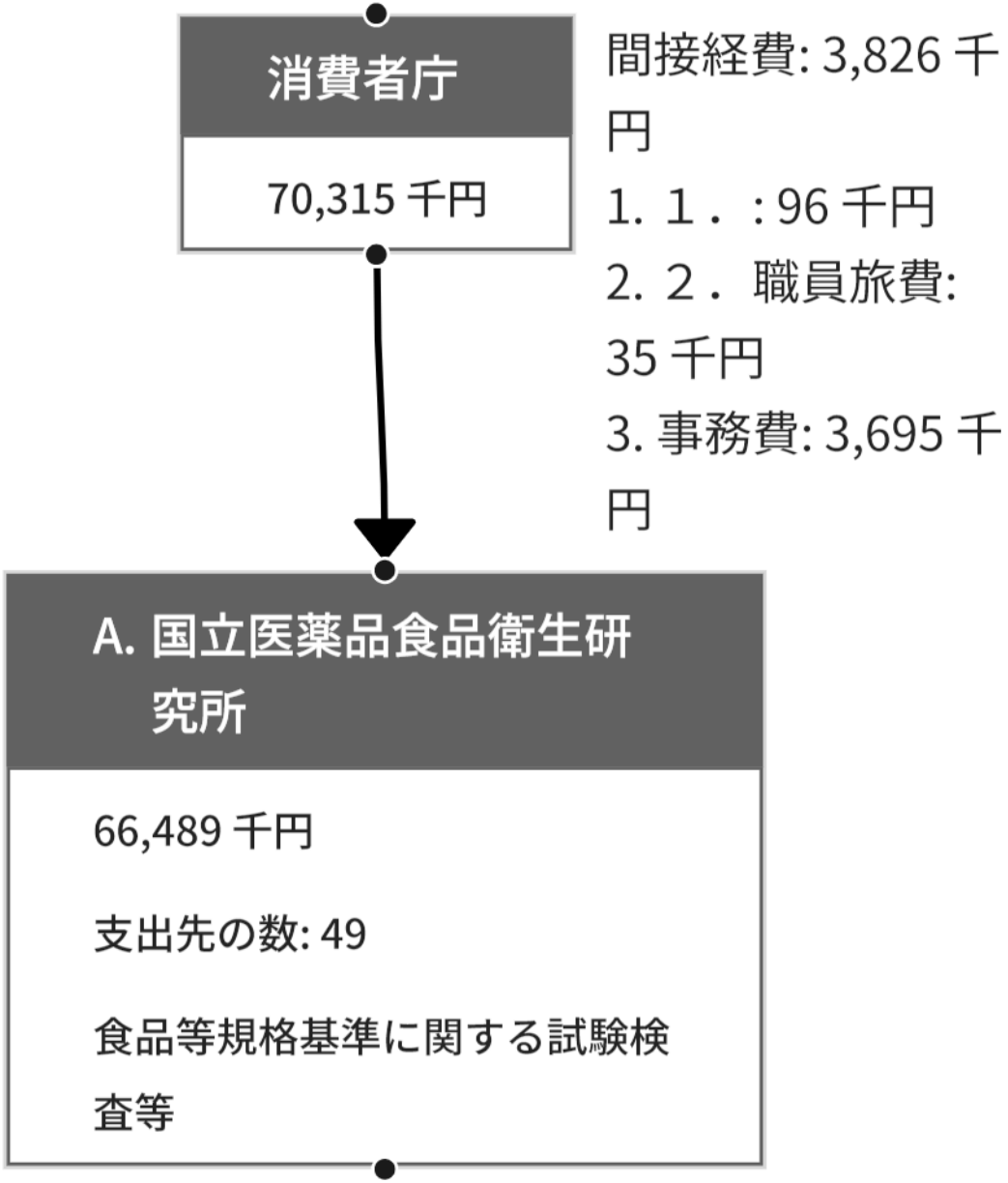
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業によって得られたデータは、規制対象物質に対して規格基準を設定するに当たり重要なものであり、コーデックス委員会等の国際会議及び食品衛生基準審議会食品規格部会の審議において公表されることが前提となっていることから、適正な内容が得られるよう努めているところである。 このため、実態調査においては毎年一定の実施数を確保できており、当該調査データに基づき広く一般国民に対し汚染物質の含有濃度が高い食品について、必要に応じて摂食頻度を下げるよう指導するなどの活用を図っている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、事業の目標が達成できており、このまま継続して事業を実施する。また、引き続き、実態調査における一定の実施数を確保し、精度の高い調査結果が得られるよう検証する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2017
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き、事業に必要な予算額を確保し、効果的かつ効率的な事業の実施に資するよう、適正な執行に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めることとする。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
70,315 千円
間接経費: 3,826 千円
1. １． : 96 千円
2. ２． 職員旅費: 35 千円
3. 事務費: 3,695 千円
A. 国立医薬品食品衛生研究所
66,489 千円
支出先の数: 49
食品等規格基準に関する試験検査等

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　国立医薬品食品衛生研究所	66,489	49	食品等規格基準に関する試験検査等

支出先名	支出額	法人番号
パーソルテンプスタッフ株式会社	5,509	1011001015010

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
試験研究業務等のための人材派遣業務 一般競争契約（最低価格）	5,509	8	87.4	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社池田理化	5,349	3010001010696

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
バートゥタッチ　リーダーのみ　明新ジャパン　１７６００５００８　１点 随意契約（少額）	832	0	0	--
ＩｎｅｒＳｕｓｔａｉｎＳｗｉｆｔ　Ｃ１８　ＨＰ　３ｕｍ～　３点　外１０点 随意契約（少額）	799	0	0	--
ＩｎｅｒｔＳｕｓｔａｉｎ　Ｃ１８　３μｍ　ＨＰ　４．６ｍｍ～　１３点 随意契約（少額）	746	0	0	--
Ｂｏｎｄ　Ｅｌｕｔ　ＳＡＸ　ＬＲＣ　カートリッジ、～４点　外５点ほか --	2,972	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社ＣＤエナジーダイレクト	4,500	2010001190770

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ガス使用料 随意契約（その他）	4,500	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号

公益財団法人日本分析センター	4,400	6040005001380		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
食品中の鉛の含有実態調査に係る試験検査業務　一式 一般競争契約（最低価格）	4,400	2	100	--
支出先名	支出額	法人番号		
丸紅新電力株式会社	4,154	9010001137740		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
電気使用料 随意契約（その他）	4,154	0	0	--
支出先名	支出額	法人番号		
バイオテックラボ株式会社	3,917	1430001085228		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
オートクレーブ　二式 随意契約（少額）	1,302	0	0	--
東京理化　ロータリーエバポレーター　Ｎ－１３００Ｖ－ＷＳ２９　一式　１点 随意契約（少額）	885	0	0	--
Ｗａｔｅｒｓ　Ｉ－Ｃｌａｓｓ　ＢＳＭ　修理費　１式 随意契約（その他）	777	0	0	--
冷却水循環装置　ＮＣＡ－１０００　１点　外５点ほか --	953	0	0	--
支出先名	支出額	法人番号		
日本空調サービス株式会社	3,500	6180001002699		
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高度管理区域空調設備保守点検等業務　一式 一般競争契約（最低価格）	3,500	2	98.9	--
支出先名	支出額	法人番号		

		個人１	3,113	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		給与・賞与 その他(給与・賞与の支払い)	3,113	0	0	--
		支出先名	支出額	法人番号		
		一般財団法人日本穀物検定協会	2,985	3010005018629		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		総アフラトキシン分析法～試験室間共同試験に係る試料作製と参画機関への送付　一式 一般競争契約（最低価格）	2,655	1	94.2	--
		小麦中のオクラトキシンＡ試験法におけるマトリックス影響の検証試験 随意契約（少額）	330	0	0	--
		支出先名	支出額	法人番号		
		個人２ほか	29,062	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
		その他 --	29,062	0	0	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	パーソルテンプスタッフ株式会社	試験研究業務等のための人材派遣業務	役務費	食品等規格基準に関する試験検査等	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

健康食品の安全性の確保等事業

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁	食品衛生基準審査課			
	作成責任者	紀平哲也				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	002363	事業開始年度	2007	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	２．食品衛生基準政策の推進	（１）食品衛生基準に関する政策の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	市場に流通している多様ないわゆる「健康食品」について、健康被害を未然に防止するため、安全性が疑われる成分に関する分析調査等を実施し、指定成分の指定や規格基準の策定を通し流通を禁止する等、迅速・適切な対応を可能とし、食品の安全性を確保する。				
	現状・課題	厚生労働省等から共有される健康被害報告等だけでは、施策の根拠として必ずも十分でなく、安全性が疑われる成分について分析調査等を実施することが必要である。健康被害発生の拡大防止を図る。令和５年度は分析調査を２件実施した。				
	事業の概要	いわゆる「健康食品」による健康被害について関係省庁と連携し、市場に流通しているいわゆる「健康食品」において安全性が疑われる成分について、分析調査を実施し、必要に応じて安全性調査を行う。				
	事業概要URL	--				

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第八条	--	--
	食品衛生法	昭和二十二年法律第二百三十三号	第十三条	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	「いわゆる「健康食品」・無承認無許可医薬品健康被害防止対応要領について」（課長通知）、「「錠剤、カプセル剤等食品の原材料の安全性に関する自主点検及び製品設計に関する指針（ガイドライン）」及び「錠剤、カプセル剤等食品の製造管理及び品質管理（GMP）に関する指針（ガイドライン）」について」（課長通知）等	https://www.mhlw.go.jp/content/001224734.pdf

実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2021	2022	2023	2024	2025
要求額	--	80,000	75,400	136,000	361,213
当初予算	80,000	75,000	120,000	120,098	--
補正予算	--	--	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--	--	--
予備費等	--	--	0	--	--
計	80,000	75,000	120,000	120,098	0
執行額	79,000	109,000	117,140	--	--
執行率	98.8%	145.3%	97.6%	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	238,874	--

会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 食品衛生基準政策費　食品等試験検査費	--	115,332	355,328
当初予算 食品衛生基準政策費　諸謝金	--	446	554
当初予算 食品衛生基準政策費　委員等旅費	--	2,885	2,712
当初予算 食品衛生基準政策費　職員旅費	--	1,382	2,566
当初予算 食品衛生基準政策費　庁費	--	53	53

主な増減理由	健康食品による健康被害事例の報告等の情報を調査し、市場に流通している健康食品に対する必要な規格基準の見直しを強化するため。	その他特記事項	--

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり

アクティビティからの発現経路 1-1-1-2

アクティビティ	いわゆる「健康食品」による健康被害の未然防止及び拡大防止を目的とし、分析調査を行い、指定成分への指定や規格基準の策定の検討を資する情報を収集するとともに必要に応じて消費者へのリスクコミュニケ-ションを行う。			
アウトプット	活動目標	いわゆる「健康食品」の中から特別の注意を必要とする成分又は物の特定、規格基準の策定の候補物質の特定	活動指標	健康被害と疑われる事例又は海外規制当局にて危険性が示唆されている、いわゆる「健康食品」に対する分析調査
	定性的なアウトカムに関する成果実績	健康被害の未然・拡大防止を目標に、健康被害の発生のおそれのある、いわゆる「健康食品」に対する分析調査を実施した。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	1	2	2	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	いわゆる「健康食品」の中から特別の注意を必要とする成分又は物の特定の上、指定成分の指定、規格基準の策定に資する科学的知見を集積することにより、適切な流通措置を講ずることができる。

短期アウトカム	成果目標	健康被害の未然・拡大防止に向け、安全性が確保されていないいわゆる「健康食品」の流通規制措置がされる。	成果指標	規格基準の策定・指定成分の指定等の流通規制措置の状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	現状、4つの成分について、指定成分への指定を行い、それらについて製造に係る規格基準を策定。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	流通規制措置は健康被害情報の報告状況や製品・成分の安全性の程度等により検討するため、多寡による評価がなじまなく、定量的に測ることは困難。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	いわゆる「健康食品」の流通規制などの健康被害の未然・拡大防止措置を図ることで、安全性が確保されていないいわゆる「健康食品」が流通しない社会となり、食品の安全性が確保される。

長期アウトカム	成果目標	食品の安全性の確保	成果指標	安全性が確保されていない、いわゆる「健康食品」による健康被害の未然防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	健康被害が報告されたいわゆる「健康食品」に関して含有成分の同定のための分析調査を行い、関係部局と協力して流通禁止とした結果、その後は当該製品による健康被害の報告を受けていない。	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	成果目標である「食品の安全性が確保」は、食品に関する健康被害の防止等、数値によって測ることができず、定量的な評価にはなじまないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

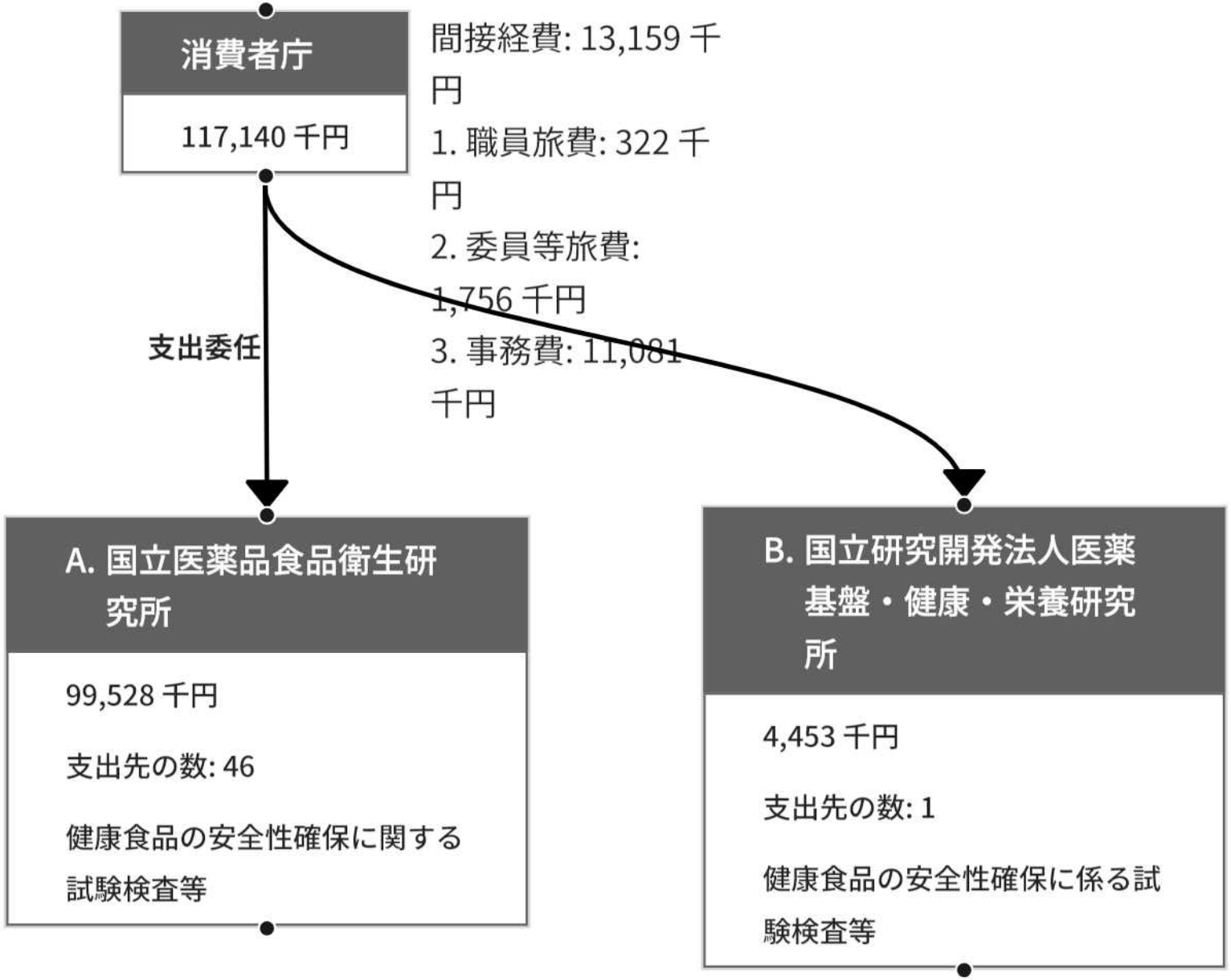
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	市場に流通しているいわゆる「健康食品」のうち、安全性が疑われる成分について、令和５年度は２件の安全性試験及び分析調査を実施することができている。また、調査結果を審議会で報告するなど、専門家や関係省庁と連携を取りながら健康被害の未然・拡大に防止に向けた健康食品の安全性確保に努めている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、事業の目標が達成できており、このまま継続して事業を実施するものの、より効果的な事業の実施に向けて、市場に流通しているいわゆる「健康食品」の安全性確保のため、分析調査等対象成分の選定に当たっては、従来どおり専門家の意見も踏まえて緊急性の高いものを選定するとともに、分析調査等の実施に当たっては、一般競争入札による調達によりコスト削減を図り、効率的に行えるよう努める。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2017
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めること。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めることとする。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ


消費者庁
117,140 千円
間接経費: 13,159 千円
1. 職員旅費: 322 千円
2. 委員等旅費: 1,756 千円
3. 事務費: 11,081 千円
支出委任
A. 国立医薬品食品衛生研究所
99,528 千円
支出先の数: 46
健康食品の安全性確保に関する試験検査等
B. 国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所
4,453 千円
支出先の数: 1
健康食品の安全性確保に係る試験検査等

支出先上位者リスト
（単位：千円）

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
A　国立医薬品食品衛生研究所	99,528	46	健康食品の安全性確保に関する試験検査等

支出先名	支出額	法人番号
島津サイエンス東日本株式会社	12,657	7010501032617

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
四重極飛行時間型質量分析装置アップグレード作業　一式 一般競争契約（最低価格）	9,356	3	96.1	--
高速液体クロマトグラフ質量分析計　一式 --	2,599	2	89.5	--
真空オプションＡＳＳＹ　１点 随意契約（少額）	702	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
丸紅新電力株式会社	12,079	9010001137740

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
電気使用料 随意契約（その他）	12,079	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社バイオテック・ラボ	10,107	5010601020795

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
高速液体クロマトグラフシステム　一式 一般競争契約（最低価格）	6,325	2	89.5	--
化学発光・多重蛍光・ＵＶ撮影装置　一式 一般競争契約（最低価格）	1,214	2	97	--
日本ジェネティクス　ＬｉｇｈｔＣｙｃｌｅｒ４８０　修理費　１式 随意契約（少額）	871	0	0	--

	ＰｈｅｒｍａＨｅｍｐ　ＣＢＧパウダー　０．５ｇ　２０点 外２点 ほか --	1,697	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人１	6,676	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
給与・賞与 --	6,676	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
新東産業株式会社	5,606	1010401013301

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
総合庁舎管理業務　一式 一般競争契約（最低価格）	5,500	2	99.5	--
１Φ１００Ｖ　２回路コンセント配線工事 随意契約（少額）	106	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
正晃テック株式会社	5,397	2290001003376

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
ｄｄＰＣＲ用Ｄｒｏｐｌｅｔ　Ｇｅｎｅｒａｔｏｒ　システム　一式 一般競争契約（最低価格）	2,134	2	92.9	--
超低温フリーザー　一式 一般競争契約（最低価格）	2,000	3	93.6	--
ライカ社製電子顕微鏡修理　一式 一般競争契約（最低価格）	1,263	2	92.2	--

支出先名	支出額	法人番号
一般財団法人食品薬品安全センター	4,500	9021005004496

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由

遺伝子組換え食品検査の外部精度管理　一式 随意契約（その他）	4,500	0	0	--	

支出先名	支出額	法人番号
Ｅｌｓｅｖｉｅｒ　Ｂ．Ｖ．	3,872	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
令和５年度外国雑誌（電子ジャーナル）サイエンス・ダイレクトの購読 随意契約（その他）	3,872	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
個人２	3,777	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
給与・賞与 随意契約（その他）	3,777	0	0	--

支出先名	支出額	法人番号
株式会社三菱ケミカルリサーチほか	34,857	--

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
その他 --	34,857	0	0	--

支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
B　国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	4,453	1	健康食品の安全性確保に係る試験検査等

支出先名	支出額	法人番号
国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	4,453	9120905002657

契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
健康食品の安全性に係る情報の収集・発信事業 随意契約（その他）	4,453	0	0	--

費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	島津サイエンス東日本株式会社	四重極飛行時間型質量分析装置アップグレード作業　一式	役務費	健康食品の安全性確保に関する試験検査等	--
	B	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	健康食品の安全性に係る情報の収集・発信事業	役務費	健康食品の安全性確保に関する試験検査等	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト （単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--

食品衛生基準科学研究費補助金（食品衛生基準行政推進調査事業費補助金を含む）

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 | 食品衛生基準審査課				
	作成責任者	紀平哲也				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	006465	事業開始年度	1951	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2024	事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策	施策		政策体系・評価書URL	
	消費者庁	２．食品衛生基準政策の推進	（１）食品衛生基準に関する政策の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--		主要経費	科学技術振興費		

概要・目的	事業の目的	食品衛生基準科学研究の振興を促し、もって、食品の安全に関し、行政施策の科学的な推進を確保し、技術水準の向上を図ることを目的とする。
	現状・課題	食品衛生基準科学研究の振興を促し、もって、食品の安全に関し、行政施策の科学的な推進を確保し、技術水準の向上を図ることを目的とし、大学や国立・民間の試験研究機関に所属する研究者を交付対象とする補助金であり、国民の健康を守るために一層資する研究がなされるよう、政策等への活用の観点も踏まえた研究成果の的確な評価委員会における評価及び評価結果を踏まえた研究の推進を図る必要がある。
	事業の概要	①食品衛生基準科学研究費補助金：国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者に対して、当該研究に必要な経費の補助を行っている。なお、研究課題の採択は、原則として公募で行い、専門家による評価結果に基づき、研究課題の採択の可否を決定している。これにより、食品衛生基準行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究の実施に資するもの。（定額補助） ②食品衛生基準行政推進調査事業費補助金：国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者に対して、当該研究に必要な経費の補助を行っている。食品衛生基準科学研究のうち、行政的緊急性が高いものや専門的・学術的観点等から研究を実施するものを指定する研究について、専門家による評価結果に基づき、研究課題の採択の可否を決定している。これにより、食品衛生基準行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究の実施に資するもの。（定額補助）
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/sience/research_grant/#:~:text=%E9%A3%9F%E5%93%81%E8%A1%9B%E7%94%9F%E5%9F%BA%E6%BA%96%E7%A7%91%E5%AD%A6%E7%A0%94%E7%A9%B6%E8%B2%BB%E8%A3%9C%E5%8A%A9%E9%87%91%E7%AD%89,%E6%9C%80%E7%B5%82%E6%9B%B4%E6%96%B0%3A%E4%BB%A4%E5%92%8C6%E5%B9%B45%E6%9C%8815%E6%97%A5%20%E9%A3%9F%E5%93%81%E5%AE%89%E5%85%A8%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E7%A7%91%E5%AD%A6%E7%A0%94%E7%A9%B6%E3%81%AE%E6%8C%AF%E8%88%88%E3%82%92%E4%BF%83%E3%81%97%E3%80%81%E3%82%82%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%80%81%E9%A3%9F%E5%93%81%E5%AE%89%E5%85%A8%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%97%E3%80%81%E8%A1%8C%E6%94%BF%E6%96%BD%E7%AD%96%E3%81%AE%E7%A7%91%E5%AD%A6%E7%9A%84%E3%81%AA%E6%8E%A8%E9%80%B2%E3%82%92%E7%A2%BA%E4%BF%9D%E3%81%97%E3%80%81%E6%8A%80%E8%A1%93%E6%B0%B4%E6%BA%96%E3%81%AE%E5%90%91%E4%B8%8A%E3%82%92%E5%9B%B3%E3%82%8B%E3%81%93%E3%81%A8%E3%82%92%E7%9B%AE%E7%9A%84%E3%81%A8%E3%81%97%E3%81%A6%E3%80%81%E7%A0%94%E7%A9%B6%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E3%82%92%E8%A1%8C%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82

根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	https://www.caa.go.jp/policies/sience/research_grant/#:~:text=%E9%A3%9F%E5%93%81%E8%A1%9B%E7%94%9F%E5%9F%BA%E6%BA%96%E7%A7%91%E5%AD%A6%E7%A0%94%E7%A9%B6%E8%B2%BB%E8%A3%9C%E5%8A%A9%E9%87%91%E7%AD%89,%E6%9C%80%E7%B5%82%E6%9B%B4%E6%96%B0%3A%E4%BB%A4%E5%92%8C6%E5%B9%B45%E6%9C%8815%E6%97%A5%20%E9%A3%9F%E5%93%81%E5%AE%89%E5%85%A8%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E7%A7%91%E5%AD%A6%E7%A0%94%E7%A9%B6%E3%81%AE%E6%8C%AF%E8%88%88%E3%82%92%E4%BF%83%E3%81%97%E3%80%81%E3%82%82%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%80%81%E9%A3%9F%E5%93%81%E5%AE%89%E5%85%A8%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%97%E3%80%81%E8%A1%8C%E6%94%BF%E6%96%BD%E7%AD%96%E3%81%AE%E7%A7%91%E5%AD%A6%E7%9A%84%E3%81%AA%E6%8E%A8%E9%80%B2%E3%82%92%E7%A2%BA%E4%BF%9D%E3%81%97%E3%80%81%E6%8A%80%E8%A1%93%E6%B0%B4%E6%BA%96%E3%81%AE%E5%90%91%E4%B8%8A%E3%82%92%E5%9B%B3%E3%82%8B%E3%81%93%E3%81%A8%E3%82%92%E7%9B%AE%E7%9A%84%E3%81%A8%E3%81%97%E3%81%A6%E3%80%81%E7%A0%94%E7%A9%B6%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E3%82%92%E8%A1%8C%E3%81%A3%E3%81%A6%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82	--	--	--	--

関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL
	・「第６期科学技術・イノベーション基本計画」（令和３年３月26日閣議決定）	--
	・「国の研究開発評価に関する大綱的指針」（平成28年12月21日内閣総理大臣決定）	--

実施方法	補助

補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	定額	--	--

備考	--

予算・執行

予算額執行額表
（単位：千円）

	2023	2024	2025
要求額	--	307,000	307,433
当初予算	0	256,195	--
補正予算	--	--	--
前年度から繰越し	--	--	--
予備費等	--	--	--
計	0	256,195	0
執行額	--	--	--
執行率	--	--	--

予算内訳表
（単位：千円）

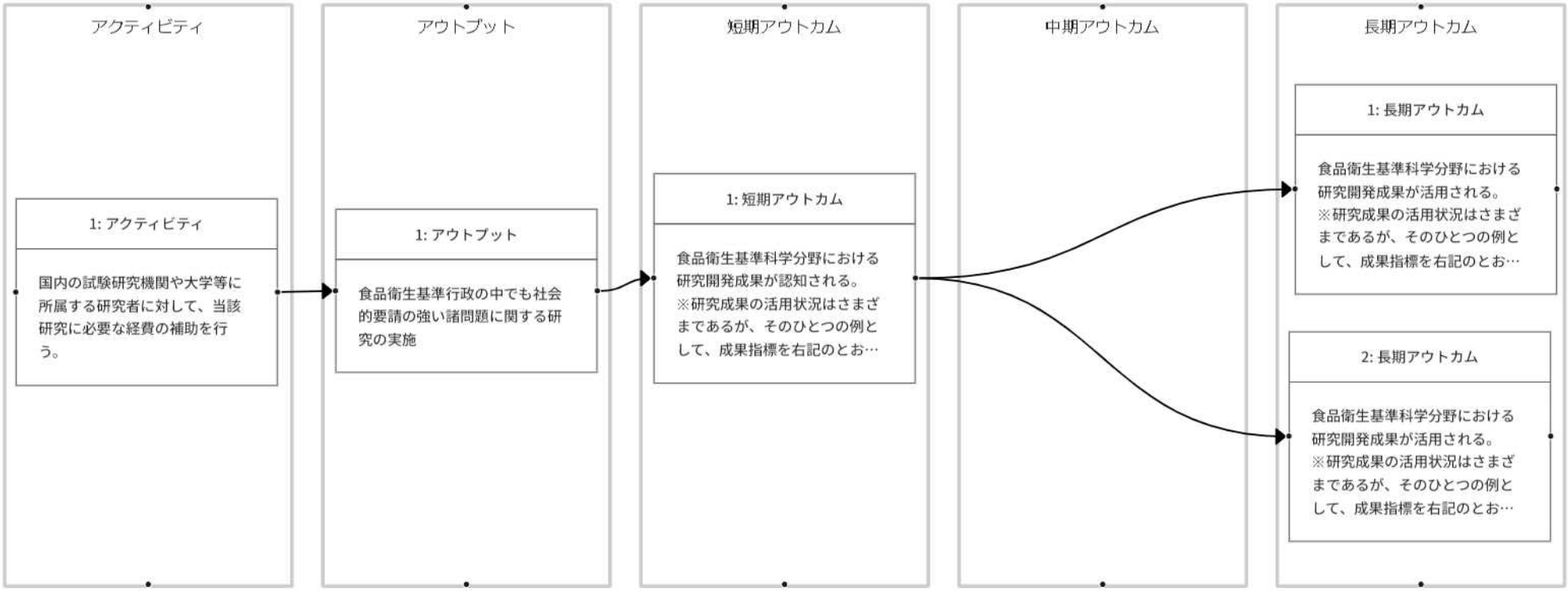
会計区分	会計	勘定	要望額	備考
一般会計	一般会計	--	--	--

予算種別/歳出予算項目	備考	予算額	翌年度要求額
当初予算 食品衛生基準政策費　食品衛生基準行政推進調査事業費補助金	--	58,567	70,280
当初予算 食品衛生基準政策費　食品衛生基準科学研究費補助金	--	197,628	237,153

主な増減理由		その他特記事項	
	食品の安全性の確保を目的としてリスク管理の高度化、リスクの把握と食品基準の根拠となる科学的知見の集積に資する研究の強化のため。		生活衛生等関係行政の機能強化のための関係法律の整備に関する法律の施行に伴い、食品衛生基準審査課は2024年４月１日より、厚生労働省から消費者庁に移管された。本事業は厚生労働省の事業の一部を消費者庁に移したものであり、2023年度以前の予算額、執行額及び実績値等は厚生労働省のレビューシートに記載されている。

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

アクティビティ	国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。			
アウトプット	活動目標	食品衛生基準行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究の実施	活動指標	採択件数 ※研究課題については、研究分野によって１課題当たりの規模・補助額が異なり、また、専門家の評価により変動し得るものであるため、採択件数をあらかじめ見込むことは困難。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品衛生基準科学研究データベース ※現状は厚生労働科学研究データベースのみであり、今後データベース掲載に係る変更が生じる可能性があるが詳細は未定	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	科学・技術の優れた成果を絶え間なく創出し、我が国の科学・技術をより一層発展させるためには、科学・技術の成果を国民に還元するとともに、国民の理解と支持を得て、共に科学技術を推進していく姿勢が不可欠である。 そのためにも研究開発成果をより多く国民、社会に還元する必要があり、食品衛生基準科学研究の研究成果を広く国民に情報公開できているかを図る指標としてアクセス件数を設定している。

短期アウトカム	成果目標	食品衛生基準科学分野における研究開発成果が認知される。 ※研究成果の活用状況はさまざまであるが、そのひとつの例として、成果指標を右記のとおり定め、定量的な評価を行う。	成果指標	食品衛生基準科学研究データベース（閲覧システム）へのアクセス件数（前年度以上） ※目標値は令和５年度厚生労働科学研究データベースのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	5,605,470
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	科学・技術の優れた成果を絶え間なく創出し、我が国の科学・技術をより一層発展させるためには、科学・技術の成果を国民に還元するとともに、国民の理解と支持を得て、共に科学技術を推進していく姿勢が不可欠である。 そのためにも研究開発成果をより多く国民、社会に還元する必要があり、食品衛生基準科学研究の研究成果を広く国民に情報公開を行う中で、さらに社会への還元の指標として学術的価値のある１課題当たり原著論文件数を指標として設定している。

長期アウトカム	成果目標	食品衛生基準科学分野における研究開発成果が活用される。 ※研究成果の活用状況はさまざまであるが、そのひとつの例として、成果指標を右記のとおり定め、定量的な評価を行う。	成果指標	年度終了課題の研究開発成果のうち論文数 ※研究課題によっては学術的な成果のみが目的でないものも含まれるため、件数を予め見込むことは困難。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品衛生基準科学研究データベース
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--
	活動実績／成果実績(件)	--
	達成率(%)	--

アクティビティからの発現経路 1-1-1-2

アクティビティ	国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。			
アウトプット	活動目標	食品衛生基準行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究の実施	活動指標	採択件数 ※研究課題については、研究分野によって１課題当たりの規模・補助額が異なり、また、専門家の評価により変動し得るものであるため、採択件数をあらかじめ見込むことは困難。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品衛生基準科学研究データベース ※現状は厚生労働科学研究データベースのみであり、今後データベース掲載に係る変更が生じる可能性があるが詳細は未定	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値	--
	活動実績／成果実績	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	科学・技術の優れた成果を絶え間なく創出し、我が国の科学・技術をより一層発展させるためには、科学・技術の成果を国民に還元するとともに、国民の理解と支持を得て、共に科学技術を推進していく姿勢が不可欠である。 そのためにも研究開発成果をより多く国民、社会に還元する必要があり、食品衛生基準科学研究の研究成果を広く国民に情報公開できているかを図る指標としてアクセス件数を設定している。

短期アウトカム	成果目標	食品衛生基準科学分野における研究開発成果が認知される。 ※研究成果の活用状況はさまざまであるが、そのひとつの例として、成果指標を右記のとおり定め、定量的な評価を行う。	成果指標	食品衛生基準科学研究データベース（閲覧システム）へのアクセス件数（前年度以上） ※目標値は令和５年度厚生労働科学研究データベースのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値	5,605,470
	活動実績／成果実績	--
	達成率(%)	--

↓ 後続アウトカムへのつながり	科学・技術の優れた成果を絶え間なく創出し、我が国の科学・技術をより一層発展させるためには、科学・技術の成果を国民に還元するとともに、国民の理解と支持を得て、共に科学技術を推進していく姿勢が不可欠である。 そのためにも研究開発成果をより多く国民、社会に還元する必要があり、食品衛生基準科学研究の研究成果を広く国民に情報公開を行う中で、さらに社会への還元の指標として学術的価値のある１課題当たり原著論文件数を指標として設定している。

長期アウトカム	成果目標	食品衛生基準科学分野における研究開発成果が活用される。 ※研究成果の活用状況はさまざまであるが、そのひとつの例として、成果指標を右記のとおり定め、定量的な評価を行う。	成果指標	年度終了課題の研究開発成果のうち、学会等での議論を深める一助となったもの （１課題当たり学会発表件数（国内・国際学会合計）） ※研究課題によっては学術的な成果のみが目的でないものも含まれるため、件数をあらかじめ見込むことは困難。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

活動・成果目標と実績		2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--
	活動実績／成果実績(件)	--
	達成率(%)	--

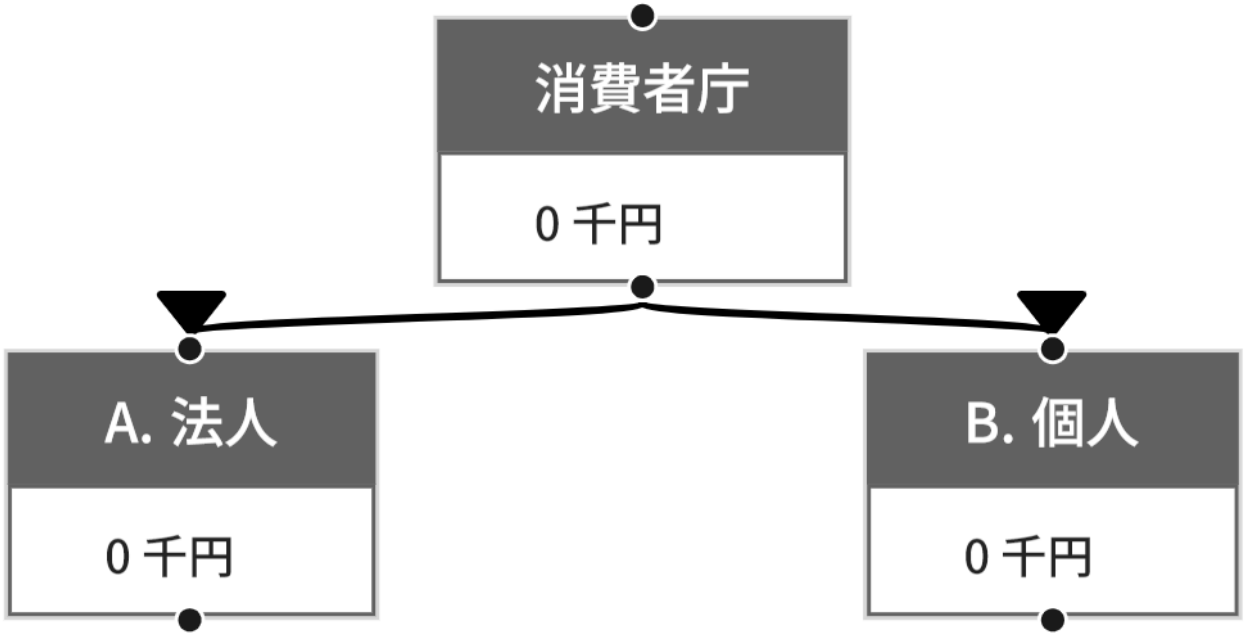
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	我が国の食をとりまく環境変化や国際化等に対応し、食品の安全を確保するため、これらに的確に対応した食品衛生行政が広く国民より求められている。 　それらのニーズに対応するためには、産官学の各分野が協力して新しい知見を生み出し、適切妥当な科学的根拠に立脚した行政施策の実施、基礎から実用化までの一貫した研究開発を推進する必要があるため、これらの施策を達成するには国費を投入する必要がある。 　研究事業毎に成果目標は異なるが、国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者に対して、当該研究課題を達成するために必要な経費の補助を行っているため、政策目的の必要かつ適切な達成手段と位置づけられる。また、食品衛生行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究を実施するため、優先度が高い事業となっている。 成果目標については昨年度までと比較することは困難であるものの、概ね研究計画にそって事業を実施できている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	研究事業ごとに評価委員会を設置し、各研究課題の評価を行うことにより採択課題採択課題を選定しており、事業の目標が達成できるよう、引き続き研究開発成果の国民及び社会への還元に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	--
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	補助金の支出に当たっては、評価委員会等の評価も活用しつつ、必要性、効率性、有効性を検討し、適切な予算執行を図られたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	引き続き必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努めることとする。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト（単位：千円）	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	A　法人	0	--	--
	支出先ブロック名	合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	B　個人	0	--	--

費目・使途（単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	--	--	--	--	--	--

国庫債務負担行為等による契約先リスト（単位：千円）		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--