

消費者政策企画・立案

基本情報

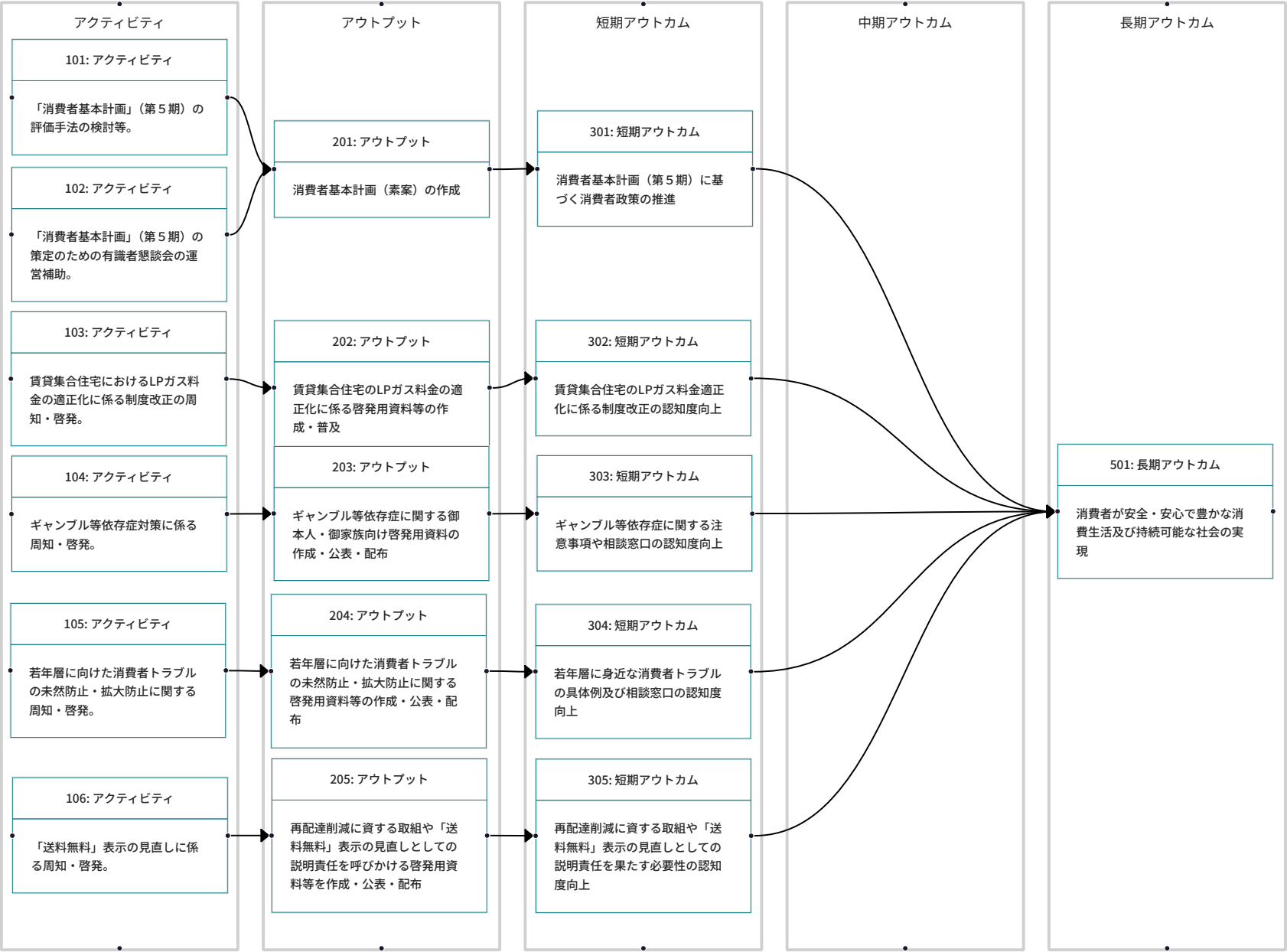
組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者政策課				
	作成責任者	鮎澤良史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000456	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	事業区分		前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	1．消費者政策の推進		（1）消費者政策企画・立案		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	デジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴う、昨今の消費者取引環境の変化を踏まえつつ、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、国民の消費生活の安定及び向上を確保する。				
	現状・課題	令和7年3月に閣議決定した「消費者基本計画」（第5期）は、令和7年度から11年度までの5年間における消費者政策の基本的な方針を示すものである。他方で、昨今のデジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴い、新たな製品・サービスや取引形態の出現とあいまって、消費者トラブルの動向も加速度的に変化していることから、いかにトラブルの実情を把握し、効果的な予防策及び早期の対策を講ずるかが課題となっている。				
	事業の概要	「消費者基本計画」（第5期・令和7年度～11年度）の策定及び評価のための調査・検討、また消費者の安全・安心の確保に資する普及・啓発等。				
	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7年3月18日閣議決定）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		10,500	51,500	58,268	109,195	114,280	
	当初予算		11,500	51,000	71,178	83,078	--	
	補正予算		--	--	46,648	--	--	
	前年度から繰越し		100,000	--	--	46,648	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		111,500	51,000	117,826	129,726	--	
	執行額		93,200	43,766	59,639	--	--	
	執行率		83.6%	85.8%	50.6%	--	--	
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	--		28,306		--	
		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			--		82,595	113,819
		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	304
		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	157
		前年度から繰越し --			--		46,648	--
	主な増減理由							
・ 本事業のうち、①若年層の消費者被害防止に向けた、若年層を対象とする啓発動画や啓発標語のコンテストを開催する事業に係る予算及び②消費者政策課が所管する「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」の予算の一部については、令和8年度要求では減額することとしている。この減額分も用いつつ、予算を増額し、本事業において、③第5期消費者基本計画の中間点検に向けた施策評価手法の確立、調査設計・準備作業及び有識者勉強会並びに④若年層を対象とする消費者被害防止に向けた、SNS等を活用した、著名人を起用する啓発事業を実施することとしたため。 ・ その他、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 101-201-301-501

アクティビティ	「消費者基本計画」（第５期）の評価手法の検討等。			
アウトプット	活動目標	消費者基本計画（素案）の作成	活動指標	有識者懇談会の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)		2	0
	活動実績／成果実績(回)		2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者基本計画（第５期）に基づき、消費者政策を立案。			
短期アウトカム	成果目標	消費者基本計画（第５期）に基づく消費者政策の推進	成果指標	決定から３年目を目処とする中間点検
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	点検手法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	--
↓ 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	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	消費者基本計画（令和７年３月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直し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	--

アクティビティからの発現経路 102-201-301-501

アクティビティ	「消費者基本計画」（第５期）の策定のための有識者懇談会の運営補助。			
アウトプット	活動目標	消費者基本計画（素案）の作成	活動指標	有識者懇談会の実施回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)		2	0
	活動実績／成果実績(回)		2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者基本計画（第５期）に基づき、消費者政策を立案。			
短期アウトカム	成果目標	消費者基本計画（第５期）に基づく消費者政策の推進	成果指標	決定から３年目を目処とする中間点検
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	点検手法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	--
↓ 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	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	消費者基本計画（令和７年３月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直し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	--

アクティビティからの発現経路 103-202-302-501

アクティビティ	賃貸集合住宅におけるLPガス料金の適正化に係る制度改正の周知・啓発。			
アウトプット	活動目標	賃貸集合住宅のLPガス料金の適正化に係る啓発用資料等の作成・普及	活動指標	普及活動の回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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		2025年度
	当初見込み／目標値(回)	2		2
	活動実績／成果実績(回)	2		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	注意喚起及び啓発用資料をHPに掲載するとともに、消費生活センター等へ配布。			
短期アウトカム	成果目標	賃貸集合住宅のLPガス料金適正化に係る制度改正の認知度向上	成果指標	賃貸集合住宅のLPガス料金適正化に係る制度改正内容の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	国民に対する注意喚起及び普及啓発を目的としていることから、対象が広く、定量的な指標の設定が難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	賃貸集合住宅のLPガス料金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	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直し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	--

アクティビティからの発現経路 104-203-303-501

アクティビティ	ギャンブル等依存症対策に係る周知・啓発。			
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	ポスター及びチラシの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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(枚)	25,250	25,500	25,860
	活動実績／成果実績(枚)	25,250	25,500	--
↓ 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度向上	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周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	ギャンブル等依存症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	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直し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	--

アクティビティからの発現経路 105-204-304-501

アクティビティ	若年層に向けた消費者トラブルの未然防止・拡大防止に関する周知・啓発。			
アウトプット	活動目標	若年層に向けた消費者トラブルの未然防止・拡大防止に関する啓発用資料等の作成・公表・配布	活動指標	ポスターの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(枚)		17,800	1,247
	活動実績／成果実績(枚)		17,800	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発資料等をHPに掲載するとともに、全国の自治体や消費生活センター、大学生協等へ配布。			
短期アウトカム	成果目標	若年層に身近な消費者トラブルの具体例及び相談窓口の認知度向上	成果指標	若年層に身近な消費者トラブルの具体例及び相談窓口の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	若年層に身近な消費者トラブルは多種多様であり、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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	若年層に身近な消費者トラブル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	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直し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	--

アクティビティからの発現経路 106-205-305-501

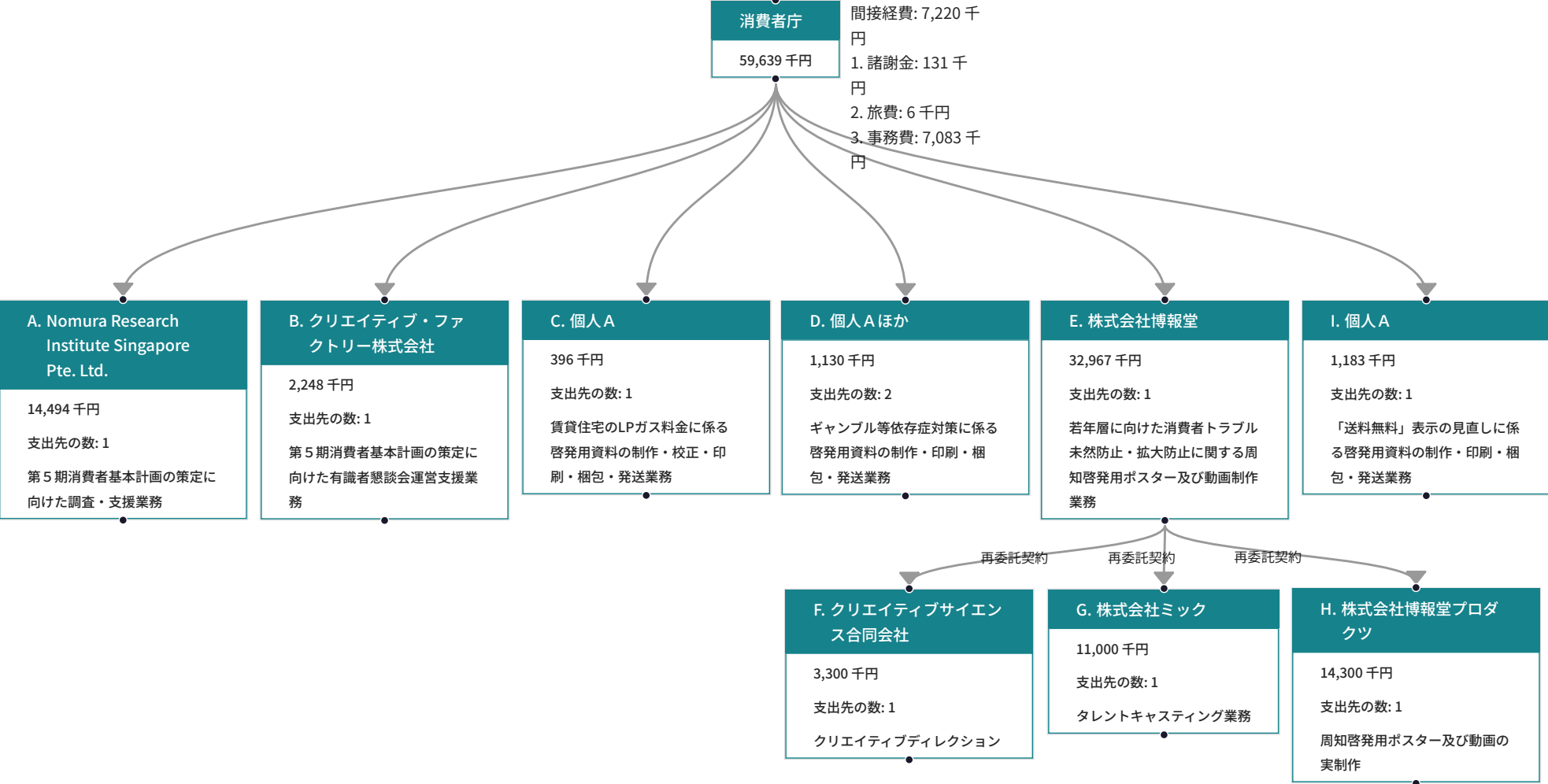
アクティビティ	「送料無料」表示の見直しに係る周知・啓発。			
アウトプット	活動目標	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しとしての説明責任を呼びかける啓発用資料等を作成・公表・配布	活動指標	チラシの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(枚)		10,000	10,000
	活動実績／成果実績(枚)		10,000	--
↓ 後続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、全国のトラック協会へ配布。			
短期アウトカム	成果目標	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しとしての説明責任を果たす必要性の認知度向上	成果指標	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直しとしての説明責任を果たす必要性の周知
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	国民に対する啓発を目的としていることから、対象が広く、定量的な指標の設定が難しいため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	再配達削減に資する取組や「送料無料」表示の見直し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	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現	成果指標	消費者が安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）の目的に則した評価手法への見直し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	--
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】 消費者基本計画の策定に当たって有識者の知見を得る機会の効率的な運営は不可欠であり、その評価方法の変更に伴って知見のある委託業者を活用した評価手法の検討は有用だと考えられる。 また、多様な属性の消費者に対し、様々な媒体を活用した普及・啓発は有効であると考えられる。 【効率性・効果】 外部の知見等を活用し、効率的に業務を実施した。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	消費者基本計画の計画期間中（５年間）において、体系的・計画的な業務スケジュールに基づき、外部の知見も活用して効率的に業務を遂行していく。		
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	2024
	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	総合評価での契約において、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。一方で、予算の増額に伴い、予算執行率が低下していることから、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、予算執行率の向上にも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	・一社応札となった入札案件については、入札説明書等をダウンロードし、かつ不参加の事業者へのヒアリング内容を踏まえ、業務スケジュールに基づく計画的な発注により、一社応札の解消に努めてまいりたい。 ・引き続き、事業の必要性・効率性・有効性を検討しつつ、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



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	Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	14,494	1	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.		14,494	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務 一般競争契約（総合評価）		14,494	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	2,248	1	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務	
	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		2,248	3011301024114		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		2,248	8	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	個人A	396	1	賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の制作・校正・印刷・梱包・発送業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人A		396	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料のデザイン及びイラスト制作業務 随意契約（少額）		198	1	--	--
	賃貸集合住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の校正業務、印刷業務、梱包業務及び発送業務 随意契約（少額）		198	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	

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	1,130	2	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の制作・印刷・梱包・発送業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人 A	726	99999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作・印刷業務 随意契約（少額）	528	1	--	--	
	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作業務 随意契約（少額）	198	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	朝日梱包株式会社	404	9010601040880			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
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）	404	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	株式会社博報堂	32,967	1	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社博報堂	32,967	8010401024011			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 一般競争契約（総合評価）	32,967	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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	クリエイティブサイエンス合同会社	3,300	1	クリエイティブディレクション		
	支出先名	支出額	法人番号			

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		
	クリエイティブサイエンス合同会社	3,300	8011003020019			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 その他(再委託契約)	3,300	--	--	--	
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	株式会社ミック	11,000	1	タレントキャスティング業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ミック	11,000	7010401049075			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 その他(再委託契約)	11,000	--	--	--	
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		
H	株式会社博報堂プロダクツ	14,300	1	周知啓発用ポスター及び動画の実制作		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社博報堂プロダクツ	14,300	4010601035588			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務 その他(再委託契約)	14,300	--	--	--	
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	個人 A	1,183	1	「送料無料」表示の見直しに係る啓発用資料の制作・印刷・梱包・発送業務		
	支出先名	支出額	法人番号			

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		
	個人 A		1,183	99999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務 随意契約（少額）	988	1	--	--
		送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の梱包・発送業務 随意契約（少額）	195	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
	A	Nomura Research Institute Singapore Pte. Ltd.	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務	雑役務費	第5期消費者基本計画の策定に向けた調査・支援業務	14,494
	B	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務	雑役務費	第5期消費者基本計画の策定に向けた有識者懇談会運営支援業務	2,248
	C	個人A	賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料のデザイン及びイラスト制作業務	雑役務費	賃貸住宅のLPガス料金に係る啓発用資料のデザイン及びイラスト制作業務	198
	C	個人A	賃貸集合住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の校正業務、印刷業務、梱包業務及び発送業務	雑役務費	賃貸集合住宅のLPガス料金に係る啓発用資料の校正業務、印刷業務、梱包業務及び発送業務	198
	D	個人A	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料のデザイン制作・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制作・印刷業務	528
	E	株式会社博報堂	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	32,967
	F	クリエイティブサイエンス合同会社	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	3,300
	G	株式会社ミック	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	11,000
	H	株式会社博報堂プロダクツ	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	雑役務費	若年層に向けた消費者トラブル未然防止・拡大防止に関する周知啓発用ポスター及び動画制作業務	14,300
	I	個人A	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務	雑役務費	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務	737
	--	--	--	印刷製本費	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料のデザイン・動画制作、印刷業務	251

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	2025	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6年度は8,990件）やPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム。令和6年度は約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	--					

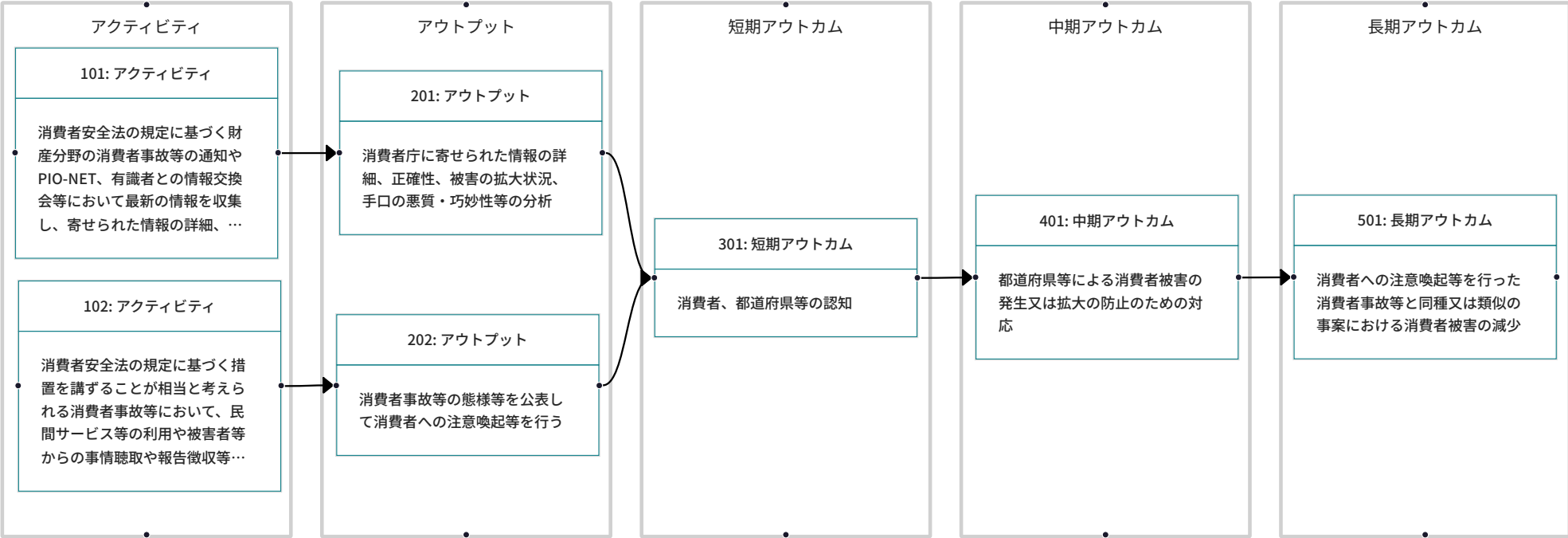
根拠法令	法令名		法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者安全法		平成二十一年法律第五十号	第十二条	2	--
	消費者安全法		平成二十一年法律第五十号	第十三条	1	--
	消費者安全法		平成二十一年法律第五十号	第三十八条	1	--
	消費者安全法		平成二十一年法律第五十号	第三十八条	2	--
	消費者安全法		平成二十一年法律第五十号	第四十条	4	--
	消費者安全法		平成二十一年法律第五十号	第四十条	5	--
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL			
	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章2（1）①及び（2）①		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		27,000	26,000	26,346	26,568	27,894	
	当初予算		26,000	26,000	26,485	27,989	--	
	補正予算		△100	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		25,900	26,000	26,485	27,989	--	
	執行額		33,000	15,393	15,737	--	--	
	執行率		127.4%	59.2%	59.4%	--	--	
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 / 非常勤職員手当			--	13,733	13,694
		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			--	8,937	8,914
		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	1,101
		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	546
	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 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	9,000	9,000	9,000	9,000
	活動実績／成果実績(件)	10,394	10,663	8,990	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	--	
	達成率(%)	--	164.1	--	
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	26	16	19	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	--	
	達成率(%)	--	164.1	--	
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
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、「大手通信関連会社の名称をかたり、自動音声や国際電話番号等を用いて架空の利用料金請求を行う事業者に関する注意喚起」（令和6年6月11日公表）では、約75万件のウェブサイトページのアクセス数であるなど、効果的な注意喚起となるような事案の選定に努めている。一方で、効果的な事案選定を行うための分析能力や事案処理するための調査能力等は改善余地があり、職員の能力向上を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起を行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	短期アウトカムに係る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の目標は達成しているが、一部の事案のアクセス数は低調であるなど改善点もある。		
	改善の方向性	職員の能力向上（分析能力、調査能力等）を図りつつ、必要に応じ、外部委託等も行いつつ、効果的な注意喚起に努めていく。		
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	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	効果的な注意喚起が行えるように必要性・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。
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、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、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	--			

消費者庁

15,737 千円

間接経費: 15,737 千円
1. 人件費: 5,198 千円
2. 旅費: 1,138 千円
3. 事務費: 9,401 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	2025		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	インターネットを活用した新たな技術やサービスの出現に伴い、消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化していることを踏まえ、消費者トラブルが顕在化しつつある分野における消費者取引の動向を把握し、早期の対応につなげる。				
	現状・課題	インターネット取引の著しい進展に伴い、消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化し、これまでの後追いのな対策のみでは限界が生じつつある。				
	事業の概要	調査実施時点における最新のインターネットを活用した消費者取引のうち、消費者トラブルが顕在化しつつある分野を抽出して消費者トラブルの動向を把握・分析し、対策の必要性等を判断するための基礎的材料を得る。				
	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7年3月18日閣議決定）第1章1．デジタル技術の飛躍	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		13,000	13,000	13,278	13,276	13,274	
	当初予算		13,000	13,000	13,278	13,276	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	△13,278	--	--	
	計		13,000	13,000	--	13,276	--	
	執行額		13,000	8,800	0	--	--	
	執行率		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	--		--		--	
		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			--		13,276	13,274
主な増減理由	単価の変動のため。			その他特記事項	機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置が緊急的に必要となったため、「食品表示対策の推進事業」（食品表示課）へ流用の上、執行した。			

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置が緊急的に必要となったため、「食品表示対策の推進事業」（食品表示課）へ本事業の予算を流用の上、執行したところ、本事業を所管する消費者政策課では特段の取組を実施しなかった。		
	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、インターネット関連の技術・サービスに係る消費者トラブルの動向を調査することで、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。		
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	2024
	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・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	・令和7年度については本事業を実施する予定。 ・引き続き、事業の必要性・効率性・有効性を検討しつつ、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

--

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	熊澤英人					
	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	2025		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/policy/consumer_policy/donation_solicitation/					
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（令和７年３月18日閣議決定）第４章２．（２）②（マルチ商法・悪質な勧誘等への対応）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf				
実施方法	直接実施						

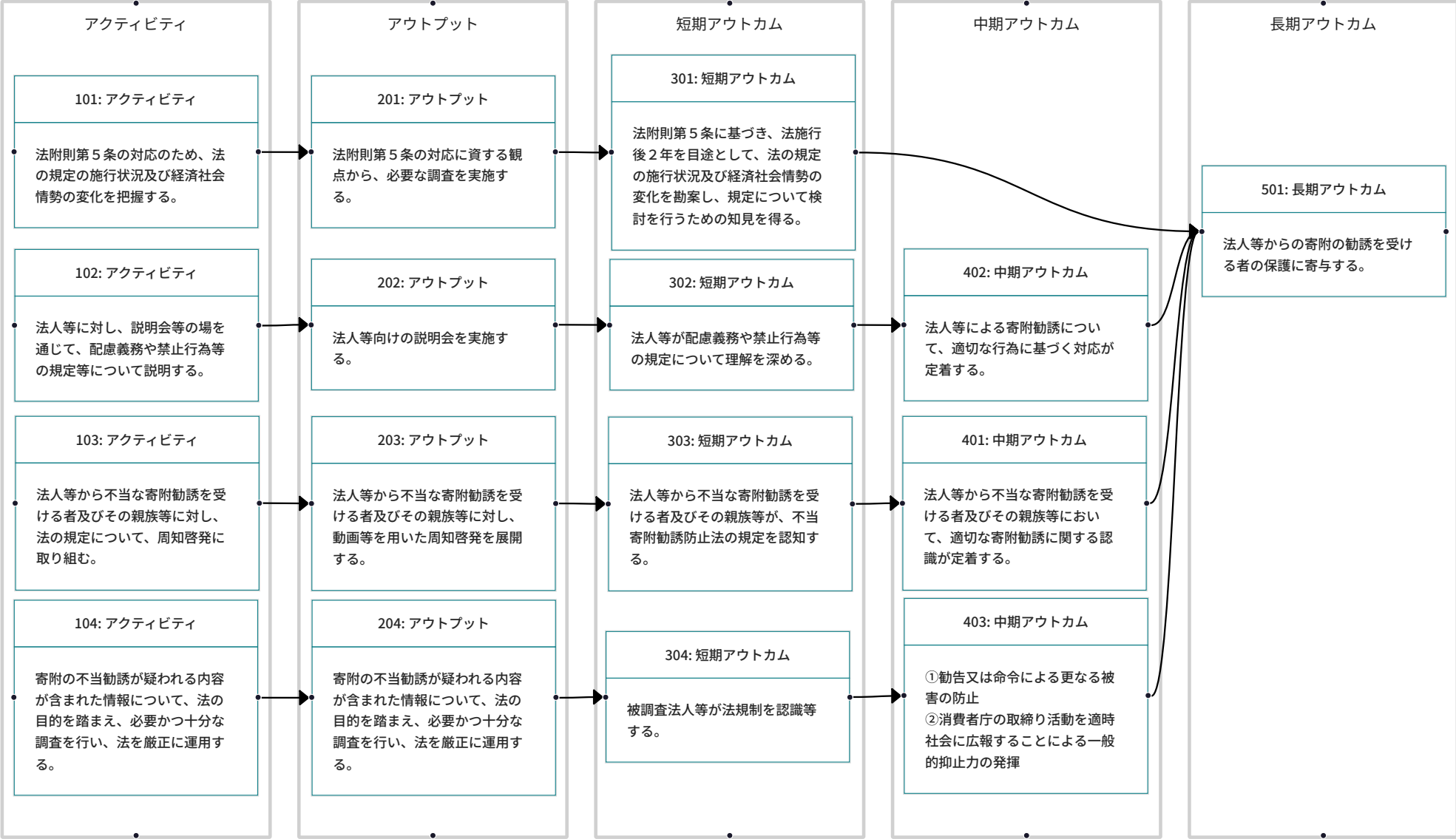
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026		
	要求額		--	70,000	63,000	44,000		
	当初予算		77,000	70,000	63,000	--		
	補正予算		--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--		
	計		77,000	70,000	63,000	--		
	執行額		63,262	25,774	--	--		
	執行率		82.2%	36.8%	--	--		
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			--		58,697	39,694
		当初予算 消費者政策費 職員旅費			--		4,109	4,107
		当初予算 消費者政策費 諸謝金			--		194	199
主な増減理由	・ 法附則第5条に基づく法律の規定の検討を令和7年度中に実施見込みであることを踏まえ、有識者への意見聴取に係る予算を減額することとしたため。 ・ 寄附勧誘に係る実情・実態等に関する調査が相当程度完了しており、令和8年度中の実施見込みがないことを踏まえ、本調査に係る予算を減額することとしたため。 ・ その他、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 101-201-301-501

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	①不当寄附勧誘防止法に関する論点を明らかにするための裁判例等調査の実施 ②法附則第 5 条に係る対応等に資する基本的な情報を得るための国民向け意識調査の実施
	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(回)	1	2	0
	活動実績／成果実績(回)	1	2	--
↓ 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	不当寄附勧誘防止法に関する裁判例等調査及び国民向け意識調査の実施により、法の規定の検討に資する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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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７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。）	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

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	--		実績／目標／見込み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(人)		500	200	150
	活動実績／成果実績(人)		550	194	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	法人等向け説明会については法人等関係者合計194名の参加があり、参加者を対象に実施したアンケートにおいて、合計106名からの回答を得た。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48.1%、独立行政法人10.4%、一般社団法人8.5%であった。また、参加者の84.9%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97.2%が説明会で法の理解が深まったと回答している。
	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			2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		80	80	80
	活動実績／成果実績(%)		99	97	--
	達成率(%)		123.8	121.3	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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7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。）	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-401-501

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、動画等を用いた周知啓発を展開する。	活動指標	YouTube広告及びTVer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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	国民向けの周知啓発については、不当な寄附勧誘を受けていないか自己チェックできるパンフレットを作成し、全国の大学、消費生活センター、中央公民館等に対して、約255,000部を配布するとともに、消費者庁ウェブサイト及びYouTubeに解説動画を公開した。また、新たに作成した若年層向けの啓発動画をYouTube広告及びTVer広告に掲載し、令和5年度に作成した広報動画についても電車内の映像広告に掲載した。なお、YouTube広告及びTVer広告における動画の視聴回数の目標値及び成果実績値の内訳は以下のとおりである。 (YouTube広告) 目標値：650,000回 成果実績値：692,673回 (TVer広告) 目標値：250,000回 成果実績値：239,285回 ※前年度（2023年度）はTVer広告を実施しておらず、その目標値及び成果実績値はYouTube広告における動画の視聴回数のみであったため、前年度との比較をする際には留意されたい。
	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		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	650,000	900,000	900,000
	活動実績／成果実績(回)	681,012	931,958	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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7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。）	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 104-204-304-403-501

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	各年度の目標値について、調査対象情報件数は定量的に予測・設定を行うことが困難であるため、0件に設定している。
	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		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	97	56	--
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7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。	実績／目標／見込み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	--
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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	目標値については、定量的に予測・設定を行うことが困難であるため、0件に設定している。
	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			2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)		--	0
	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	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7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。）	実績／目標／見込み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	--
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	--		

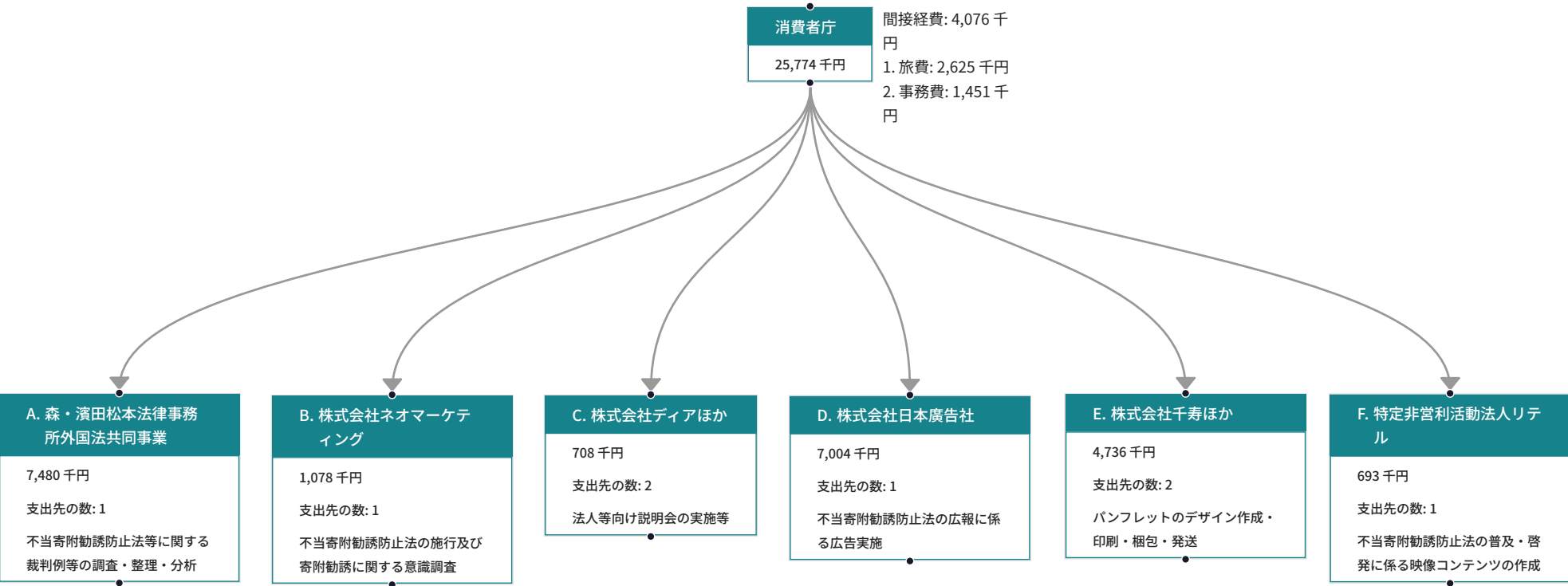
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和６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、③不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析、及び④不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査を実施した。 具体的には、①について、令和６年度においては、それまでの取組の実施状況も踏まえながら、引き続き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、不当な寄附勧誘を受けていないか自己チェックができるパンフレットを作成し、配布するとともに、消費者庁ウェブサイト及びYouTubeに解説動画を公開した。加えて、各世代に応じたより効果的な周知啓発も実施するため、新たに若年層向けの啓発動画を作成しYouTube広告及びTVer広告に掲載した。このほか、令和５年度に作成した広報動画についても電車内の映像広告に掲載した。各種取組の実績に関して、法人等向け説明会については、法人等関係者合計194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48.1%、独立行政法人10.4%、一般社団法人8.5%であった。また、参加者の84.9%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97.2%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のうち、パンフレットについては、全国の大学、消費生活センター、中央公民館等に対して、約255,000部を配布した。映像広告については、若年層向け啓発動画を令和７年３月７日～３月13日の期間においてYouTube広告及びTVer広告に掲載し、広報動画を令和７年３月３日～３月９日の期間において電車内の映像広告に掲載した。また、YouTube広告では69万回以上、TVer広告では23.9万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、靈感商法等対応ダイヤルの三つの窓口を設け、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６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令和５年度からの繰越し12件を含めた56件を受理し、そのうち45件について調査結果に基づく処理を行った。残りの11件について令和７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/consumer_policy_cms213_250508_01.pdf ③及び④について、法附則第５条の対応に資する観点から、必要な調査として不当寄附勧誘防止法に関する裁判例等調査及び国民向け意識調査を実施した。その結果、法の規定の検討に資する知見の確保を達成した。 上記①～④の令和６年度取組については、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。また、令和５年度に行った取組の実施状況を踏まえて、引き続き行うべき取組に加えて、各世代に応じたより効果的な周知啓発についても取り組むなど、各種取組のブラッシュアップを行った。令和７年度以降の取組においても、これまでの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必要である。
	目標年度における効果測定に関する評価	事業開始から２年が経過したことを踏まえ、短期アウトカムについてそれぞれ点検すると、法附則第５条に基づく法の規定の検討に資する知見の集約については、必要な調査を実施したことで当該知見の確保を達成した。法人等における配慮義務や禁止行為等の規定の理解度については、法人等向けの説明会を継続的に実施してきた効果が認められると考えられ、法の更なる定着を図るため引き続き取り組んでまいりたい。その他のアウトカムについては、定量的な把握が困難であることもありその評価は困難だが、引き続き注視してまいりたい。

	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更に定着することが求められる。 よって、引き続き、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、それまで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、その活動指標として調査対象情報件数を設定しており、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する。 加えて、法附則第5条に係る対応については、法施行後2年を目途として、それまでの施行状況及び経済社会情勢の変化を勘案しつつ、所要の検討を加えることとされており、令和7年度においては、これまで収集してきた検討に資する知見も活用しながら、当該附則に基づき適切に対応を行う必要がある。		
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	2024
	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	開始から2年余りの比較的新たな事業であるところ、昨年度については大幅に予算執行率が低下した。業務の必要性・効率性・有効性を精査した結果とも考えられるが、予算額と執行業務とのバランスに留意しつつ、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、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、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



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	森・濱田松本法律事務所外国法共同事業	7,480	1	不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析		
		支出先名	支出額	法人番号			
		弁護士法人森・濱田松本法律事務所	7,480	6010005021423			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析業務 一般競争契約（総合評価）	7,480	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	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	株式会社ネオマーケティング	1,078	1	不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査		
		支出先名	支出額	法人番号			
		株式会社ネオマーケティング	1,078	4011001046358			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査 一般競争契約（最低価格）	1,078	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	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	株式会社ディアほか	708	2	法人等向け説明会の実施等		
		支出先名	支出額	法人番号			
		株式会社ディア	509	8480001006338			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に係る運営支援業務 随意契約（少額）	509	1	--	--	
		支出先名	支出額	法人番号			
		株式会社ニューアド社	199	1011301005280			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
		不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に関する新聞折込チラシの配布業務 随意契約（少額）	199	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	株式会社日本廣告社		7,004	1	不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社日本廣告社		7,004	1011101048439		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施業務 一般競争契約（最低価格）		7,004	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
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	株式会社千寿ほか		4,736	2	パンフレットのデザイン作成・印刷・梱包・発送	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社千寿		4,538	1010801022050		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷・梱包・発送 一般競争契約（最低価格）		4,538	8	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社太陽美術		198	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」のデザイン等制作 随意契約（少額）		198	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	特定非営利活動法人リテル		693	1	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	

	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	
		支出先名	支出額	法人番号		
		特定非営利活動法人リテル	693	2013305003383		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		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業務 随意契約（少額）	495	1	--	--
		不当寄附勧誘防止法の若年層向け周知に係る映像コンテンツの作成業務 随意契約（少額）	198	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
	A	弁護士法人森・濱田松本法律事務所	不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法等に関する裁判例等の調査・整理・分析業務	7,480
	B	株式会社ネオマーケティング	不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の施行及び寄附勧誘に関する意識調査	1,078
	C	株式会社ディア	不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に係る運営支援業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法法人等向け説明会に係る運営支援業務	509
	D	株式会社日本広告社	不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の広報に係る広告実施業務	7,004
	E	株式会社千寿	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷・梱包・発送	雑役務費	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の梱包・発送	--
	--	--	--	印刷製本費	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷	--
	F	特定非営利活動法人リテル	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業務	495

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	2025	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	--			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。 ・適格消費者団体が行った差止請求及び特定適格消費者団体が行った被害回復裁判の情報を一元的に集約した「COCOLiS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト」を令和6年4月1日から公開するとともに、マスコットキャラクター（ここりす、てりす及びとりす）を用いた啓発動画やバナーのインターネット広告掲載を行った。 ・地方公共団体との情報連携のため、「適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合」を計6回開催した。 【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16.9%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。）に関する事業に関する支援 ・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	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	--			

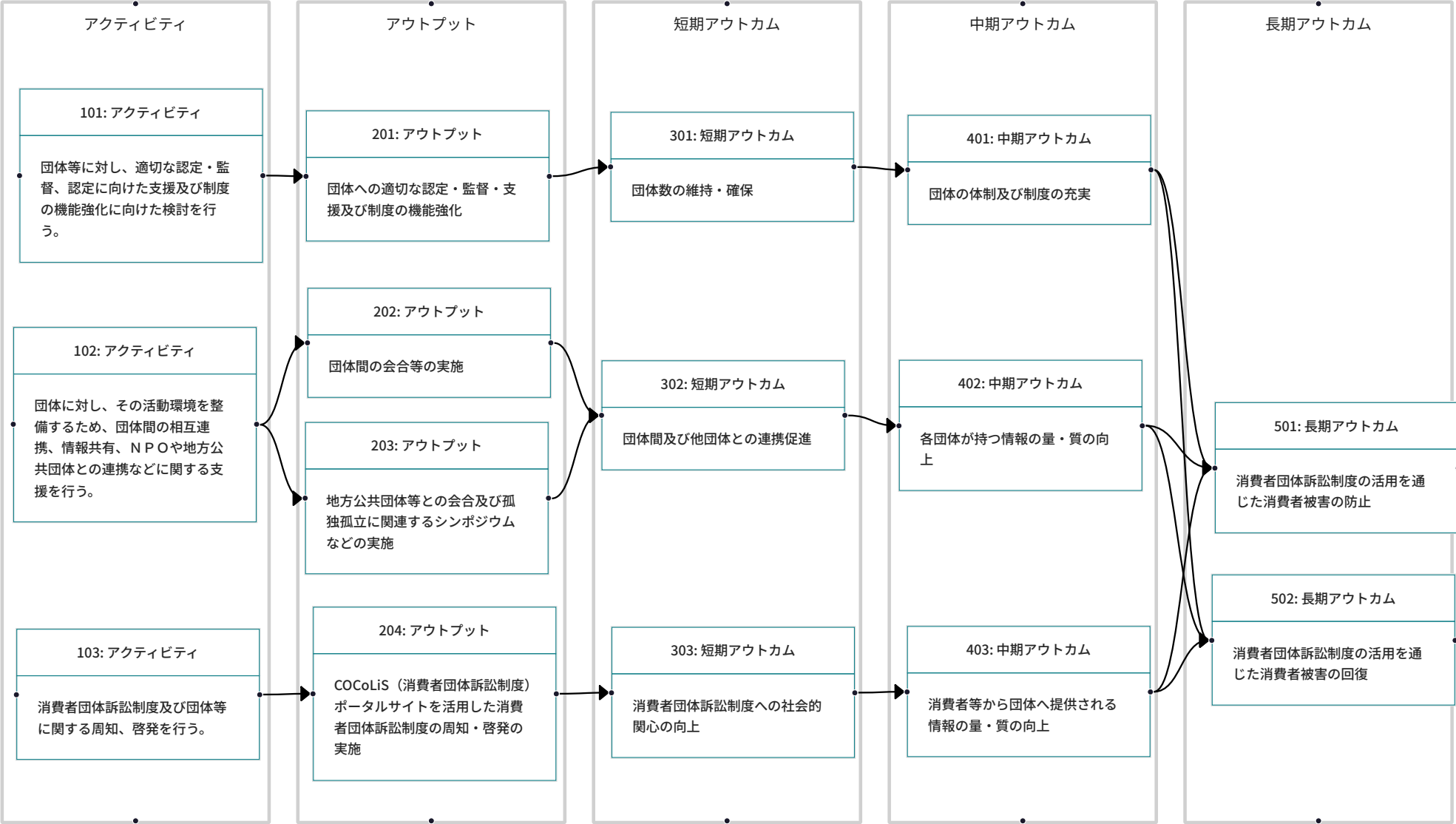
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		191,000	101,500	104,000	145,878	105,006
	当初予算		64,900	74,000	88,883	146,582	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		64,900	74,000	88,883	146,582	--
	執行額		44,000	45,022	60,953	--	--
	執行率		67.8%	60.8%	68.6%	--	--

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	--	5,088		--		
		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			--		6,866	6,846
		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	1,861
		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			--		488	445
		当初予算 消費者政策調査費			--		137,217	95,854
	主な増減理由			シーリングの結果等も踏まえて減額となっているが、一部事業内容を見直し新しい分野や手法で差止請求関係業務を行う適格消費者団体による先行モデル事業について、増額要求を行っている。	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 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(団体)	26	28	30	30
	活動実績／成果実績(団体)	27	30	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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：1団体
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	5	7	10
	活動実績／成果実績(件)	2	5	7	--
	達成率(%)	100	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。		実績／目標／見込み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	--	
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50	
	活動実績／成果実績(件)	33	28	54	--	
	達成率(%)	66	56	108	--	

アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-502

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(団体)	26	28	30	30
	活動実績／成果実績(団体)	27	30	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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標：消費者団体訴訟等支援法人の数：1団体
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	5	7	10
	活動実績／成果実績(件)	2	5	7	--
	達成率(%)	100	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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	0	--
	達成率(%)	0	0	0	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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(回数)		16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)		19	15	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)		46	46	
	活動実績／成果実績(団体)		47	--	
	達成率(%)		102.2	--	
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	33	28	54	--
	達成率(%)	66	56	108	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-502

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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(回数)		16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)		19	15	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)		46	46	
	活動実績／成果実績(団体)		47	--	
	達成率(%)		102.2	--	
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	0	--
	達成率(%)	0	0	0	--

アクティビティからの発現経路 102-203-302-402-501

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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(団体)	10	10	47
	活動実績／成果実績(団体)	2	34	--
↓ 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	--	実績／目標／見込み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	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	
	活動実績／成果実績(団体)	47	--	
	達成率(%)	102.2	--	
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	33	28	54	--
	達成率(%)	66	56	108	--

アクティビティからの発現経路 102-203-302-402-502

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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(団体)		10	10	47
	活動実績／成果実績(団体)		2	34	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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	2025年度	
	当初見込み／目標値(団体)		46	46	
	活動実績／成果実績(団体)		47	--	
	達成率(%)		102.2	--	
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	0	--
	達成率(%)	0	0	0	--

アクティビティからの発現経路 103-204-303-403-501

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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(コンテンツ)	0	15	20
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	--
↓ 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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.9%（2024年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：18.8%（2024年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.9%（2024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		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	--	
	達成率(%)	1,546.3	--	
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--	
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	50	50	50	50	
	活動実績／成果実績(件)	33	28	54	--	
	達成率(%)	66	56	108	--	

アクティビティからの発現経路 103-204-303-403-502

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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。
	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(コンテンツ)	0	15	20
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	--
↓ 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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・参考指標①消費者団体訴訟制度の認知度：16.9%（2024年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：18.8%（2024年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：17.9%（2024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		目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	--	
	達成率(%)	1,546.3	--	
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--	
↓ 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	--		実績／目標／見込み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			2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)		0	0	0	--
	達成率(%)		0	0	0	--
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、2023年の消費生活相談件数は91.4万件で、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。実際に、団体数は着実に増加してきており（2021年度：22団体、2022年度：23団体、2023年度：26団体、2024年度：26団体）、差止請求等の件数も増加している（2021年度：22件、2022年度：33件、2023年度：28件、2024年度：54件）。 他方で、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救済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	共通義務確認訴訟は現在係争中の案件もあるため、引き続き状況を注視してまいりたい。
	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、令和7年度から実施している、差止請求関係業務について、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業について、規模を拡大する必要がある。 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。

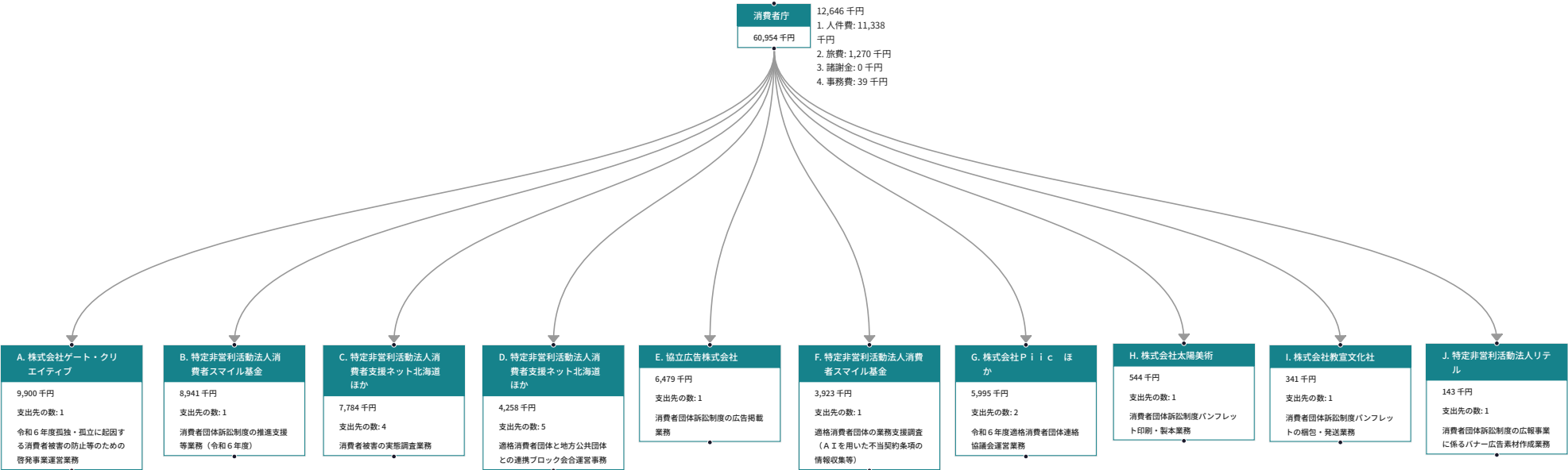
外部有識者による点検	点検対象	--		最終実施年度	2024
	対象の理由	--			
	所見	--			
	公開プロセス結果概要	--			
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	団体間連携の促進や効果的・効率的な周知・広報を実施するために必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努め、執行率についても向上するように検討すること。なお、一般競争入札における一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。	
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り			
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)	
		--	--	--	
	詳細	所見を踏まえ、引き続き必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努める。 また、一般競争入札における一者応札については、事業開始時期や仕様書を見直す等しながら、可能な限り競争性を確保した方法を採用する。			

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	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2024
	取りまとめ内容			
	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、構成員のボランティア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慮しておく必要がある。令和5年度には、靈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。			

	対応状況 ① 事業遂行態勢の維持方策 ・ 特定適格消費者団体・適格消費者団体、適格消費者団体を目指す消費者団体、消費者団体訴訟等支援法人、その他の関係者との連携を目的として「適格消費者団体連絡協議会」を開催した。 ・ 団体がそれぞれの所在する各地方自治体等との連携を深め、情報連携体制を構築することを目的に、適格消費者団体と地方自治体の連携の場として「地方公共団体とのブロック会合」を開催した。 ・ 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、シンポジウム等を実施した。 ・ 被害回復制度の更なる活用に向けた情報収集を目的として、消費者の財産的被害の発生又は拡大の状況を把握し、消費者裁判手続特例法による被害回復の可否を検討する実態調査を行った。 ・ 団体の活動状況や消費者団体訴訟の結果を一覧化することで、消費者の訴訟参加や団体への新たな情報提供、情報の活用等の促進を目的として、ポータルサイトの運営・管理を委託した。 ② 国による財源補填の必要性 ・ 団体がより広範に差止請求関係業務に取り組むことができる環境を整備するため、新しい分野・手法で取り組む先行モデル事業を実施するための予算を確保した。 ③ 本制度の国民への周知・広報活動 ・ 消費者団体訴訟制度について新たな啓発動画を作成すると共に、消費者団体訴訟制度について広く国民に周知するためインターネット広告を用いた広報を実施した。
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	株式会社ゲート・クリエイティブ	9,900	1	令和6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	
		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	9,900	3010501036720		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		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）	9,900	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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スマイル基金	8,941	1	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和6年度）	
		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	8,941	5010005027116		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和6年度） 随意契約（その他）(特命随意契約)	8,941	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道　ほか	7,784	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	2,256	7430005005201		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度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）	2,256	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
		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	1,918	9010005008351		

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	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度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）	1,918	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	1,850	5220005007848		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度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）	1,850	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	1,759	6120005010084		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度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）	1,759	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
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支援ネット北海道 ほか	4,258	5	適格消費者団体と地方公共団体との連携ブロック会合運営事務	
	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	934	7430005005201		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合（北海道・東北ブロック）運営業務 随意契約（少額）	934	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	911	9010005008351		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合（関東・甲信越ブロック）運営業務 随意契約（少額）	911	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		911	2260005003094		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合(中国四国)運営業務 随意契約（少額）		911	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
N P O法人消費者支援ネットくまもと		816	8330005007958		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
適格消費者団体等と地方公共団体との連携ブロック会合（南部九州ブロック）運営業務 随意契約（少額）		816	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		686	1290005006392		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
適格消費者団体と地方公共団体等との連携ブロック会合（北部九州ブロック）運営業務 随意契約（少額）		686	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	協立広告株式会社	6,479	1	消費者団体訴訟制度の広告掲載業務	
支出先名		支出額	法人番号		
協立広告株式会社		6,479	4011101005503		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者団体訴訟制度の広告掲載業務 一般競争契約（最低価格）		6,479	12	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

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		
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	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	3,923	1	適格消費者団体の業務支援調査（A I を用いた不当契約条項の情報収集等）		
	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	3,923	5010005027116			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	適格消費者団体の業務支援調査（AIを用いた不当契約条項の情報収集等） 随意契約（その他）(特命随意契約)	3,923	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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P i i c ほか	5,995	2	令和 6 年度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			
	株式会社P i i c	3,135	9010701039096			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和 6 年度適格消費者団体連絡協議会（令和 6 年10月開催）運営業務 随意契約（その他）(特命随意契約)	3,135	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	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	2,860	3010501036720			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和 6 年度適格消費者団体連絡協議会（令和 7 年 3 月開催）運営業務 一般競争契約（最低価格）		2,860	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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	株式会社太陽美術	544	1	消費者団体訴訟制度パンフレット印刷・製本業務		
	支出先名	支出額	法人番号			

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	
	株式会社太陽美術	544	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者契約法パンフレット増刷及び消費者団体訴訟制度パンフレット印刷・製本業務の経費の使用について 随意契約（少額）	544	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	株式会社教宣文化社	341	1	消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社教宣文化社	341	9011601001781		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務（「消費者契約法パンフレット及び消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務」として消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務と同一契約） 随意契約（少額）	341	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	
J	特定非営利活動法人リテル	143	1	消費者団体訴訟制度の広報事業に係るバナー広告素材作成業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人リテル	143	2013305003383		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体訴訟制度の広報事業に係るバナー広告素材作成業務 随意契約（少額）	143	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	株式会社ゲート・クリエイティブ	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	雑役務費	株式会社ゲート・クリエイティブに孤独・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を委託	9,900
	B	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和6年度）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者スマイル基金に消費者団体訴訟制度の推進支援等業務を委託	8,941
	C	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道	令和6年度消費者被害の実態調査業務(北海道・東北・北関東地方)	雑役務費	特定非営利活動法人消費者支援ネット北海道に消費者被害の実態調査・検討会議の実施業務（北海道・東北・北関東地方）を委託	2,256
	E	協立広告株式会社	消費者団体訴訟制度の広告掲載業務	雑役務費	協立広告株式会社に消費者団体訴訟制度のインターネット広告掲載業務を委託	6,479
	F	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	適格消費者団体の業務支援調査（AIを用いた不当契約条項の情報収集等）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者スマイル基金に適格消費者団体の業務支援調査（A Iを用いた不当契約条項の情報収集等）を委託	2,823
	--	--	--	委託費	株式会社LegalOn Technologiesに適格消費者団体が試験的に運用する契約書レビューシステムの準備・提供を再委託	1,100,000
	G	株式会社P i i c	令和6年度適格消費者団体連絡協議会（令和6年10月開催）運営業務	雑役務費	株式会社P i i cに令和6年度適格消費者団体連絡協議会（令和6年10月開催）運営業務を委託	3,135
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	2025	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		

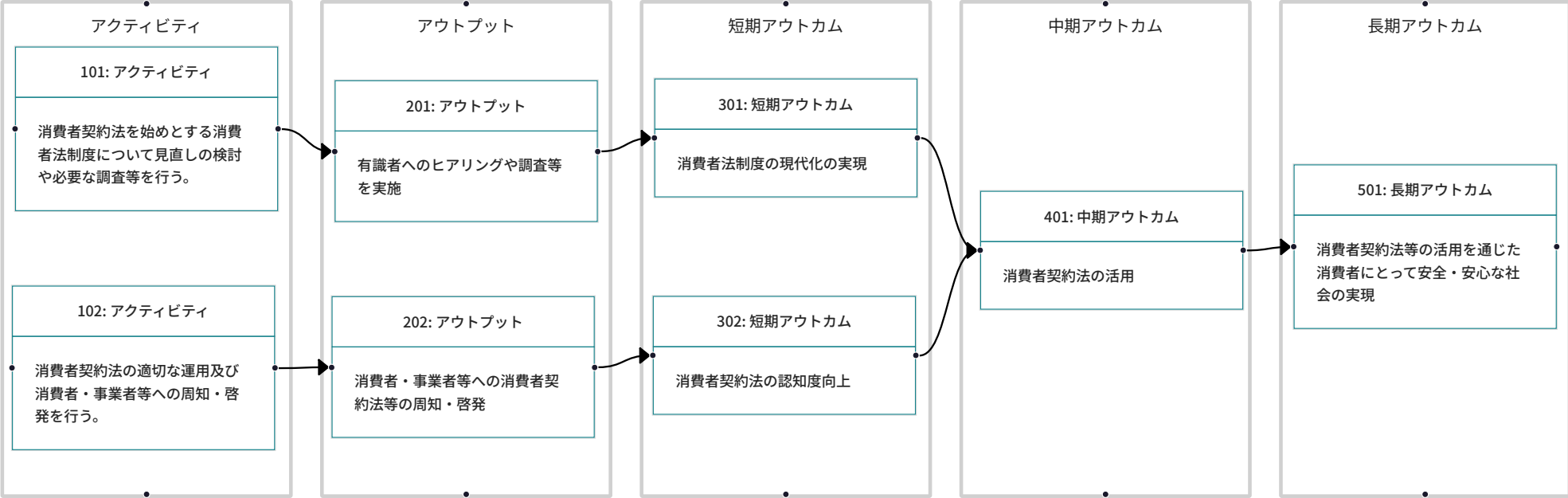
概要・目的	事業の目的	消費者契約法の適切な運用を行うとともに、時宜にあわせて必要な制度改善を図ることで、消費者にとって安全・安心な取引環境及び健全な取引市場を実現し、消費者利益の擁護、ひいては国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。				
	現状・課題	【現状】 ・消費者法制度を理念から見直し、その在り方を再編し拡充するため、令和４年８月から「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を開催。令和５年11月に同懇談会の議論を踏まえ、消費者委員会へ更なる具体的な検討を求める諮問を行い、これを受け消費者委員会に「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」が設置された。専門調査会では、消費者取引全体の法制度の在り方、実効性の高い規律の在り方、デジタル化による技術の進展が消費者の関わる取引環境に与える影響についての基本的な考え方等についての調査審議が行われており、令和６年10月には中間整理が公表された。 ・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、令和６年12月に議論の整理を公表。 【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及び量並びに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	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	2026		
	要求額		44,000	66,300	95,000	62,738	71,185		
	当初予算		18,600	38,000	74,371	59,362	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		18,600	38,000	74,371	59,362	--		
	執行額		26,000	19,948	47,346	--	--		
	執行率		139.8%	52.5%	63.7%	--	--		
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	--		5,000		--		
		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				--		33,251	45,039
		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				--		20,598	20,540
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		3,030	3,270
		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	723
		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				--		692	692
		当初予算 委員等旅費				--		1,019	921
	主な増減理由	消費者契約法を中心に、規律の対象・射程の拡充、様々な規律手法の活用などを含む法改正を行うため、有識者が議論する検討会の運営費用や、必要な調査費用について、増額要求を行っている。				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 101-201-301-401-501

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・令和5年11月に消費者委員会へ「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」の議論を踏まえた更なる具体的な検討を求める諮問を行い、これを受け消費者委員会に「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」が設置された。令和6年10月には中間整理が公表された。 ・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、令和6年12月に議論の整理を公表した。
	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(回)	30	30	30
	活動実績／成果実績(回)	28	65	--
↓ 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：98件（令和6年度）	実績／目標／見込み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	--
↓ 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	--	実績／目標／見込み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締結されることや、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	--
↓ 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	--	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・悪質ホストクラブ問題に関して関係省庁等と連携し、注意喚起を呼びかけるチラシを作成するとともに、令和６年12月には全国の消費生活センターに一斉に同チラシを配布した。	
	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(回)		0	10	10	
	活動実績／成果実績(回)		12	18	--	
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・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 ・令和６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			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		40	40	50	50
	活動実績／成果実績(%)		37	32.3	30.3	--
	達成率(%)		92.5	80.8	60.6	--
↓ 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	--	実績／目標／見込み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締結されることや、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	--
↓ 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	--	実績／目標／見込み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	--
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6年6月14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 3		

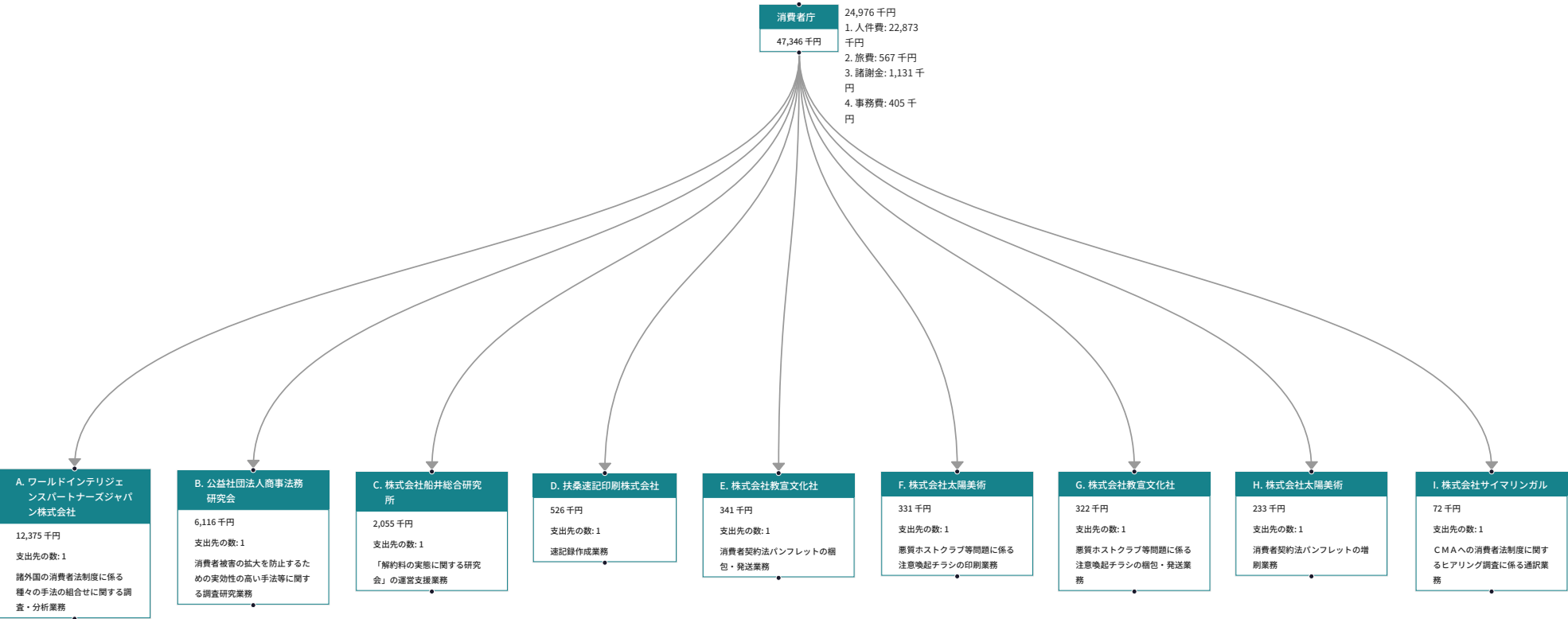
点検・評価

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、令和5年の消費生活相談件数は前年より増加していること（91.4万件）、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（2023年時点で全人口の3割が高齢者）、人間関係やコミュニティーの希薄化、飛躍的な技術革新がもたらす消費社会の複雑多様化・取引の個別化等により、誰もが単独で十全な意思決定をすることがこれまでより一層困難になっていること、消費者が単独で取引に関わる機会が増え、自ら対処することが困難で周りも気付きにくいトラブルにさらされる可能性が高まっていること等、消費者の力を弱めたり危害にさらされやすくする状態が急速に拡大している等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、消費者契約法を中心に、既存の枠組み捉われることなく、消費者法制度を抜本的に再編・拡充するための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、悪質ホスト問題に関して注意喚起を呼びかけるために作成した広報チラシについて、令和6年度は全国の消費生活センターに配布する等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	消費者契約法の認知度は前年度と比して減少傾向ではあるが、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、本サイトの活用も含め引き続き効果的な周知・啓発について分析してまいりたい。		
	改善の方向性	消費者法制度の見直し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、消費者委員会に令和5年11月に設置された「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」においてより具体的な議論を開始し、令和7年7月には答申がなされた。本年度事業においては、答申の内容を十分に踏まえ、消費者契約法を中心に、規律の対象・射程の拡充、様々な規律手法の活用などを含む法改正を行うため有識者からなる検討会を設置し、引き続き法改正に向けた具体的な検討を進めていく。 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/）を運用しているところ。こういったサイトの活用も視野に入れつつ、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	予算の増額に伴い、執行率の低下がみられるところ、引き続き必要性・効率性・有効性を検討した上で、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	所見を踏まえ、引き続き必要性・効率性・有効性を検討した上で、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



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	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社	12,375	1	諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社		12,375	2010001113277		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務 一般競争契約（総合評価）		12,375	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	公益社団法人商事法務研究会	6,116	1	消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	公益社団法人商事法務研究会		6,116	5010005018552		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究業務 一般競争契約（総合評価）		6,116	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	株式会社船井総合研究所	2,055	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		
	株式会社船井総合研究所		2,055	5120001180782		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務に係る請負契約 一般競争契約（最低価格）		2,055	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	

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	526	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		526	9010001027784		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	速記録作成（8月分） 一般競争契約（最低価格）		169	3	--	落札予定価格が非公表となっているため
	速記録作成（10月分） 一般競争契約（最低価格）		131	3	--	落札予定価格が非公表となっているため
	速記録作成（4月分） 一般競争契約（最低価格）		70	3	--	落札予定価格が非公表となっているため
	速記録作成（5月分） 一般競争契約（最低価格）		70	3	--	落札予定価格が非公表となっているため
	速記録作成（6月分） 一般競争契約（最低価格）		52	3	--	落札予定価格が非公表となっているため
	速記録作成（12月分） 一般競争契約（最低価格）		35	3	--	落札予定価格が非公表となっているため
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	株式会社教宣文化社	341	1	消費者契約法パンフレットの梱包・発送業務		
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社教宣文化社		341	9011601001781		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者契約法パンフレットの梱包・発送業務（「消費者契約法パンフレット及び消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務」として消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務と同一契約） 随意契約（少額）		341	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	株式会社太陽美術	331	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業務		

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		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社太陽美術	331	6010601003790			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの印刷業務 随意契約（少額）	331	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	株式会社教宣文化社	322	1	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの梱包・発送業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社教宣文化社	322	9011601001781			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	悪質ホストクラブ等問題に係る注意喚起チラシの梱包・発送業務 随意契約（少額）	322	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	株式会社太陽美術	233	1	消費者契約法パンフレットの増刷業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社太陽美術	233	6010601003790			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者契約法パンフレットの増刷業務（「消費者契約法パンフレット『知っていますか？消費者契約法 ～早分かり！ 消費者契約法～』増刷及び消費者団体訴訟制度パンフレット『守ります。あなたの財産 COCoLis（消費者団体訴訟制度）』印刷・製本業務」にて消費者団体訴訟制度パンフレットの印刷・製本業務と同一契約） 随意契約（少額）	233	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		
I	株式会社サイマリンガル	72	1	CMAへの消費者法制度に関するヒアリング調査に係る通訳業務		

	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		
		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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		CMA（英国競争・市場庁）への消費者法制度に関するヒアリング調査（オンライン会議）に係る通訳業務 随意契約（少額）	72	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
	A	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社	諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務	雑役務費	ワールドインテリジェンスパートナーズジャパン株式会社に諸外国の消費者法制度に係る種々の手法の組合せに関する調査・分析業務を委託		12,375
	B	公益社団法人商事法務研究会	消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究業務	雑役務費	公益社団法人商事法務研究会に消費者被害の拡大を防止するための実効性の高い手法等に関する調査研究・研究会の運営業務を委託		6,116
	C	株式会社船井総合研究所	「解約料の実態に関する研究会」の運営支援業務に係る請負契約	雑役務費	株式会社船井総合研究所に「解約料の実態に関する研究会」の事前準備・当日の運営支援業務を委託		2,055
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	2025	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．消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施	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10、13	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_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	予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額の整理をそろえることに伴い、行政事業レビューに記載する予算額については消費者教育とエシカル消費の普及啓発についての予算額を記載している。一方で、タイトル及び内容と政策評価体系をそろえることに伴い、執行額・事業については、消費者教育の取組に関するものを記載している。			

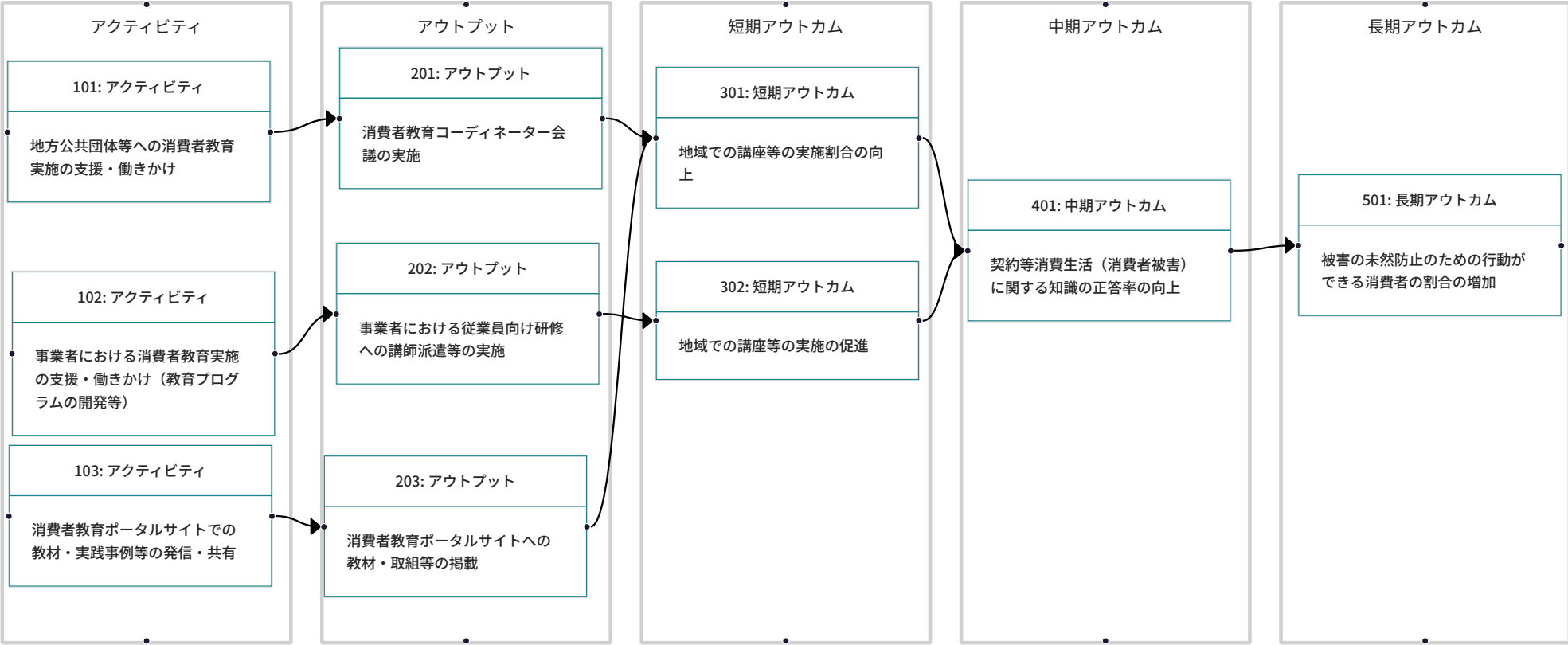
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	108,000	81,000	87,000	82,282	88,042
	当初予算	83,000	75,000	68,675	82,510	--
	補正予算	120,000	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	120,000	--	--	--
	予備費等	△120,000	--	--	--	--
	計	83,000	195,000	68,675	82,510	--
	執行額	43,000	133,885	49,241	--	--
	執行率	51.8%	68.7%	71.7%	--	--

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	--	22,000		--		
		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			--		66,696	72,277
		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			--		6,866	6,846
		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			--		3,001	3,217
		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	2,314
		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			--		1,426	1,409
		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	1,017
		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			--		554	523
		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	209
		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	126
		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	104
主な増減理由	職域におけるeラーニング教材開発及び消費者のグリーン志向の消費行動の拡大に向けた調査・実証を実施するため、増額となっている。			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 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【実績が伸びたことに関わる取組】 2024年度の会議では2023年度に引き続き、グループワークによる課題共有・討議の形式を導入し、会議の回数も増やした。 また、オンライン開催にしたことで、より参加しやすくなったことから、2025年度の目標数値を300件に修正。
	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(件)	100		150	300
	活動実績／成果実績(件)	146		290	--
↓ 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。消費者教育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	--		実績／目標／見込み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6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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	40	55	55
	活動実績／成果実績(%)	36.4	50	51	--
	達成率(%)	--	125	92.7	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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６年度消費生活意識調査（第５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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		--	38	40	42
	活動実績／成果実績(%)		34.6	38.8	39.2	--
	達成率(%)		--	102.1	98	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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６年度消費生活意識調査（第５回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和６年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 72.5% 令和６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 27.6%	
	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			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	48	--
	達成率(%)		--	97.1	98	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	【目標値を増加した理由】 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年以降は新人職員に加え、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しているため。2025年度も目標数値を300件に修正。
	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	300
	活動実績／成果実績(社)	108	416	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者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	--	実績／目標／見込み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6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		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	10	10
	活動実績／成果実績(%)	6.3	5.4	--
	達成率(%)	--	54	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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６年度消費生活意識調査（第５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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		--	38	40	42
	活動実績／成果実績(%)		34.6	38.8	39.2	--
	達成率(%)		--	102.1	98	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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６年度消費生活意識調査（第５回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和６年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 72.5% 令和６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 27.6%	
	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			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	48	--
	達成率(%)		--	97.1	98	--

アクティビティからの発現経路 103-203-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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(件)	380,000		550,000	1,000,000
	活動実績／成果実績(件)	531,627		891,030	--
↓ 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・増加す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	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	--		実績／目標／見込み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6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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	40	55	55
	活動実績／成果実績(%)	36.4	50	51	--
	達成率(%)	--	125	92.7	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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６年度消費生活意識調査（第５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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		--	38	40	42
	活動実績／成果実績(%)		34.6	38.8	39.2	--
	達成率(%)		--	102.1	98	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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６年度消費生活意識調査（第５回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和６年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 72.5% 令和６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 27.6%	
	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			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	48	--
	達成率(%)		--	97.1	98	--

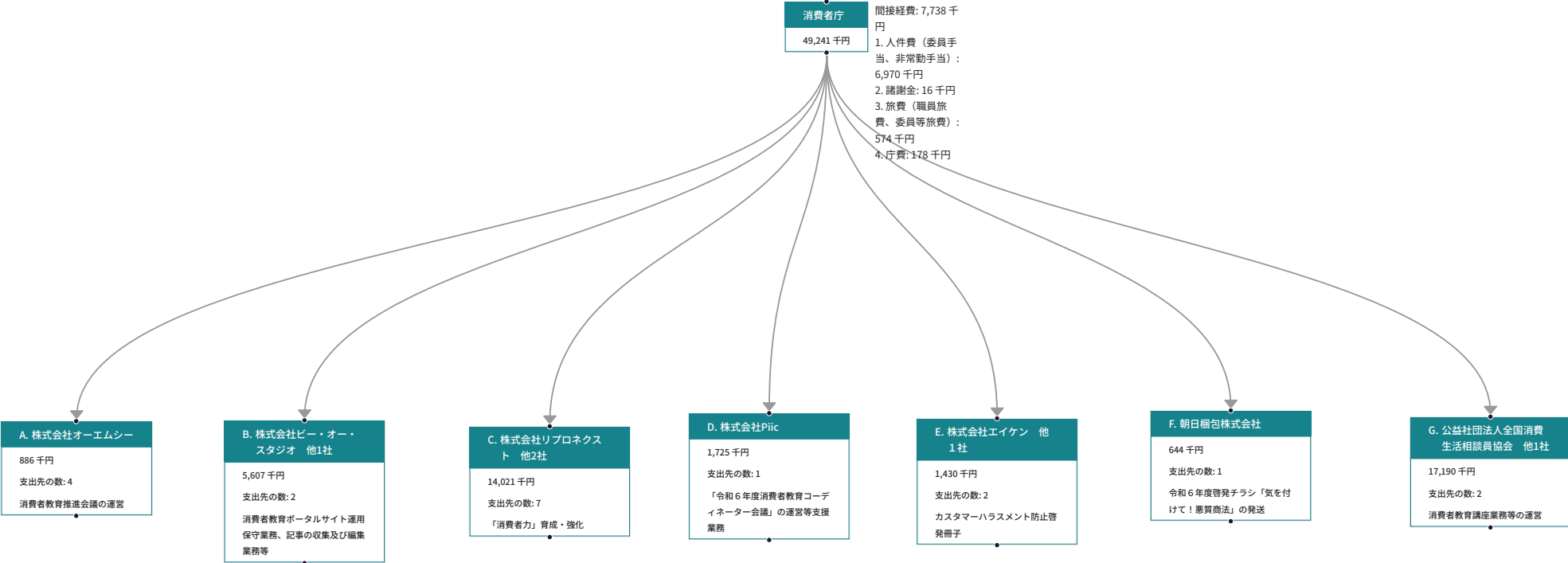
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表（令和6年6月14日改定）
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf
	該当箇所	10.エシカル消費の普及啓発 13.消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育の推進のための体制整備

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に基づき、関係省庁と連携して周知・啓発に取り組んだほか、消費者力育成強化のための教材の活用促進を行った。消費者庁ウェブサイトやポータルサイト、SNS等を幅広く活用し、有効かつ効率的な普及啓発に努めた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	地方公共団体等への消費者教育の実施を働きかけたが、地域での講座実施率や消費生活に関する知識の正答率など目標に届かなかった指標があった。引き続き、地域での消費者教育の取組が充実・増加するよう地方公共団体への働きかけやポータルサイト等を通じた情報提供等を推進してまいりたい。		
	改善の方向性	引き続き効率的な執行に努め、事業の優先順位を見極めつつ実行してまいりたい。		
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	2024
	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	消費者被害に遭わない、未然に防ぐことができる自立した消費者の育成を図るために、引き続き消費者教育の有効的かつ効率的な普及啓発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	引き続き事業目的達成のため、ライフステージに応じた消費者教育の機会を提供していくことや、エシカル消費の効果的な普及啓発等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



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	株式会社オーエムシー	886	4	消費者教育推進会議の運営		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社オーエムシー		886	9011101039249			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）		886	1	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	扶桑速記印刷株式会社		--	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		
	B	株式会社ビー・オー・スタジオ 他1社	5,607	2	消費者教育ポータルサイト運用保守業務、記事の収集及び編集業務等		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社ビー・オー・スタジオ		3,960	7011001047196			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務 一般競争契約（最低価格）		3,960	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社シード・プランニング		1,647	9010001144299			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者教育ポータルサイトに掲載する原稿編集に関する業務 一般競争契約（最低価格）		1,647	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	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	株式会社リプロネクスト 他2社	14,021	7	「消費者力」育成・強化		
	支出先名		支出額	法人番号			

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		
	株式会社東京リーガルマインド	8,782	2010001093321			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「消費者力」育成・強化を目的とするVR動画等を活用した体験型教材の導入・普及に関する業務 一般競争契約（総合評価）	8,782	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社リプロネクスト	3,368	6110001032166			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「消費者力」育成・強化のための紙製VRゴーグル及びポスターの製作・印刷業務 随意契約（少額）	1,994	1	--	--	
	「消費者力」育成・強化のための紙製VRゴーグル及びポスターの梱包・発送業務 随意契約（少額）	1,374	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	朝日梱包株式会社	991	9010601040880			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「消費者力」育成・強化のための紙製VRゴーグル及びポスターの梱包・発送業務 随意契約（少額）	991	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	カディンチェ株式会社	878	1010701024254			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「消費者力」育成・強化のためのVR機材の保管・配送と機材確認等に関する業務 随意契約（少額）	878	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社オカモトヤ	2	1010401006180			

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	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		VR用　　ゴーグル用保護マスク 随意契約（少額）	2	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Piic		1,725	1	「令和6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	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社 P i i c		1,725	9010701039096		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「令和6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 随意契約（少額）		1,725	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	株式会社エイケン　他1社		1,430	2	カスタマーハラスメント防止啓発冊子	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社エイケン		990	1011501005618		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	カスタマーハラスメント防止啓発冊子に利用するキャラクターのライセンスの利用及び監修業務 随意契約（少額）		990	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	グリオ森谷正人		440	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
カスタマーハラスメント防止啓発冊子のコンテンツ制作業務 随意契約（少額）		440	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	朝日梱包株式会社		644	1	令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送	

	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		
		支出先名	支出額	法人番号			
		朝日梱包株式会社	644	9010601040880			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送 随意契約（少額）	644	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	公益社団法人全国消費生活相談員協会 他1社		17,190	2	消費者教育講座業務等の運営	
		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		9,151	2010405010418		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		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）		9,151	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
		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		8,039	5011105005399		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		事業者等における従業員向け消費者教育研修の実施・改善に係る業務 指名競争契約（最低価格）		8,039	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

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	株式会社オーエムシー	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務	雑役務費	消費者教育推進会議のオンライン開催運営業務	886
	B	株式会社ビー・オー・スタジオ	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務	雑役務費	「消費者教育ポータルサイト」に係る運用保守業務	3,960
	C	株式会社東京リーガルマインド	「消費者力」育成・強化を目的とするVR動画等を活用した体験型教材の導入・普及に関する業務	雑役務費	「消費者力」育成・強化を目的とするVR動画等を活用した体験型教材の導入・普及に関する業務	8,782
	D	株式会社P i i c	「令和6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	雑役務費	「令和6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	1,725
	E	株式会社エイケン	カスタマーハラスメント防止啓発冊子に利用するキャラクターのライセンスの利用及び監修業務	雑役務費	カスタマーハラスメント防止啓発冊子に利用するキャラクターのライセンスの利用及び監修業務	990
	F	朝日梱包株式会社	令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送	雑役務費	令和6年度啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の発送	644
	G	公益社団法人全国消費生活相談員協会	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務	雑役務費	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務	9,151
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	2025	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。 消費者支援活動に極めて顕著な功績のあった個人又は団体・グループに対して、その功績を称え顕彰することで、全国の消費者支援活動を活性化し、もって消費者利益の擁護及び増進を図る。 また、毎年5月を「消費者月間」とし、消費者月間の間、消費者、事業者、行政等が一体となり、消費者問題に関する様々な啓発・教育事業を集中的に実施することで、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立を支援する。				
	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傾向にあり（R元：12.2% R4：26.9% R5：29.3%、R6：27.4%）、実践する意向のある消費者（R4：28.7% R5：27.6%、R6：28.6%）や、日常的に実践する消費者（R4：76.4% R5：75.0%、R6：75.8%）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。 ○表彰を通じ、全国の消費者支援活動を活性化し、消費者被害の防止・解決を図る。 ○消費生活における様々な課題の解決に向け、消費者月間における普及啓発事業の集中的実施を通して、消費者一人一人の取組を促進する。				
	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 ○消費者支援功労者表彰の実施 ○毎年5月に行う消費者月間事業の実施				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness				
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				
	消費者基本計画工程表 重点項目10	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_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	予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額の整理をそろえることに伴い、行政事業レビューに記載する予算額については消費者月間の取組についての予算額を記載している。一方で、タイトル及び内容と政策評価体系をそろえることに伴い、執行額・事業については、エシカル消費と消費者月間の取組に関するものを記載している。					

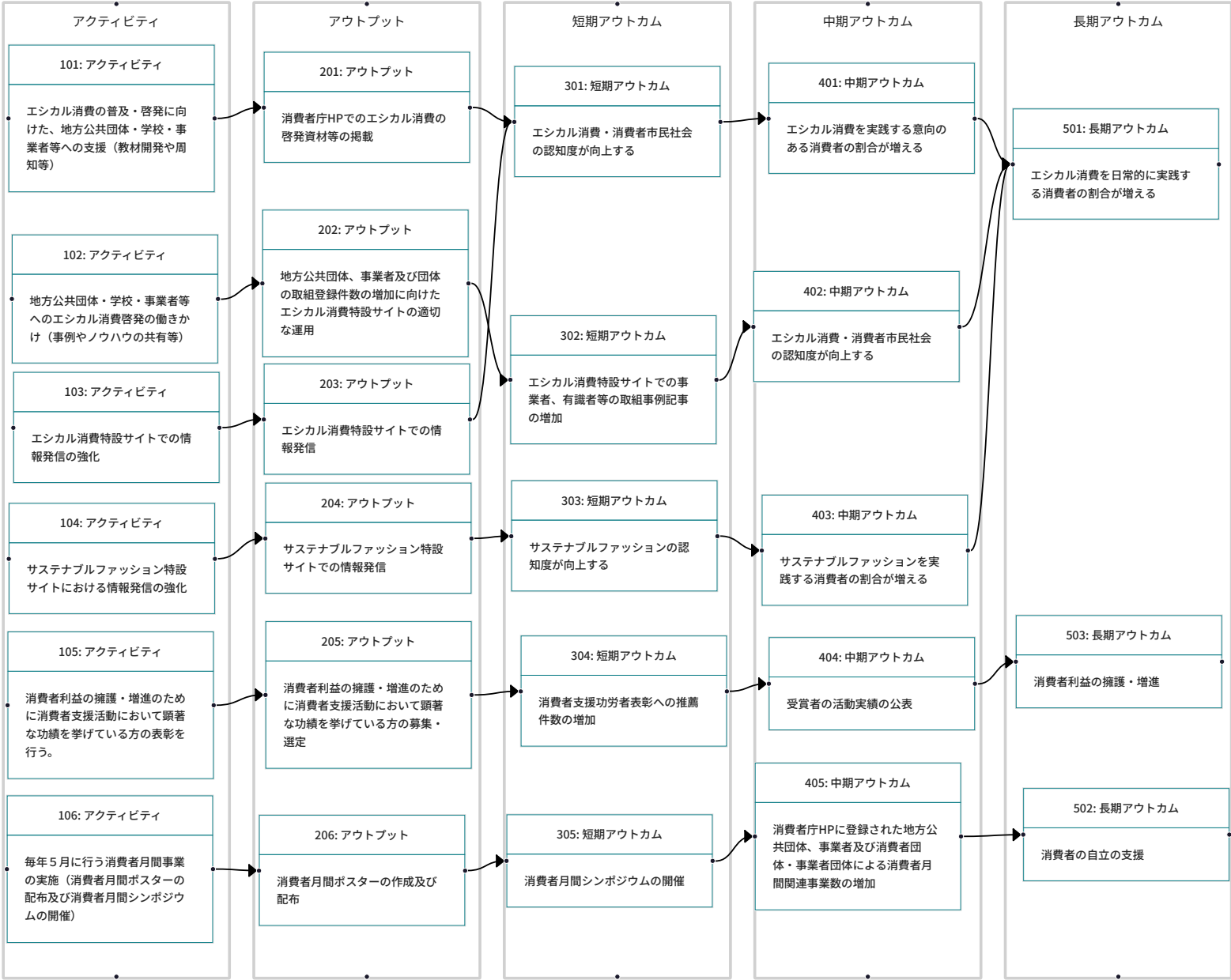
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		43,000	11,800	--	14,618	14,261
	当初予算		17,800	15,470	15,553	15,329	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		17,800	15,470	15,553	15,329	--
	執行額		12,000	20,007	34,667	--	--
	執行率		67.4%	129.3%	222.9%	--	--

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 / 消費者政策調査費			--		7,815	6,785
		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			--		6,866	6,846
		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	431
		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	131
		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			--		73	68
		主な増減理由						
前年度限りの経費の削減や一部業務の見直しに伴って、減額となっている。			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 101-201-301-401-501

アクティビティ	エシカル消費の普及・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	--	実績／目標／見込み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(人)	48,000	53,000	53,000
	活動実績／成果実績(人)	532,341	34,413	--
↓ 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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回） 【その他の成果指標】 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4% 令和6年度 消費者市民社会の認知度 24.8%
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	--
	達成率(%)	91.6	85.6	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６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			2023年度	目標年度 2024年度		2025年度
	当初見込み／目標値(%)		32	32		32
	活動実績／成果実績(%)		27.6	28.6		--
	達成率(%)		86.3	89.4		--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６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			2023年度	最終目標年度 2024年度		2025年度
	当初見込み／目標値(%)		78	78		78
	活動実績／成果実績(%)		75	75.8		--
	達成率(%)		96.2	97.2		--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

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、事業者及び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（累計）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁エシカル消費特設サイトの取組登録数
	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		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	330	400	400
	活動実績／成果実績(件)	383	384	--
↓ 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。			
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費特設サイトでの事業者、有識者等の取組事例記事の増加	成果指標	エシカル消費特設サイトでの事業者、有識者の取組事例等取材記事数（年度ごとの掲載記事数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁エシカル消費特設サイトの掲載記事数
	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		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	15	15	15
	活動実績／成果実績(%)	11	15	--
	達成率(%)	73.3	100	--
↓ 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の事業者、有識者による取組事例等の取材記事を掲載することにより、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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６年度消費生活意識調査（第３回） 【その他の成果指標】 令和５年度 消費者市民社会の認知度 25.4% 令和６年度 消費者市民社会の認知度 24.8%
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		32	32	32
	活動実績／成果実績(%)		29.3	27.4	--
	達成率(%)		91.6	85.6	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６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			2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		78	78	78
	活動実績／成果実績(%)		75	75.8	--
	達成率(%)		96.2	97.2	--

アクティビティからの発現経路 103-203-301-401-501

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁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(件)		260,000	7,200,000	7,200,000
	活動実績／成果実績(件)		313,210	5,107,392	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6年度消費生活意識調査（第3回） 【その他の成果指標】 令和5年度 消費者市民社会の認知度 25.4% 令和6年度 消費者市民社会の認知度 24.8%
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		32	32	32
	活動実績／成果実績(%)		29.3	27.4	--
	達成率(%)		91.6	85.6	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６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			2023年度	目標年度 2024年度		2025年度
	当初見込み／目標値(%)		32	32		32
	活動実績／成果実績(%)		27.6	28.6		--
	達成率(%)		86.3	89.4		--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６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			2023年度	最終目標年度 2024年度		2025年度
	当初見込み／目標値(%)		78	78		78
	活動実績／成果実績(%)		75	75.8		--
	達成率(%)		96.2	97.2		--

アクティビティからの発現経路 104-204-303-403-501

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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁サステナブルファッション特設サイトのアクセス件数
	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		2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	30,000	320,000	320,000
	活動実績／成果実績(件)	313,305	215,305	--
↓ 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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6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		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	45	45	45
	活動実績／成果実績(%)	42.7	40.4	--
	達成率(%)	94.9	89.8	--
↓ 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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度消費生活意識調査（第3回） 令和6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			2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		72	72	72
	活動実績／成果実績(%)		68.2	69.2	--
	達成率(%)		94.7	96.1	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和５年度消費生活意識調査（第３回） 令和６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			2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		78	78	78
	活動実績／成果実績(%)		75	75.8	--
	達成率(%)		96.2	97.2	--

アクティビティからの発現経路 105-205-304-404-503

アクティビティ	消費者利益の擁護・増進のために消費者支援活動において顕著な功績を挙げている方の表彰を行う。			
アウトプット	活動目標	消費者利益の擁護・増進のために消費者支援活動において顕著な功績を挙げている方の募集・選定	活動指標	消費者支援功労者表彰の表彰件数（個人・団体を含み、ベスト消費者サポーター章も含む。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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(件)	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	45	43	40
↓ 後続アウトカムへのつながり	受賞にふさわしい候補者を選定、表彰し、その取組を消費者支援活動を行っている関係者に広く周知するため			
短期アウトカム	成果目標	消費者支援功労者表彰への推薦件数の増加	成果指標	消費者支援功労者表彰への推薦件数（個人・団体を含む）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者教育推進課にて集計
	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	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)	80	80	100
	活動実績／成果実績(件)	79	96	89
	達成率(%)	98.8	120	89
↓ 後続アウトカムへのつながり	表彰された方の活動実績を公表することで、消費者支援活動を行っている関係者の取組の参考となり、更なる支援活動が促されるため			

中期アウトカム	成果目標	受賞者の活動実績の公表	成果指標	受賞者の実績を踏まえ、消費者支援活動が拡大すること
	定性的なアウトカムに関する成果実績	受賞者の活動実績を取りまとめ、消費者庁HPに公表	実績／目標／見込み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	消費者支援活動を行っている方の支援活動状況を網羅的かつ定量的に把握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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	受賞者の活動実績の公表を通じて、消費者支援活動の取組の増加や深化することにより、消費者の権利・利益が擁護・増進される。			
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	消費者支援功労者表彰を例年実施することにより、消費者支援活動において顕著な実績を挙げている方の活動を称えとともに、消費者支援活動に関わっている関係者の一層の奨励を促し、消費者の権利・利益の擁護・増進に寄与している。	実績／目標／見込み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	表彰の実施により消費者支援活動の一層の奨励を行い、消費者利益の擁護・増進を図ることが目的となるが、消費者利益の擁護・増進をどの程度図ることができたのか客観的に計測することはできず、定量的な指標を示す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	--

アクティビティからの発現経路 106-206-305-405-502

アクティビティ	毎年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及び消費者月間シンポジウムの開催）				
アウトプット	活動目標	消費者月間ポスターの作成及び配布		活動指標	消費者月間ポスターの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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(枚)	6,500		6,500	6,500
	活動実績／成果実績(枚)	5,837		5,056	4,952
↓後続アウトカムへのつながり	消費者月間の周知ポスターの掲示を通して消費者月間の取組への認知と興味を促し、当該年度の消費者月間統一テーマに沿った消費者月間シンポジウムへの参加者数の増加を図る。				
短期アウトカム	成果目標	消費者月間シンポジウムの開催		成果指標	消費者月間シンポジウムへの参加人数（対面・オンライン含む。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者月間シンポジウムの参加登録フォームへの投稿数 ※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2022年度は関係者を対象に実施。
	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(人)	250	250	250	250
	活動実績／成果実績(人)	--	152	158	275
	達成率(%)	--	60.8	63.2	110
↓後続アウトカムへのつながり	消費者月間シンポジウムへの参加者が増加することより、消費者のみならず、地方公共団体や事業者、関係団体においても消費者月間の取組への認知や消費者問題に関する理解が深まり、地方公共団体や事業者、関係団体による消費者月間関連事業の実施を促す。				

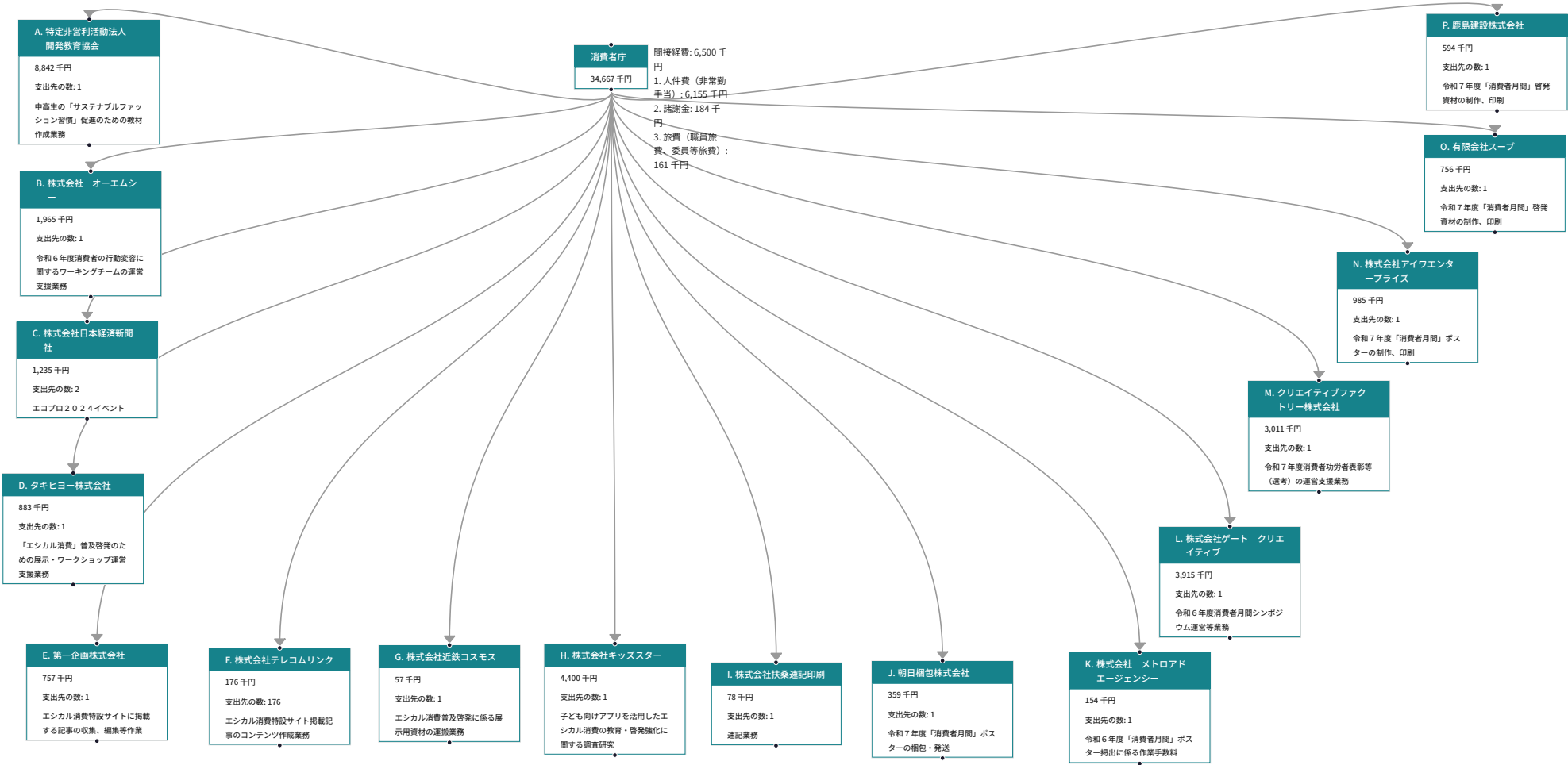
中期アウトカム	成果目標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者及び消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数の増加		成果指標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者及び消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和5年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2023/koukyou " 令和6年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2024/koukyou 令和7年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2025/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			2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	
	当初見込み／目標値(件)		100	100	100	
	活動実績／成果実績(件)		81	70	52	
	達成率(%)		81	70	52	
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者、事業者及び行政が一体となって消費者問題に関する啓発・教育等の各種事業を集中的に行うことにより、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立を支援する。					
長期アウトカム	成果目標	消費者の自立の支援		成果指標	消費者の自立の支援	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	例年、時節を捉えた消費者月間統一テーマを設定し、そのテーマに関連した消費者月間の各種取組を実施することで、消費者、事業者、行政が一体となって消費者問題に関する啓発・教育等の取組を享受し、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため、自主的かつ合理的に行動できるよう、消費者の自立の支援に寄与している。		実績／目標／見込み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	消費者利益の擁護及び増進がどの程度図られたのか客観的に計測することはできず、定量的な指標を示す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	--	
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。さらに、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、また中高生向けサステナブルファッション習慣促進教材の開発・公表を行うなど、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。 また、消費者支援功労者表彰においては、推薦者の募集から選定から表彰まで例年どおり実施し、消費者月間においても各自治体や公共交通機関へのポスター送付や消費者月間シンポジウムの開催を行った。		
	目標年度における効果測定に関する評価	地方公共団体等への消費者教育の実施を働きかけたが、地域での講座実施率や消費生活に関する知識の正答率など目標に届かなかった指標があった。引き続き、地域での消費者教育の取組が充実・増加するよう地方公共団体への働きかけやポータルサイト等を通じた情報提供等を推進してまいりたい。また、エシカル消費やサステナブルファッションの認知度は、徐々に向上傾向にあるが、目標までは達していないため、引き続き、より効果的な普及啓発手段を検討する。		
	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。 引き続き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こととする。		
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	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	引き続きエシカル消費やサステナブルファッションの認知度の向上のため、エシカル消費の普及促進とともに、消費者への情報発信や地方公共団体や事業者等の取組への支援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	引き続きエシカル消費等の認知度向上のため、消費者への効果的な情報発信等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



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 開発教育協会		8,842	1	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	特定非営利活動法人開発教育協会		8,842	5010005007456			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務 一般競争契約（最低価格）		8,842	4	0	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	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 オーエムシー		1,965	1	令和6年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社オーエムシー		1,965	9011101039249			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和6年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		1,965	4	0	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	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 株式会社日本経済新聞社		1,235	2	エコプロ2024イベント		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社日本経済新聞社		836	3010001033086			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「エコプロ2024（第26回）」展示会に係る出展使用料 随意契約（少額）		836	1	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社日経イベント・プロ		399	7010001195294			

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	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「エコプロ2024～トランスフォーメーション」展示会に伴う会場備品レンタル 随意契約（少額）	399	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	タキヒヨー株式会社		883	1	「エシカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	タキヒヨー株式会社		883	7180001037793		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「エシカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務 随意契約（少額）		742	1	--	--
	エシカル消費の普及啓発のための～リサイクル素材ユニフォームの作製業務 随意契約（少額）		141	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	第一企画株式会社		757	1	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業	
	支出先名		支出額	法人番号		
	第一企画株式会社		757	3100001004532		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業 随意契約（少額）		757	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	株式会社テレコムリンク		176	176	エシカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社テレコムリンク		176	6180001049204		

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	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務 随意契約（少額）	176	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	株式会社近鉄コスモス	57	1	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社近鉄コスモス	57	3010001079328		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務 随意契約（少額）	57	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	株式会社キッズスター	4,400	1	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社キッズスター	4,400	6011001102514		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究 一般競争契約（総合評価）	4,400	2	0	予定確保が類推されるおそれがあるため
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	株式会社扶桑速記印刷	78	1	速記業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	扶桑速記印刷株式会社	78	9010001027784		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者団体との意見交換会における速記業務 随意契約（少額）	78	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		
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	朝日梱包株式会社	359	1	令和7年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送		
	支出先名	支出額	法人番号			
	朝日梱包株式会社	359	9010601040880			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和7年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	342	1	--	--	
	啓発パンフレットの発送に係る梱包資材の購入 随意契約（少額）	17	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		
K	株式会社 メトロアドエージェンシー	154	1	令和6年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料		
	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和6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）	154	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		
L	株式会社ゲート クリエイティブ	3,915	1	令和6年度消費者月間シンポジウム運営等業務		
	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	3,915	3010501036720			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和6年度消費者月間シンポジウム運営等業務 一般競争契約（総合評価）	2,124	2	0	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	令和6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）	1,791	6	0	予定価格が類推されるおそれがあるため	

	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		
	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		
	M	クリエイティブファクトリー株式会社		3,011	1	令和7年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務	
		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		3,011	3011301024114		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和7年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		3,011	4	0	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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		
	N	株式会社アイワエンタープライズ		985	1	令和7年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	
		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		985	1010401050798		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷 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		
	O	有限会社スーブ		756	1	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	
		支出先名		支出額	法人番号		
		有限会社スーブ		756	6021002016506		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷 随意契約（少額）		756	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		
	P	鹿島建設株式会社		594	1	令和7年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	

	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	
		支出先名	支出額	法人番号		
		鹿島建設株式会社	594	8010401006744		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度消費者月間啓発用懸垂幕の掲出業務 随意契約（少額）	594	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
	A	特定非営利活動法人開発教育協会	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務	雑役務費	中高生の「サステナブルファッション習慣」促進のための教材作成業務	8,842
	B	株式会社オーエムシー	令和６年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務	雑役務費	令和６年度消費者の行動変容に関するワーキングチームの運営支援業務	1,965
	C	株式会社日本経済新聞社	「エコプロ２０２４（第２６回）」展示会に係る出展使用料	雑役務費	「エコプロ２０２４（第２６回）」展示会に係る出展使用料	836
	D	タキヒヨー株式会社	「エシカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務	雑役務費	「エシカル消費」普及啓発のための展示・ワークショップ運営支援業務	742
	E	第一企画株式会社	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集等作業	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、編集等作業	757
	F	株式会社テレコムリンク	エシカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務	雑役務費	エシカル消費特設サイト掲載記事のコンテンツ作成業務	176
	G	株式会社近鉄コスモス	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務	雑役務費	エシカル消費普及啓発に係る展示用資材の運搬業務	57
	H	株式会社キッズスター	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究	雑役務費	子ども向けアプリを活用したエシカル消費の教育・啓発強化に関する調査研究	4,400
	I	扶桑速記印刷株式会社	消費者団体との意見交換会における速記業務	雑役務費	消費者団体との意見交換会における速記業務	78
	J	朝日梱包株式会社	令和７年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	雑役務費	令和７年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	342
	K	株式会社メトロアドエージェンシー	令和６年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料	雑役務費	令和６年度「消費者月間」ポスター掲出に係る作業手数料	154
	L	株式会社ゲート・クリエイティブ	令和６年度消費者月間シンポジウム運営等業務	雑役務費	令和６年度消費者月間シンポジウム運営等業務	2,124
	M	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	令和７年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務	雑役務費	令和７年度消費者功労者表彰等（選考）の運営支援業務	3,011
	N	株式会社アイワエンタープライズ	令和７年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	印刷製本費	令和７年度「消費者月間」ポスターの制作、印刷	985
	O	有限会社スーブ	令和７年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	印刷製本費	令和７年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	754
--	--	--	雑役務費	令和７年度「消費者月間」啓発資材の制作、印刷	1	

		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	P	鹿島建設株式会社	令和6年度消費者月間啓発用懸垂幕の掲出業務	雑役務費	令和6年度消費者月間啓発用懸垂幕の掲出業務	594
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	2025			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）食品ロスの削減の推進		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年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標（433万トン→216万トン）及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標（547万トン→219万トン）の達成に向けて関係省庁と連携して施策を推進。 直近の2023年度の食品ロス量は464万トン（事業系231万トン、家庭系233万トン）と減少傾向にはあるものの、2030年度目標の達成まで事業系は残り13万トン、家庭系は残り17万トンであり、更なる施策の推進が必要なことから、2025年3月に閣議決定された第2次食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針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。 ○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 ○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 ○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DX推進事業の実施					
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/					

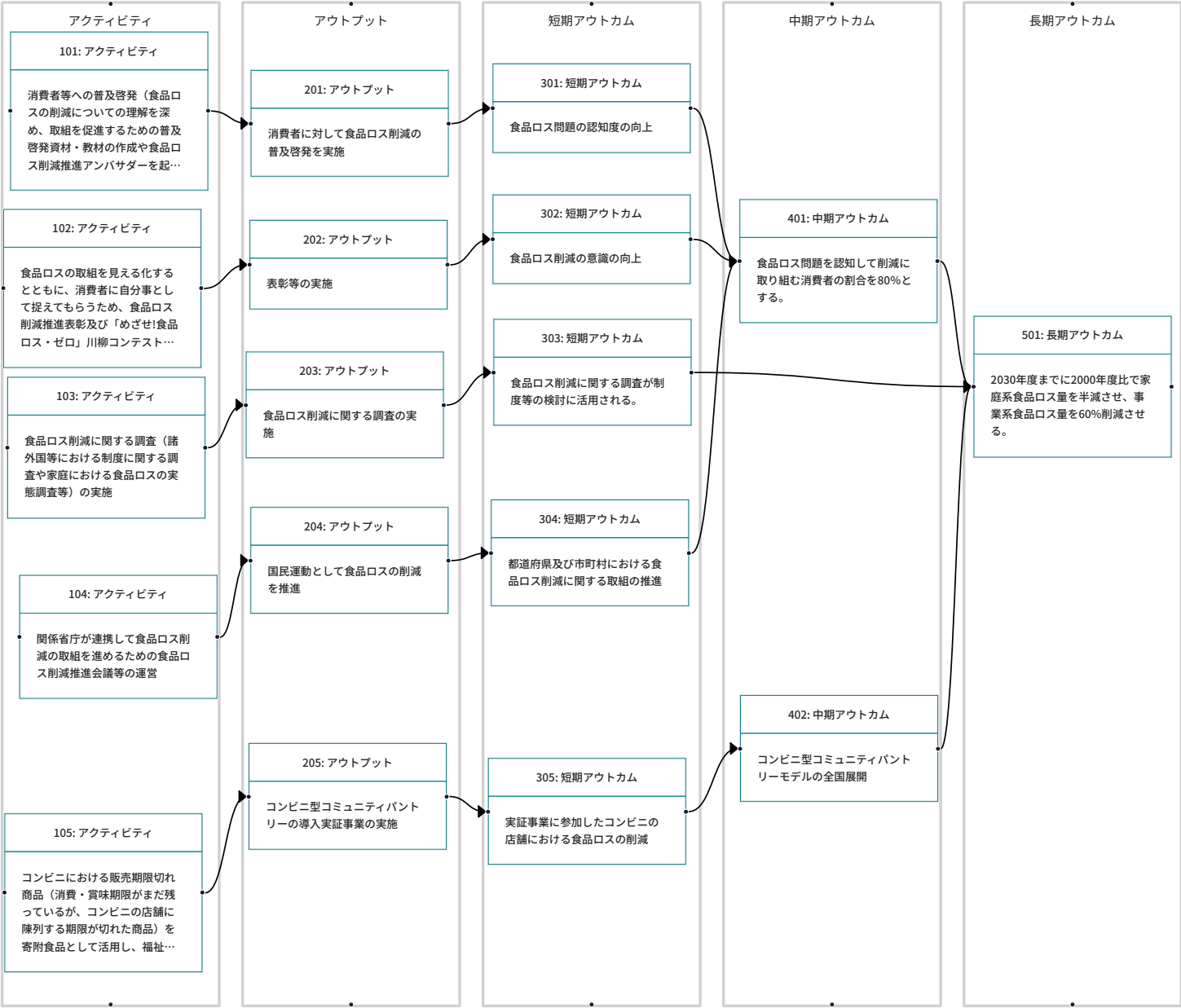
根拠法令	法令名		法令番号	条	項	号・号の細分
	食品ロスの削減の推進に関する法律		令和元年法律第十九号	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL			
	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/assets/consumer_education_cms201_250325_01.pdf			
	消費者基本計画 第4章 1. (4)		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf			
	第4次食育推進基本計画 第3 5.		https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/attach/pdf/kannrennhou-24.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)			2022	2023	2024	2025	2026		
	要求額		81,000	58,000	203,000	101,747	75,754		
	当初予算		43,000	48,000	68,267	61,755	--		
	補正予算		80,000	99,567	70,000	--	--		
	前年度から繰越し		--	80,000	99,567	70,000	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		123,000	227,567	237,834	131,755	--		
	執行額		48,000	118,988	132,328	--	--		
	執行率		39%	52.3%	55.6%	--	--		
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	--		20,000		--		
		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				--		60,009	67,162
		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				--		870	870
		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				--		686	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				--		127	110
		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	104
		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				--		--	6,846
		前年度から繰越し --				--		70,000	--
	主な増減理由	令和８年度からフードバンク認証制度が本格運用開始予定であることを踏まえたフードバンクの認証取得支援(専門家派遣等)等に係る経費を新規計上したため、増額となっている。				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 101-201-301-401-501

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	食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(枚)	10,000	10,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(枚)	70,000	80,000	45,000	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数の増加は、食品ロス問題の認知度が向上すること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	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	--		実績／目標／見込み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） 令和６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		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	90
	活動実績／成果実績(%)	81.1	80.9	78.9	--
	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の向上は、食品ロス問題を認知して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に設定した。 ※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（令和７年３月25日変更））」に基づき設定				

中期アウトカム	成果目標	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%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	--				実績／目標／見込み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） 令和６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		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.9	76.7	74.9	--	--	--	--	--
	達成率(%)	96.1	95.9	93.6	--	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、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、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ１～５を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和６年８月２日閣議決定）」、「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７年３月公表)」及び「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（令和７年３月25日変更)）」に基づき設定。								
長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。			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	--			実績／目標／見込み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。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。			
	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	--			

[illegible]

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	6,000	10,000	15,000	16,000
	活動実績／成果実績(件)	13,708	19,717	19,201	--
↓ 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に設定した。				
短期アウトカム	成果目標	食品ロス削減の意識の向上		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	--		実績／目標／見込み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	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	100	100
	活動実績／成果実績(%)	97.7	97.1	98.3	--
	達成率(%)	--	--	98.3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減の意識の向上は、食品ロス問題を認知して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に設定した。 ※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（令和7年3月25日変更））」に基づき設定				

中期アウトカム	成果目標	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%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	--				実績／目標／見込み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） 令和6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		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.9	76.7	74.9	--	--	--	--	--
	達成率(%)	96.1	95.9	93.6	--	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、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、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「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7年3月公表)」及び「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（令和7年3月25日変更）」）に基づき設定。								
長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。				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	--				実績／目標／見込み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。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。		
	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	--		

アクティビティからの発現経路 103-203-303-501

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	食品ロス削減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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(箇所)	16	5	2	5
	活動実績／成果実績(箇所)	15	5	2	--
↓ 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に設定した。				
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	法制検討の基礎資料として活用した。		実績／目標／見込み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	調査を実施した結果が直接食品ロス削減の効果につながるものではないため（調査結果が施策のブラッシュアップにつながり、ブラッシュアップされた施策の効果として、具体的な食品ロスの削減につながっていくもの。）。
↓ 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、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ 1～5 を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和 6 年 8 月 2 日閣議決定）」、「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 7 年 3 月公表）」及び「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（令和 7 年 3 月25日変更）」に基づき設定。				

[illegible]

アクティビティからの発現経路 104-204-304-401-501

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回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	2	10	9	4
	活動実績／成果実績(回)	2	8	9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス削減推進会議の下、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	--		実績／目標／見込み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	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	--	315	363
	活動実績／成果実績(自治体)	207	279	331	--
	達成率(%)	--	--	105.1	--
↓ 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、食品ロス問題を認知して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に設定した。 ※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（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。				

中期アウトカム	成果目標	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%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	--				実績／目標／見込み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） 令和6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		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80	--	--	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.9	76.7	74.9	--	--	--	--	--
	達成率(%)	96.1	95.9	93.6	--	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合の増加は、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、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「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7年3月公表)」及び「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（令和7年3月25日変更）」に基づき設定。								
長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。				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	--				実績／目標／見込み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。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。		
	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	--		

[illegible]

アクティビティからの発現経路 105-205-305-402-501

アクティビティ	コンビニにおける販売期限切れ商品（消費・賞味期限がまだ残っているが、コンビニの店舗に陳列する期限が切れた商品）を寄附食品として活用し、福祉情報とも連携したアプリや保管設備の導入を支援する、コンビニ型コミュニティパントリーモデルの構築及び全国展開			
アウトプット	活動目標	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業の実施	活動指標	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業に参加するコンビニ店舗数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	※実証事業は2025年度から実施するため、2024年度実績値は記載不可。
	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(コンビニ店舗数)	--	--	3
	活動実績／成果実績(コンビニ店舗数)	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	必要な食べ物を十分に入手することができない方々が時間や人目を気にせず、都合が良い時に未利用食品を取りに行ける拠点を整備することにより、実証事業に参加したコンビニ店舗における事業系食品ロスのより一層の削減への寄与が期待できることから、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	実証事業に参加したコンビニの店舗における食品ロスの削減	成果指標	実証事業に参加したコンビニ店舗における通常時と比較した場合の食品廃棄に係る削減率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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 ※実証事業は2025年度から実施するため、2024年度実績値は記載不可。
	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(%)	--	--	50
	活動実績／成果実績(%)	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	コンビニ型コミュニティパントリーの導入実証事業の有効性が示されると、全国の地域における同様の取組の後押しにつながるため、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	コンビニ型コミュニティパントリーモデルの全国展開			成果指標	コンビニ型コミュニティパントリーを導入した自治体数		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			実績／目標／見込み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 ※実証事業は2025年度から実施するため、2024年度実績値は記載不可。		
	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)	--	3	--	--	--	--	20
	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	コンビニ型コミュニティパントリーモデルの全国への波及は、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、2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させる目標及び事業系食品ロス量を60%削減させる目標を設定。アクティビティ1～5を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「第五次循環型社会形成推進基本計画（令和6年8月2日閣議決定）」、「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7年3月公表)」及び「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（令和7年3月25日変更）」）に基づき設定。							
長期アウトカム	成果目標	2030年度までに2000年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる。			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	--			実績／目標／見込み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。 ※2023年度の数値が最新のため2024年度分は記載不可。		
	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	--		

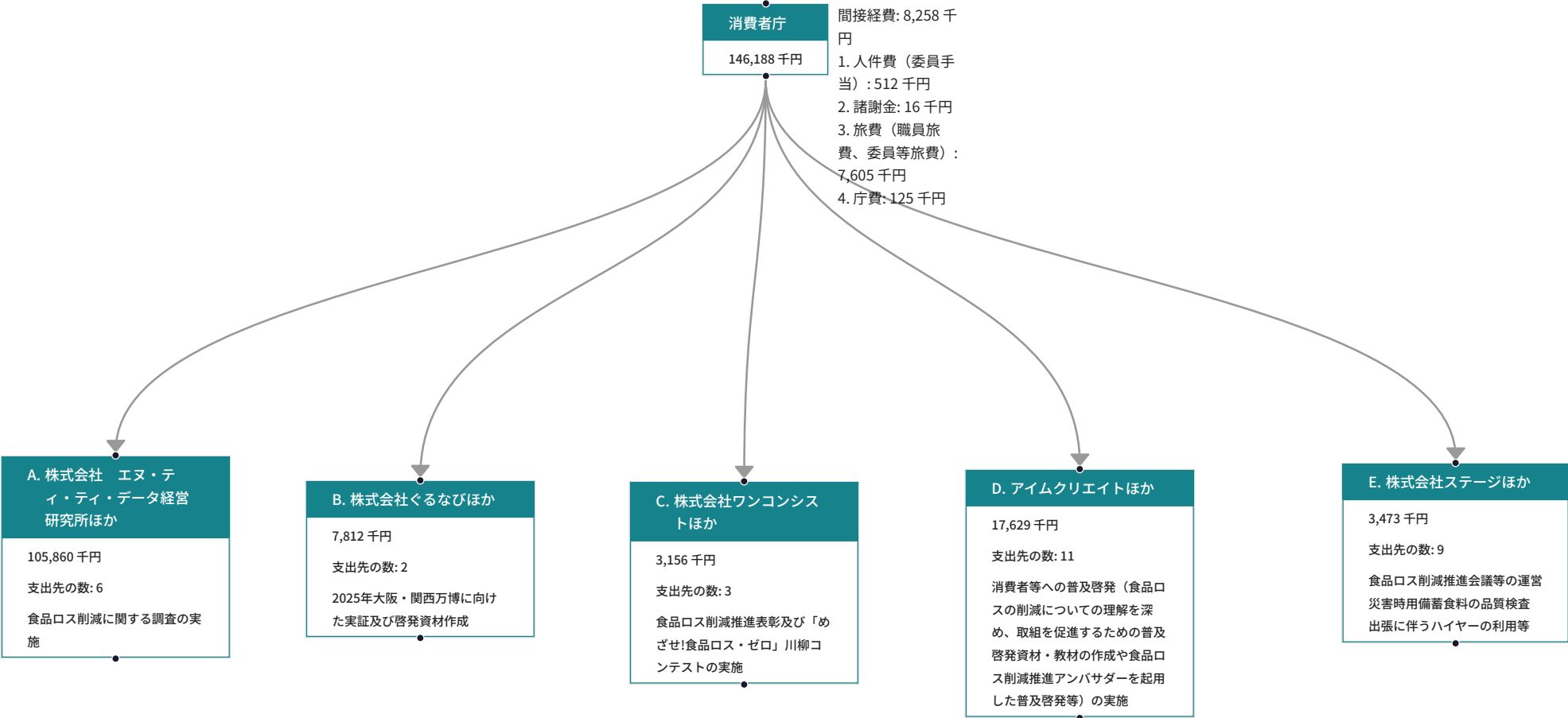
活動・成果目標 と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度	最終目標年度 2030年度
	当初見込み／ 目標値(万t)	--	--	--	--	--	--	--	--	435
	活動実績／成 果実績(万t)	472	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--	--
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針（令和7年3月25日変更）								
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/assets/consumer_education_cms201_250325_01.pdf								
	該当箇所	P19								

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。さらに、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年度比で家庭系食品ロス量を半減させ、事業系食品ロス量を60%削減させる」及び「食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%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、一者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	--			
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	株式会社 エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所ほか	105,860	6	食品ロス削減に関する調査の実施	
	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		82,500	1010001143390		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	共通API等を用いた地域単位での食品寄附データ統合に向けた調査・実証事業 一般競争契約（総合評価）		82,500	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名		支出額	法人番号		
	有限責任監査法人トーマツ		15,400	5010405001703		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品寄附及び食べ残し持帰り促進のための枠組み調査・検討業務 一般競争契約（総合評価）		15,400	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名		支出額	法人番号		
	クオン株式会社		4,000	4010401056883		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	オンライン・コミュニティを活用した食品ロス削減推進及びエシカル消費推進のための調査業務 一般競争契約（総合評価）		4,000	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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		2,860	3010401011971		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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（データ取りまとめ） 一般競争契約（総合評価）		2,860	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名		支出額	法人番号		

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	
	弁護士 石崎冬貴	770	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「持ち帰りの際及び持ち帰った後の注意事項」に関する判例調査 随意契約（少額）	770	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	弁護士 佐藤光子	330	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品寄附ガイドライン合意書リーガルチェック業務 随意契約（少額）	330	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	株式会社ぐるなびほか	7,812	2	2025年大阪・関西万博に向けた実証及び啓発資材作成	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ぐるなび	5,128	1010001034565		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	2025年大阪・関西万博に向けた食品ロス削減実証事業 一般競争契約（総合評価）	4,928	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	万博用食品ロス削減啓発資材のデザイン制作業務 随意契約（少額）	200	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	アイムクリエイト	2,684	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	万博用食品ロス削減啓発資材の印刷業務 随意契約（少額）	2,484	1	--	--
	万博用食品ロス削減啓発ポスターの印刷業務 随意契約（少額）	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	

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	株式会社ワンコンシストほか	3,156	3	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		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社ワンコンシスト		1,597	8010001110590			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業 一般競争契約（最低価格）		1,597	6	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
支出先名		支出額	法人番号			
Three 合同会社		1,485	5010403011530			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「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制作業務 随意契約（少額）		957	1	--	--	
食品ロス削減推進表彰の応募促進ポスター・チラシのデザイン制作業務 随意契約（少額）		528	1	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社弘周舎		74	1010001016381			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「食品ロス削減推進表彰」の賞状筆耕 随意契約（少額）		74	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	アイムクリエイトほか	17,629	11	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		
支出先名		支出額	法人番号			
アイムクリエイト		6,993	9999999999999			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
	食品ロス削減ガイドブックの印刷 随意契約（少額）	2,420	1	--	--
	食の環（わ）ピンバッチの追加製作 随意契約（少額）	1,815	1	--	--
	食の環（わ）ピンバッチ等の製作 随意契約（少額）	1,043	1	--	--
	「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の印刷業務 随意契約（少額）	899	1	--	--
	10月食品ロス削減月間ポスター・食品ロス削減啓発ポスターの印刷 随意契約（少額）	816	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	吉本興業株式会社	4,235	2120001126730		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品ロス削減推進アンバサダーを起用した家庭系食品ロス削減啓発冊子データ制作業務 随意契約（少額）	2,420	1	--	--
	食品ロス削減推進アンバサダーを起用した10月食品ロス削減月間の周知啓発の強化業務 随意契約（少額）	990	1	--	--
	食品ロス削減推進アンバサダー活動業務 随意契約（少額）	825	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	Three合同会社	1,309	5010403011530		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品ロス削減ガイドブックのデータ更新業務 随意契約（少額）	528	1	--	--
	食品ロス削減ガイドブックのデータ更新業務 随意契約（少額）	385	1	--	--
	食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量の啓発資材のデータ作成 随意契約（少額）	198	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	
	「食の環（わ）」プロジェクトのマークのデータ更新 随意契約（少額）	198	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社文響社		1,082	5010401087309		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	小学生向け食品ロス削減啓発冊子の増刷業務 随意契約（少額）	1,082	1	--	--
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		946	7010001022168		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）	946	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社太陽美術		763	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品ロス削減の啓発用エコバッグの作製業務 随意契約（少額）	763	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社テレコムリンク		726	6180001049204		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品ロス削減ガイドブック及び啓発冊子のデジタルブック化業務 随意契約（少額）	528	1	--	--
	食品ロス削減特設サイト用掲載画像の作成業務 随意契約（少額）	198	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社		720	9010601040880		

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	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	10月食品ロス削減月間ポスター及び食品ロス削減啓発ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）	543	1	--	--
	食品ロス削減啓発冊子「食品ロス削減ガイドブック」の梱包発送 随意契約（少額）	177	1	--	--
	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		645	7011001029649	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「令和6年度食品ロス削減月間」ポスターデジタルサイネージ掲載 随意契約（少額）	645	1	--	--
	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「令和6年度食品ロス削減月間」ポスター貼りに係る作業手数料 随意契約（少額）	154	1	--	--
	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		56	6010001109206	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン～SDGs目標達成に向けて～」参考チラシの翻訳（英語、中国語、韓国語） 随意契約（少額）	56	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	
株式会社ステージほか		3,473	9	食品ロス削減推進会議等の運営 災害時用備蓄食料の品質検査 出張に伴うハイヤーの利用等	
支出先名		支出額	法人番号		

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	
	株式会社ステージ	2,576	3013301015869		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度食品ロス削減推進サポーター育成オンライン講座の運営業務 随意契約（少額）	968	1	--	--
	食品ロス削減推進会議のオンライン開催運営業務 随意契約（少額）	858	1	--	--
	食品ロス削減推進サポーター向けフォローアップ研修オンライン運営業務 随意契約（少額）	750	1	--	--
	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	211	3011005000122		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「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）	211	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	岡山交通株式会社	201	9260001000972		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自見大臣の岡山県内視察出張に伴うハイヤーの利用 随意契約（少額）	201	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	万代タクシー株式会社	179	1110001004616		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自見大臣のフードバンクつばめ等の視察出張に伴うハイヤーの利用 随意契約（少額）	179	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社サイマリンガル	143	2010001106108		

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	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品ロス削減に関するO E C D会合（ウェブ会議）に関わる通訳業務及び業務に伴う二次利用 随意契約（少額）	143	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人	78	99999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自見大臣フランス・イギリス出張（4月28日～5月2日）における日本企業関係者との意見交換に係る経費の使用及び立替払 随意契約（少額）	78	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ビジョン	50	9011101033243		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	海外出張におけるWi-Fi機器のレンタル及び通信サービスの利用（令和6年4月出張）イギリス 随意契約（少額）	38	1	--	--
	海外出張におけるWi-Fi機器のレンタル及び通信サービスの利用（令和6年7月出張）韓国 随意契約（少額）	12	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	阪急阪神マーケティングソリューションズ株式会社	27	9120001226128		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	第19回食育推進全国大会におけるオプション備品レンタル料 随意契約（少額）	27	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	大和リース株式会社	8	4120001077476		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自見大臣の岡山県内視察出張に伴う会議室の利用 随意契約（少額）	8	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
	A	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所	共通API等を用いた地域単位での食品寄附データ統合に向けた調査・実証事業	雑役務費	共通API等を用いた地域単位での食品寄附データ統合に向けた調査・実証事業	82,500
	B	株式会社ぐるなび	2025年大阪・関西万博に向けた食品ロス削減実証事業	雑役務費	2025年大阪・関西万博に向けた食品ロス削減実証事業	4,928
	C	株式会社ワンコンシスト	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業	雑役務費	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業	1,597
	D	アイムクリエイト	食品ロス削減ガイドブックの印刷	雑役務費	食品ロス削減ガイドブックの印刷	2,420
	E	株式会社ステージ	令和6年度食品ロス削減推進サポーター育成オンライン講座の運営業務	雑役務費	令和6年度食品ロス削減推進サポーター育成オンライン講座の運営業務	968
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	2025	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	消費者が実際にトラブルや被害に遭った場合の行動として、37.7%の人が「行政が運営する消費生活相談の窓口に相談しようと思う」と回答している（令和6年度消費生活意識調査（第6回））が、消費生活センター等の窓口を案内する消費者ホットライン188の名前と内容を知っている消費者は8.6%（同調査）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				
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）（第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策 1．地方消費者行政の推進）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf#page=[26]				
	第4期消費者基本計画（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 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				
	--	--				
実施方法	直接実施					

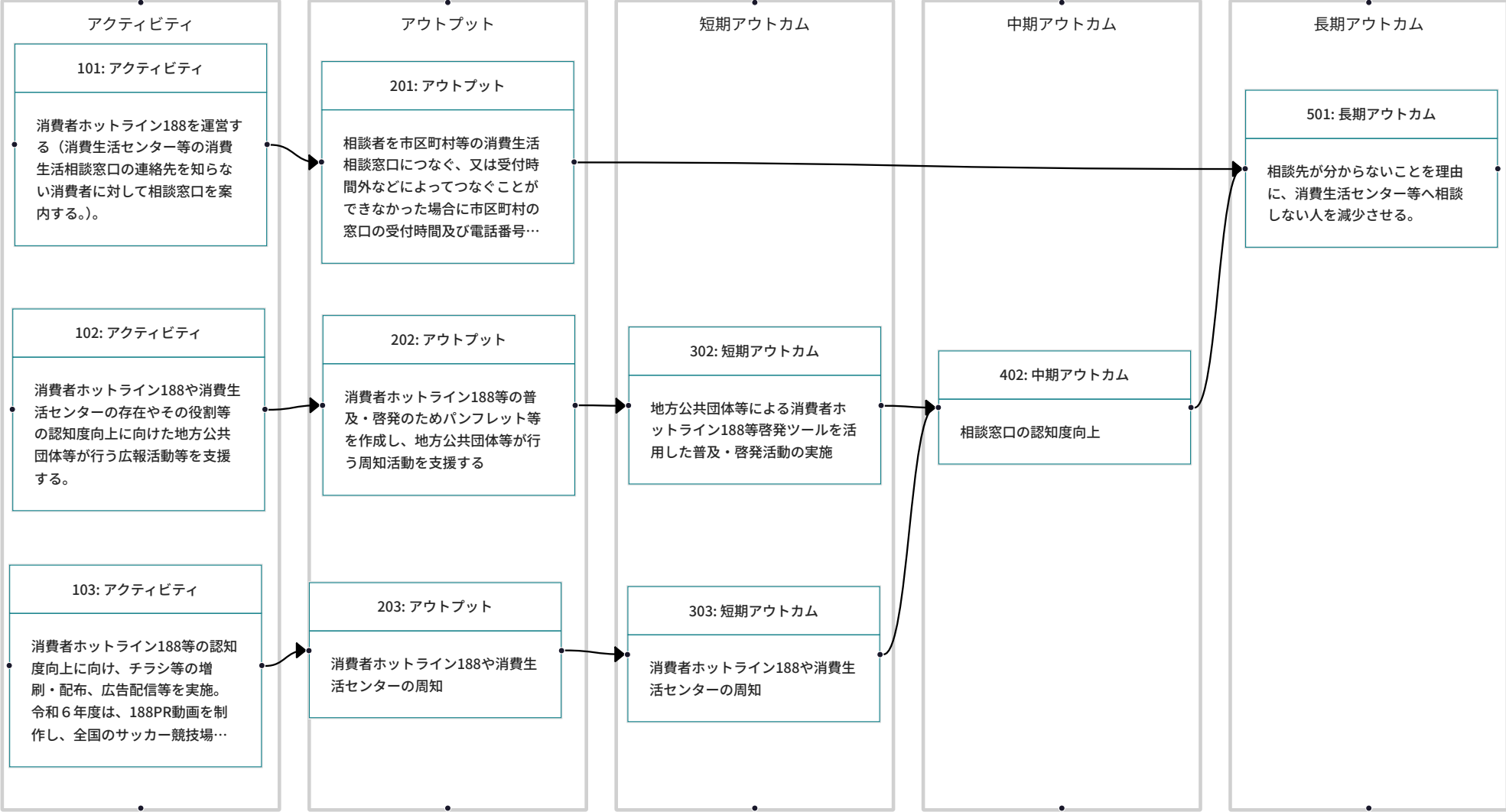
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		124,000	121,000	121,000	121,000	121,000	
	当初予算		120,000	121,000	121,000	121,000	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		19,000	△581	--	--	--	
	計		139,000	120,419	121,000	121,000	--	
	執行額		125,000	106,056	114,103	--	--	
	執行率		89.9%	88.1%	94.3%	--	--	
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 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 101-201-501

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によって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及び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	--		実績／目標／見込み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		2025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	--		実績／目標／見込み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あいまって達成されるものであるため、アクティビティ 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	15.9	--
	達成率(%)		--	48.5	50.3	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	34	35	35	35
	活動実績／成果実績(件)	35	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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	啓発ツール利用申請一覧
	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(団体)	177	357	323	440
	活動実績／成果実績(団体)	357	323	440	--
	達成率(%)	201.7	90.5	136.2	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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			2024年度		目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		30		33.6
	活動実績／成果実績(%)		33.6		--
	達成率(%)		112		--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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	15.9	--
	達成率(%)	--	48.5	50.3	--

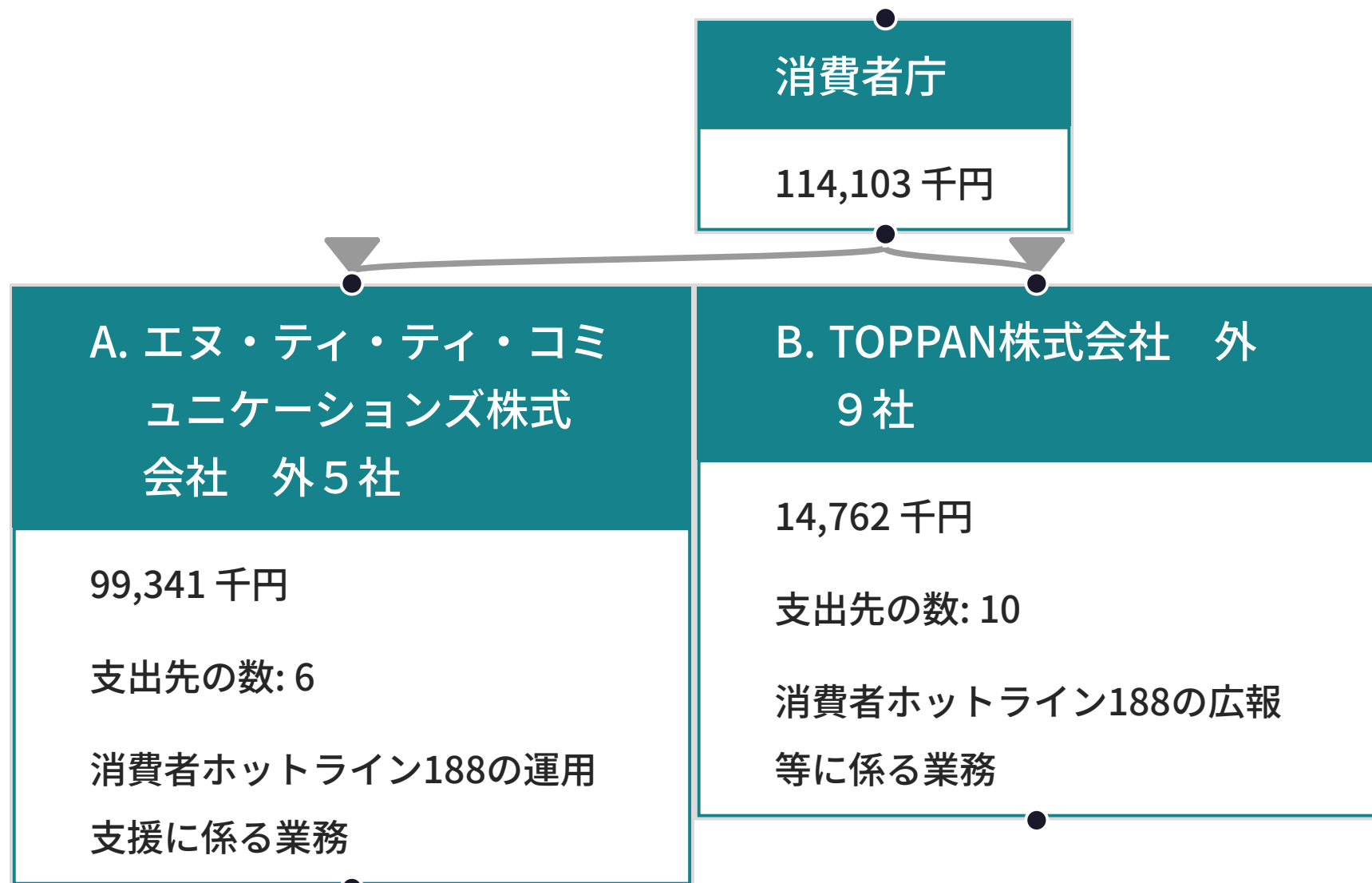
アクティビティからの発現経路 103-203-303-402-501

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６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	--	実績／目標／見込み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(件)	0	1	1
	活動実績／成果実績(件)	1	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中で、令和６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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	Ｊリーグ公式ＨＰ
	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(人)	--	258,025	258,452
	活動実績／成果実績(人)	258,025	258,542	--
	達成率(%)	--	100.2	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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			2024年度		目標年度 2025年度	
	当初見込み／目標値(%)		30		33.6	
	活動実績／成果実績(%)		33.6		--	
	達成率(%)		112		--	
↓ 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	--		実績／目標／見込み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	15.9	--
	達成率(%)		--	48.5	50.3	--
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	消費者ホットライン188の認知度向上に向け、引き続き効果的な広報等を検討いただくとともに、事業の性質上、競争性のない随意契約によるものが多いが、適切なサービスの選定や価格交渉等により、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	消費者ホットライン188の認知度向上に向け、より効果的な広報等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	99,341	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		84,977	7010001064648		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
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）(競争性のない随意契約)		84,977	0	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和6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）(競争性のない随意契約)		4,752	0	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和6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）(競争性のない随意契約)		3,036	0	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和6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）(競争性のない随意契約)		3,036	0	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		

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	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和６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）(競争性のない随意契約)	2,000	0	0	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	K D D I 株式会社	1,541	9011101031552		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和６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）(競争性のない随意契約)	1,541	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	TOPPAN株式会社 外９社	14,762	10	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		
T O P P A N株式会社		10,120	8010501050089		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者ホットライン１８８及び消費生活センターの普及啓発に向けた広報戦略の企画立案及び実施業務 一般競争契約（総合評価）		10,120	3	73.2	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社日本デイリー通信社		990	7013301009883		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者ホットライン１８８の効果的な広報に向けた調査業務 随意契約（少額）		990	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		990	4010001074550		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	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	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
有限会社ナッシュ		814	4080002015431		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）	814	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社 f u n b o x		814	5010501004601		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）	814	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社太陽美術		376	6010601003790		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「消費者ホットライン188チラシ１及び２」増刷業務 随意契約（少額）	190	1	--	--
	「消費者ホットライン188啓発チラシ」「消費者ホットライン188啓発ポスター」増刷業務 随意契約（少額）	186	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社 H E L I O S		286	6010001088128		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「消費者庁ホットライン１８８」バナー広告配信業務 随意契約（少額）	286	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社オフィスランク		148	9011301001355		

	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		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		「消費者ホットライン１８８」啓発用着ぐるみメンテナンス 随意契約（少額）	148	1	--	--	
		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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		令和６年度消費者ホットライン等の啓発ツールの配布にかかる システム運営支援業務 随意契約（少額）	117	1	--	--	
		支出先名		支出額	法人番号		
		アイムクリエイト		107	9999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
消費者庁ホットラインイヤヤン型抜き変形ポストカード作成 随意契約（少額）	107	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	
	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	84,977	
	B	ＴＯＰＰＡＮ株式会社	消費者ホットライン１８８及び消費生活センターの普及啓発に向けた広報戦略の企画立案及び実施業務	雑役務費	消費者ホットライン等広報	10,120	
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	2025	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」を構築するため、「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」及び「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7年3月18日閣議決定）（第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策1．地方消費者行政の推進）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf#page=[26]	
	--		--	
	--		--	
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

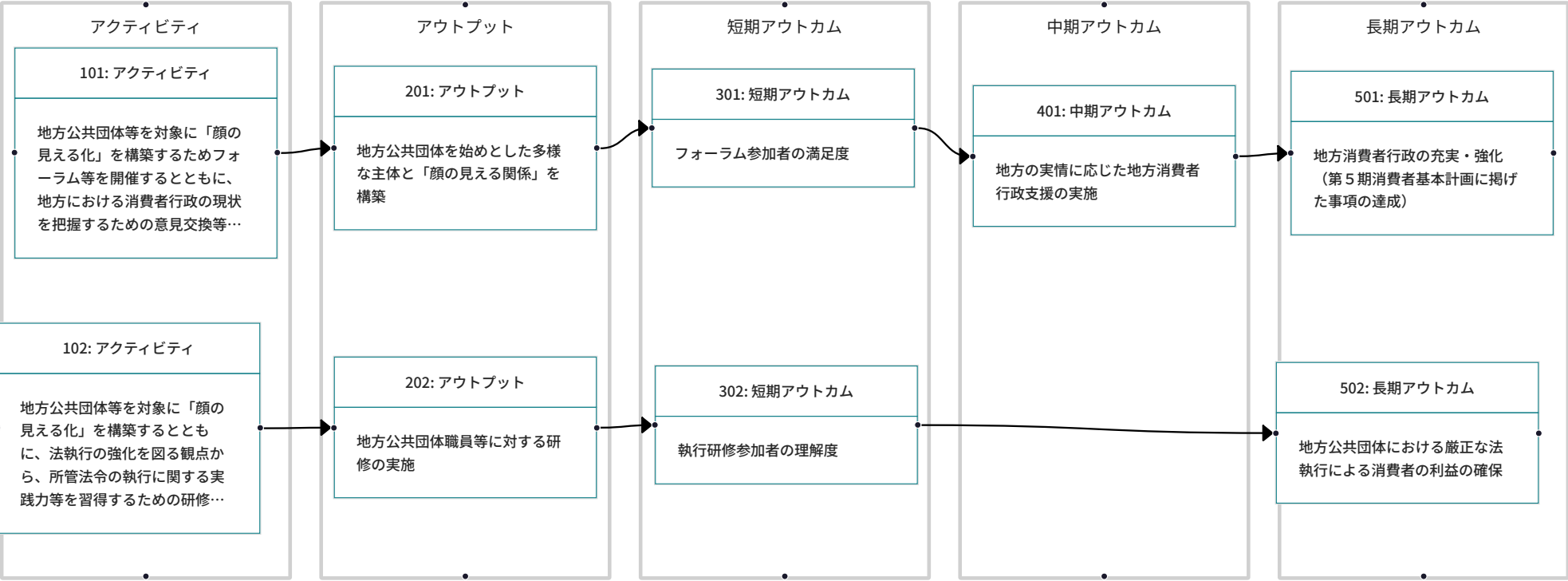
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		61,000	59,000	59,330	60,620	82,227
	当初予算		59,000	59,807	59,540	62,751	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		△200	△129	9,846	--	--
	計		58,800	59,678	69,386	62,751	--
	執行額		47,000	47,603	62,882	--	--
	執行率		79.9%	79.8%	90.6%	--	--

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			--		33,885	34,650
		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			--		20,598	34,234
		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	10,543
		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	2,800

主な増減理由	地方消費者行政強化交付金の見直しに伴って地方自治体等と積極的な意見交換を行う必要があることから、職員旅費を増額要求するため。 また、非常勤職員手当を増額要求するため。	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 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(人)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(人)	88	111	148	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	地方連携推進フォーラムアンケート（消費者庁）
	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(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	86	79.3	80	--
	達成率(%)	107.5	99.1	100	--
↓ 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中で、国の施策に対するニーズを把握するとともに、第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）を踏まえ、今後の地方消費者行政の課題解決に資するような支援策を具体化する際に国と地方が連携して地方消費者行政を推進できている状態。	実績／目標／見込み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	第5期消費者基本計画に基づき、今後の地方消費者行政の課題解決に資するような具体的な支援策を検討していくため、その連携の在り方についても現時点においては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	--
↓ 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（第5期消費者基本計画に掲げた事項の達成）	成果指標	第5期消費者基本計画における施策の実施状況
	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/consumer_cooperation_cms201_240514_01.pdf	実績／目標／見込み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	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）において、今後の地方消費者行政の大きな方向性が記載され、その具体化に向けた検討を同基本計画に基づいて進めているところ。これまでの全国一律の数値目標の見直しも含め、今後の地方消費者行政の課題解決に資するような支援策の具体化とそれに整合する定量的な目標を定める必要があると考えており、現時点においては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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(人)	201	201	219	226
	活動実績／成果実績(人)	201	219	226	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	91.2	96.3	90
	活動実績／成果実績(%)	--	96.3	90.2	--
	達成率(%)	--	105.6	93.7	--
↓ 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。				

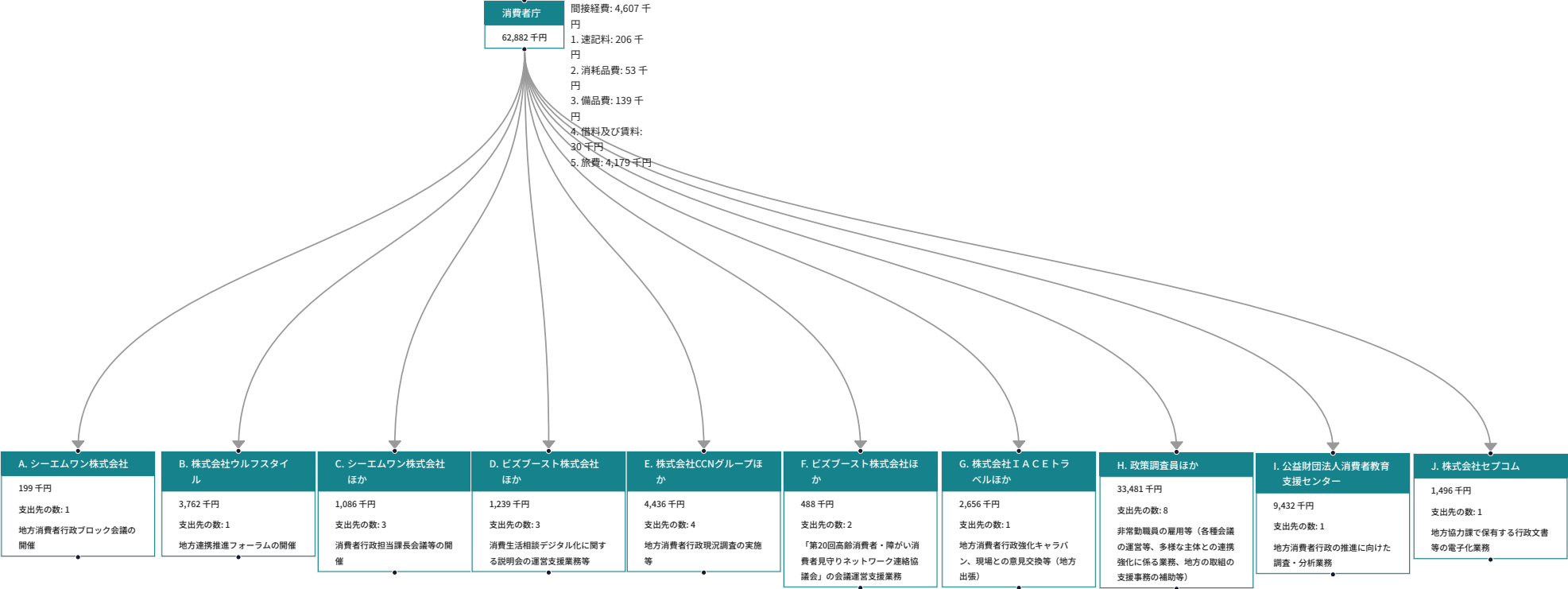
長期アウトカム	成果目標	地方公共団体における厳正な法執行による消費者の利益の確保	成果指標	厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	都道府県における特定商取引法に基づく行政処分が毎年50件前後行われている。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本取組の目的は、国と地方が「顔の見える関係」を構築しつつ、執行研修を通じて、地方公共団体（職員）の法執行力を高め、厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保することにあるが、消費者の利益をどの程度確保できたのかを客観的に計測することはできないため、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	--
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、透明性及び公平性を図った上で効率的に実施している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	今後とも、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。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	引き続き適切な予算執行に努めるとともに、一般競争入札における一者応札については、事業者へのヒアリング等を通じて要因分析を行う。		
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	シーエムワン株式会社	199	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	199	1010001158505			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		令和6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）	199	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	株式会社ウルフスタイル	3,762	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			
		株式会社ウルフスタイル	3,762	3010001137944			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		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）	3,762	5	53.6	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	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ほか	1,086	3	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	598	1010001158505			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		令和6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	1	--	--	
		支出先名	支出額	法人番号			
		ビズブースト株式会社	350	9010801026259			

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	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「令和6年度消費者行政担当課長会議」の会議運営支援業務 随意契約（少額）	350	1	--	--
	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	138	4021005002918		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度消費者庁所管法令執行担当者研修（専門研修）の開 催に係る会場借料等 随意契約（少額）	138	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	ビズブースト株式会社ほか	1,239	3	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	925	9010801026259		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「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3回）」運営支援業務等 随意契約（少額）	476	1	--	--
	「消費生活相談の新システム及び業務に関する地方公共団体向 け説明会」運営支援業務等 随意契約（少額）	284	1	--	
	地方協力課が行う会議等の動画配信業務 随意契約（少額）	165	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	シーエムワン株式会社	314	1010001158505		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	地方協力課が行う会議等の動画配信業務 随意契約（少額）	314	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

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CCNグループほか	4,436	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C C Nグループ		2,970	3010001181141		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和 6 年度地方消費者行政の現況調査 一般競争契約（最低価格）		2,970	1	--	予定価格が類推される恐れがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社		953	9010601040880		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和 6 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）		953	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
アイムクリエイト		324	9999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和 6 年度地方消費者行政の現況調査の印刷・製本 随意契約（少額）		324	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社イメージ・ジャパン		189	1040001048100		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和 6 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）		189	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	488	2	「第20回高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会」の会議運営支援業務	
支出先名		支出額	法人番号		

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	
	ビズブースト株式会社	450	9010801026259		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「第20回高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会」の会議運営支援業務 随意契約（少額）	450	1	--	--
	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	38	1011105000131		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「第20回高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会」に係る手話通訳業務 随意契約（少額）	38	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IACEトラベルほか	2,656	1	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	2,555	7010001128717		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	223	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	155	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	152	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	112	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	99	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	89	--	--	--

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	
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	88	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	84	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	74	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	72	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	68	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	68	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	68	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	65	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	63	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	59	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	59	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	58	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	58	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	55	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	55	--	--	--
内国旅行手配 その他(旅行手配)	55	--	--	--	
内国旅行手配 その他(旅行手配)	55	--	--	--	
内国旅行手配 その他(旅行手配)	55	--	--	--	

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	
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	55	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	53	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	53	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	48	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	45	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	45	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	44	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	44	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	42	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	42	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	32	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	21	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	20	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	19	--	--	--
	内国旅行手配 その他(旅行手配)	3	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
日本中央交通株式会社		29	3070001002424		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	出張時におけるタクシー利用 随意契約（少額）	29	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
山梨交通株式会社		26	3090001002199		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
出張時におけるタクシー利用 随意契約（少額）		26	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社日本タクシー		16	8200001003973		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
出張時におけるタクシー利用 随意契約（少額）		16	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社佐賀タクシー		15	5300001000765		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
出張時におけるタクシー利用 随意契約（少額）		15	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
有限会社オーケイタクシー		15	7330002001650		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
出張時におけるタクシー利用 随意契約（少額）		15	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	政策調査員ほか	33,481	8	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		

	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	
	政策調査員		20,381	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		賃金等 その他(雇用（人件費）)	20,381	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	臨時事務補助員		13,100	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		賃金等 その他(雇用（人件費）)	13,100	--	--	--
	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	公益財団法人消費者教育支援センター	9,432	1	地方消費者行政の推進に向けた調査・分析業務	
		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		9,432	5011105005399	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析業務 一般競争契約（総合評価）	9,432	5	80	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	株式会社セブコム	1,496	1	地方協力課で保有する行政文書等の電子化業務	
		支出先名		支出額	法人番号	
		株式会社セブコム		1,496	4010401034633	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		地方協力課で保有する行政文書等の電子化業務 一般競争契約（最低価格）	1,496	16	62.5	予定価格が類推されるおそれがあるため

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6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	199
	B	株式会社ウルフスタイル	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経費	3,762
	C	シーエムワン株式会社	令和6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	令和6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	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ーリーボード地方公共団体配信型（第3回）」運営支援業務等	雑役務費	「消費生活相談デジタル化アドバイザーリーボード地方公共団体配信型（第3回）」運営支援業務等	476
	E	株式会社CCNグループ	令和6年度地方消費者行政の現況調査	雑役務費	令和6年度地方消費者行政の現況調査	2,970
	F	ビズブースト株式会社	「第20回高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会」の会議運営支援業務	雑役務費	「第20回高齢消費者・障がい消費者見守りネットワーク連絡協議会」の会議運営支援業務	450
	G	株式会社IACEトラベル	内国旅行手配	職員旅費	内国旅行手配	223
	I	公益財団法人消費者教育支援センター	令和6年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析業務	委託費	令和6年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析業務	9,432
	J	株式会社セブコム	地方協力課で保有する行政文書等の電子化業務	雑役務費	地方協力課で保有する行政文書等の電子化業務	1,496
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	2025			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					
	第4期消費者基本計画（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 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					
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）（第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策 1．地方消費者行政の推進）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf					
実施方法	補助						

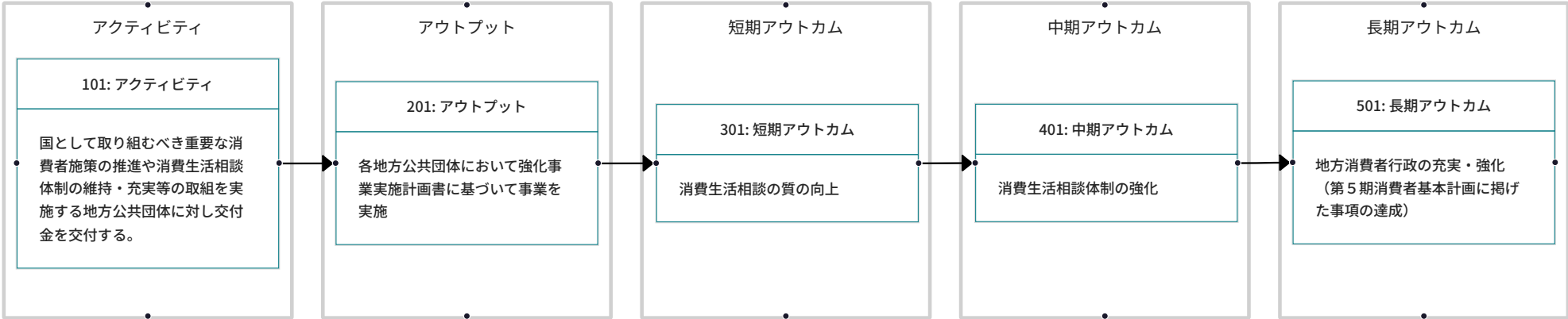
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	地方消費者行政推進事業	定額	-	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_250414_02.pdf#page=13
	地方消費者行政強化事業	定額又は1/2若しくは1/3	-	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_250414_02.pdf#page=11
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		2,850,000	3,000,000	2,800,000	2,500,000	2,550,000	
	当初予算		1,750,000	1,750,000	1,650,000	1,550,000	--	
	補正予算		2,000,000	1,500,000	1,600,000	--	--	
	前年度から繰越し		1,400,000	1,837,000	1,500,000	1,600,000	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		5,150,000	5,087,000	4,750,000	3,150,000	--	
	執行額		2,738,000	2,749,307	2,575,134	--	--	
	執行率		53.2%	54%	54.2%	--	--	
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	--		1,015,000		--	
		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			--		1,550,000	2,550,000
		前年度から繰越し --			--		1,600,000	--
主な増減理由	今後の地方消費者行政を取り巻く環境変化に適切に対応し、地方消費者行政の更なる充実・強化を図るため。			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



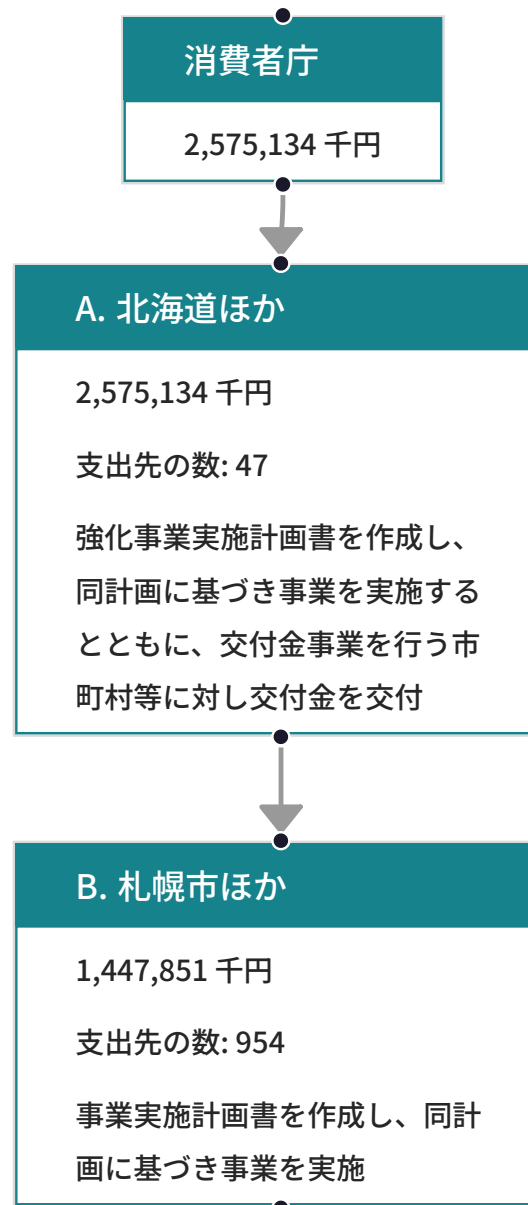
アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(事業)	760	828	946	951
	活動実績／成果実績(事業)	828	946	951	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2024年度	目標年度 2025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)	42	43	43	--
	達成率(%)	89.4	91.5	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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2024年度	目標年度 2025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)	27	28	27	--
	達成率(%)	57.4	59.6	57.4	--
↓ 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（第5期消費者基本計画に掲げた事項の達成）		成果指標	第5期消費者基本計画における施策の実施状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	（※第5期消費者基本計画 第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策 1. 地方消費者行政の推進） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf		実績／目標／見込み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	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）において、今後の地方消費者行政の大きな方向性が記載され、その具体化に向けた検討を同基本計画に基づいて進めているところ。これまでの全国一律の数値目標の見直しも含め、今後の地方消費者行政の課題解決に資するような支援策の具体化とそれに整合する定量的な目標を定める必要があると考えており、現時点においては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	--
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、15年間で消費生活センターは357箇所増加し、858箇所（令和6年4月時点）となるなど、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	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）を踏まえ、推進事業の終了によって身近な相談窓口の充実などこれまでの行政サービスの水準が低下することのないよう適切な対策を講じるとともに、人口減少・高齢化の更なる加速、デジタル化等今後の地方消費者行政を取り巻く大きな課題に対し、地域の実情に応じて適切に対応できるよう、支援の在り方についても見直しを行っていく。		
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	事業の必要性・重要性に鑑み、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について精査の上、適切に予算を執行する。		
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	北海道ほか	2,575,134	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		
	北海道		177,614	7000020010006		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		177,614	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	東京都		172,986	8000020130001		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		172,986	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	愛知県		169,343	1000020230006		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		169,343	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	兵庫県		150,026	8000020280003		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		150,026	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	神奈川県		147,752	1000020140007		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
		市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	147,752	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
大阪府			141,160	4000020270008		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		141,160	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
埼玉県			125,015	1000020110001		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		125,015	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
徳島県			85,308	4000020360007		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		85,308	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
福岡県			78,254	6000020400009		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		78,254	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
京都府			71,142	2000020260002		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付		71,142	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		
	支出先名	支出額	法人番号			
	その他	1,256,534	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	市区町村等への補助及び事業の実施 補助金等交付	1,256,534	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	札幌市ほか	1,447,851	954	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			
	札幌市	50,892	9000020011002			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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	50,892	0	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	東三河広域連合	45,916	7000020239330			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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	45,916	0	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	名古屋市	34,731	3000020231002			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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	34,731	0	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	横浜市	33,180	3000020141003			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
		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	33,180	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
仙台市			26,298	8000020041009		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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		26,298	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
川崎市			19,379	7000020141305		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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		19,379	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
福生市			18,741	8000020132187		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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		18,741	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
津島市			13,395	1000020232084		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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		13,395	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
福岡市			13,017	3000020401307		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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		13,017	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		
		支出先名		支出額	法人番号			
		広島市		10,715	9000020341002			
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		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		10,715	0	--	--	
		支出先名		支出額	法人番号			
		その他		1,181,587	--			
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		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		1,181,587	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	北海道	市区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			150,578
	B	札幌市	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			50,844
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	2025	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・財源的制約の中、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6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。					
	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7年3月18日閣議決定）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf					
	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/local_cooperation/local_consumer_administration/pdf/local_cooperation_cms201_200331_02.pdf					
実施方法	直接実施						

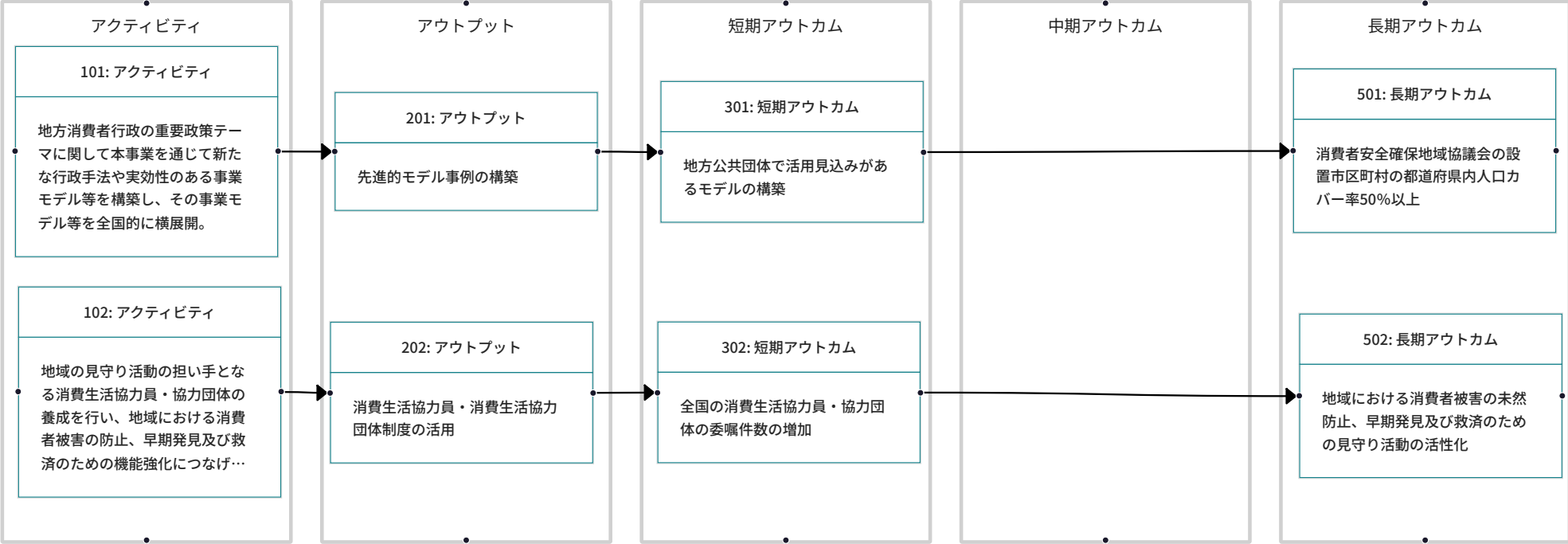
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		170,100	107,100	89,894	60,226	72,449	
	当初予算		105,100	106,677	79,994	60,226	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		△13,000	△35,000	--	--	--	
	計		92,100	71,677	79,994	60,226	--	
	執行額		90,000	38,766	39,646	--	--	
	執行率		97.7%	54.1%	49.6%	--	--	
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 / 消費者政策委託費			--		60,084	72,292
		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	157
主な増減理由	これまで「地方消費者行政人材育成事業」の予算として計上していた消費生活協力員・協力団体養成事業について、令和8年度要求においては「地方モデル事業」の予算として計上するため。				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 101-201-301-501

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	先進的モデル事例の構築		活動指標	先進的モデル事例の構築件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	モデル事業で構築した先進的モデルの件数
	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	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	5	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	4	2	9	--
↓ 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し、地方公共団体へ展開することが求められるため、構築したモデルを展開した地方公共団体の割合を短期アウトカムとして設定した。令和6年度においては、作成した先進的事例集を展開した地方公共団体の割合を短期アウトカムとして測定した。				
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	構築したモデルの地方公共団体への展開率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	構築したモデルを展開した地方公共団体の割合 令和6年度においては、作成した先進的事例集を展開した地方公共団体の割合を短期アウトカムとして測定した。
	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(%)	--	--	100	100
	活動実績／成果実績(%)	--	88.5	100	--
	達成率(%)	--	--	100	--
↓ 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6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	--		実績／目標／見込み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542（令和6年度末時点）487（令和5年度末時点） 令和6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。	
	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(都道府県)		47	47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)		16	19	21	--
	達成率(%)		34	40.4	44.7	--

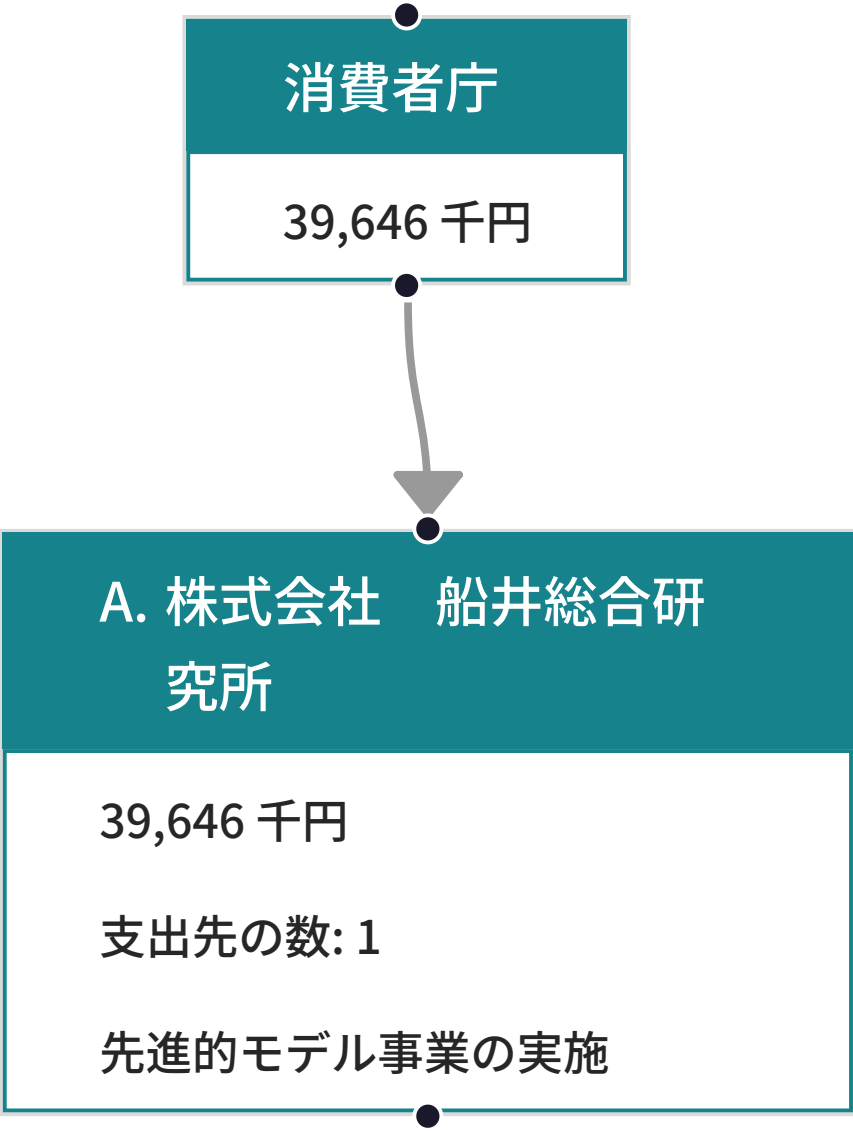
アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

アクティビティ	地域の見守り活動の担い手となる消費生活協力員・協力団体の養成を行い、地域における消費者被害の防止、早期発見及び救済のための機能強化につなげる。				
アウトプット	活動目標	消費生活協力員・消費生活協力団体制度の活用		活動指標	消費生活協力員・消費生活協力団体の養成を促進することを目的とした養成講座の参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(人)	300	300	300	300
	活動実績／成果実績(人)	377	707	372	--
↓ 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、養成講座の実施により、消費生活協力員・消費生活協力団体制度の活用に有用性を感じた地方公共団体と民間企業等との連携が活性化することから、地方公共団体における協力員・協力団体の委嘱件数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	全国の消費生活協力員・協力団体の委嘱件数の増加		成果指標	全国の消費生活協力員・協力団体の委嘱件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)	4,000	4,000	4,000	4,000
	活動実績／成果実績(件)	3,996	4,038	4,042	--
	達成率(%)	99.9	101	101.1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	地方公共団体における消費生活協力員・協力団体の委嘱件数が増えることで、地域における消費者被害の未然防止、早期発見及び救済につながる見守り活動が活性化することから、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	地域における消費者被害の未然防止、早期発見及び救済のための見守り活動の活性化	成果指標	地域における消費者被害の未然防止、早期発見及び救済のための見守り活動の活性化
	定性的なアウトカムに関する成果実績	地域の消費者被害の未然防止につながる見守り活動の活性化	実績／目標／見込み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	見守り活動については、地域における消費者被害の未然防止、早期発見及び救済を目的としているため、定量的評価を行うことが適当ではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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、審査委員会を開催し、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、地方公共団体等への個別の働きかけや、消費者庁ウェブサイトへの掲載等により、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。		
	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	事業の必要性は認められるもの、効率的な執行の成果かもしれないが、近年では予算の執行率が低いことから、事業の必要性や有効性を改めて精査し、適切な予算要求及び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	事業の必要性や有効性を改めて精査するとともに、地方消費者行政における課題解決に向けて、引き続き適切な予算要求及び予算執行に努める。		
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	39,646	1	先進的モデル事業の実施		
		支出先名	支出額	法人番号			
		株式会社 船井総合研究所	39,646	5120001180782			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		先進的モデル事業の実施 随意契約（企画競争）	39,646	2	--	企画競争により契約先を決定したため。	

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	先進的モデル事業の実施	委託費	先進的モデル事業の実施	39,646

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	2025			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への、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。 ・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6年度は見守りネットワークの設置促進及び活性化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一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	
	第4期消費者基本計画（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	
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	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/local_cooperation/local_consumer_administration/	
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

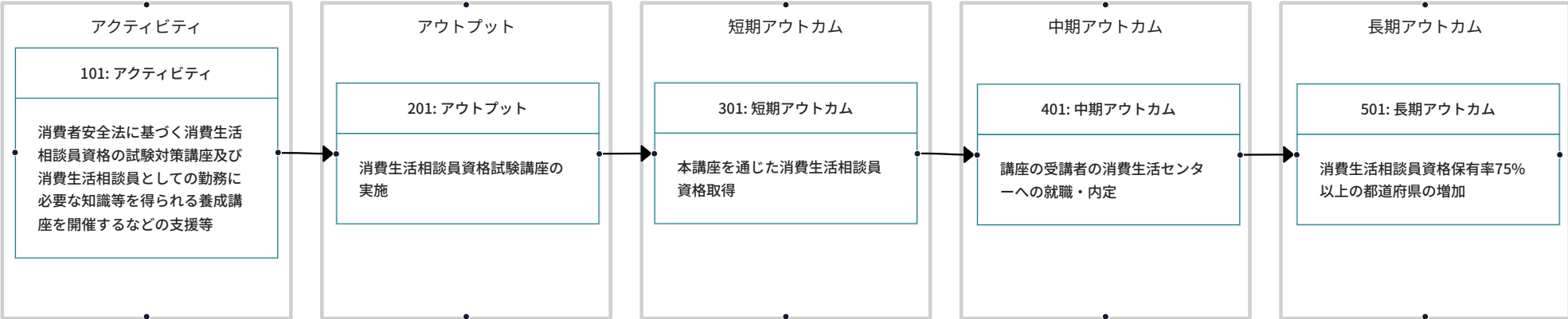
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		87,000	70,300	45,284	85,236	58,400
	当初予算		49,300	55,284	45,284	65,288	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		△16,000	35,440	--	--	--
	計		33,300	90,724	45,284	65,288	--
	執行額		33,000	90,441	38,462	--	--
	執行率		99.1%	99.7%	84.9%	--	--

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 / 消費者政策委託費		--		65,004	58,087
		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	313

主な増減理由	令和８年度要求においては、消費生活協力員・協力団体養成事業を「地方モデル事業」の予算として計上するため。	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 101-201-301-401-501

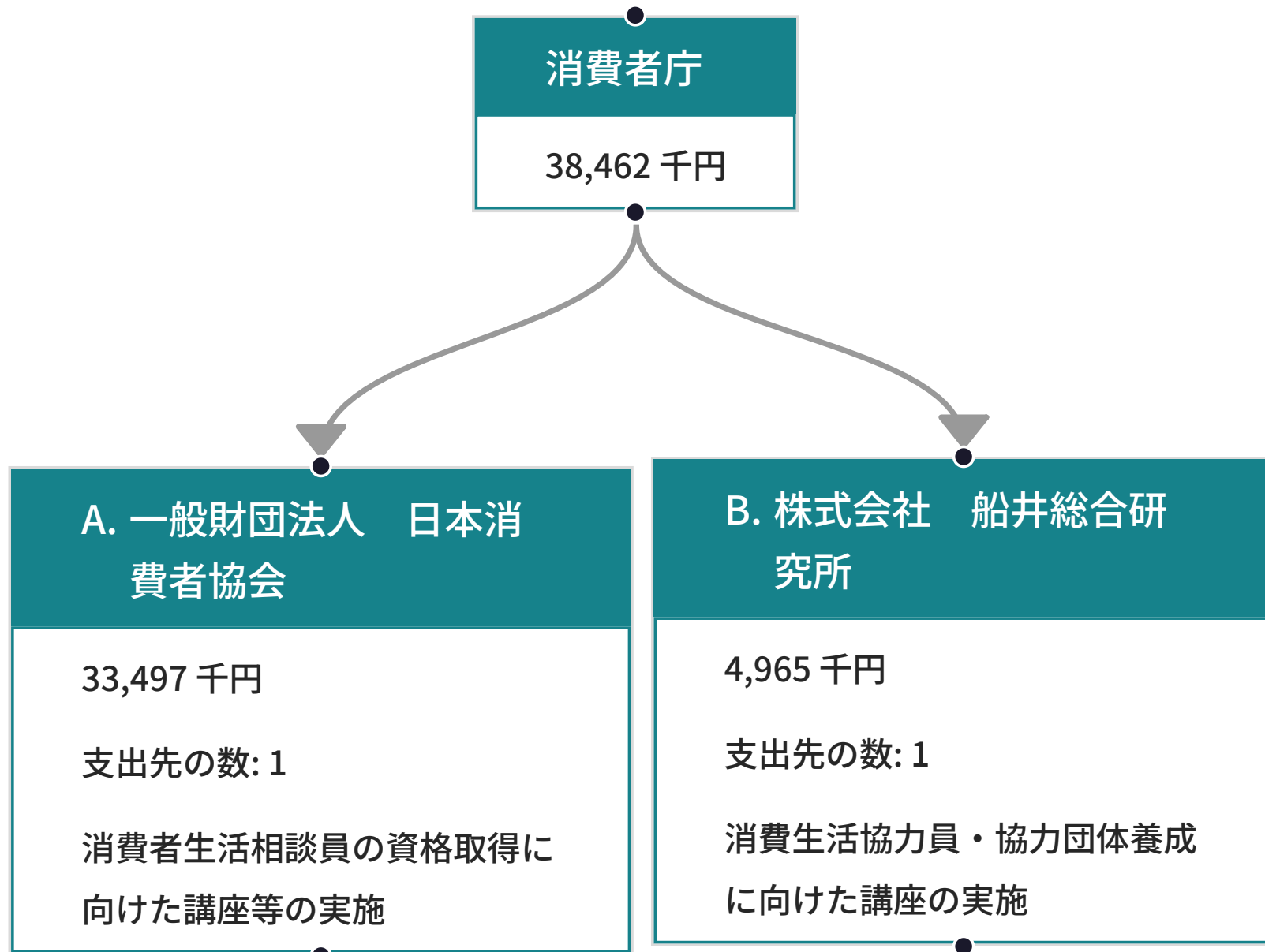
アクティビティ	消費者安全法に基づく消費生活相談員資格の試験対策講座及び消費生活相談員としての勤務に必要な知識等を得られる養成講座を開催するなどの支援等				
アウトプット	活動目標	消費生活相談員資格試験講座の実施		活動指標	講座の受講者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(名)	1,600	1,600	1,600	2,000
	活動実績／成果実績(名)	1,627	1,631	1,683	--
↓ 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取得		成果指標	本講座を通じた消費生活相談員資格取得者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(名)	256	300	300	300
	活動実績／成果実績(名)	336	239	232	--
	達成率(%)	131.3	79.7	77.3	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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			2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(名)		13	30	30	30
	活動実績／成果実績(名)		30	38	45	--
	達成率(%)		230.8	126.7	150	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	消費生活相談員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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和6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	2024年度	最終目標年度 2025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)		28	30	32	--
	達成率(%)		59.6	63.8	68.1	--
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	現状、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、引き続き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上で実施しており、e-ラーニングと対面講座を組み合わせることで、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	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。		
	改善の方向性	高齢化・人口減少が進む中で地方での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ることから、地方公共団体との連携を強化するなどして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	公開プロセス	最終実施年度	2025
	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	--		
	公開プロセス結果概要	地方公共団体の消費者行政の中であって、センター、消費生活相談員、消費生活協力員などは、まさしく「最前線」で消費者に対応する重要な役割を担っているものであり、働き手不足という環境にあっても、長期的に持続可能性を確保していく必要がある。 国として、行政サービスの「均霑（きんてん）」という視点も踏まえて、各地方公共団体の実情に即した実効性のある支援を継続していくべきである。その際、今後に向けて重視すべきは、「デジタル化の推進」、「財政面も含めた国の支援」及び「省庁横断的対応体制の構築」の3点となるように思われる。		
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	2022年及び2023年と高い執行率を維持しているが、2024年は執行率が下がっている。2025年は予算が増額されているが、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。 外部有識者から指摘された「デジタル化の推進」、「財政面も含めた国の支援」及び「省庁横断的対応体制の構築」の3点を踏まえて、活動・成果目標の見直しを適宜行い、引き続き地域における消費者行政の担い手の確保・育成の支援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	引き続き効率的な予算執行に努めるとともに、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及び育成に向けて、戦略的に事業を実施する。		

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	一般財団法人 日本消費者協会			33,497	1	消費者生活相談員の資格取得に向けた講座等の実施		
		支出先名			支出額	法人番号			
		一般財団法人 日本消費者協会			33,497	6010005004130			
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		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）			33,497	1	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 船井総合研究所			4,965	1	消費生活協力員・協力団体養成に向けた講座の実施		
		支出先名			支出額	法人番号			
		株式会社 船井総合研究所			4,965	5120001180782			
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		消費生活協力員・協力団体養成に向けた講座の実施 随意契約（企画競争）			4,965	2	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	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の実施	委託費		消費者生活相談員の資格取得に向けた講座等の実施		33,497	
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6年度実施施策に係る政策評価書

1. 評価対象施策

地方消費者行政推進交付金

2. 担当課室

地方協力課

3. 評価の実施時期

令和7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・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

福島県の消費者行政推進のために必要な経費を交付し、東日本大震災（2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震及びこれに伴う原子力発電所の事故による災害をいう。）を受けて行う消費者の安全・安心の確保に向けた地方公共団体の緊急対応を支援することにより、当該地域の消費者の安全で安心な消費生活の実現に資することを目的とする。

(2) 点検結果

東日本大震災を受け、消費者の安全・安心の確保のため食品の放射性物質検査や震災関連の消費生活相談に係る地方公共団体の対応を支援することにより、当該地域の消費者の安全で安心な消費生活を実現することは極めて重要である。本事業により放射性物質を理由に購入をためらう産地として、「被災地を中心とした東北」と回答した人の割合は年々減少傾向にあり着実に成果を上げている。他方、令和7年3月6日に公表された「風評に関する消費者意識の実態調査（第18回）」においては、上記の割合が前年度から微増したため、引き続き放射性物質による風評等の払拭のために行われる被災県（福島県）の取組を支援する必要がある。

(3) 改善の方向性

第2期復興・創生期間の終期を見据えて、事業内容の合理化等、所要の見直しを行いつつ、引き続き放射性物質による風評等の払拭に係る取組を支援していく。

※ 詳細は各行政事業レビューシート参照

<https://rssystem.go.jp/project/c9d5fe90-2732-41f0-81aa-3b366cf5c30a>

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://rssystem.go.jp/project/c9d5fe90-2732-41f0-81aa-3b366cf5c30a>

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、食品等の放射性物質検査のための機器の貸与、食の安全性に関する消費生活相談対応等の消費生活センターの体制整備、消費者理解増進のための取組の支援等、福島県の安全・安心な消費生活を確保する上で有効な取組であったと評価できる。

地方消費者行政のための事業に必要な経費

基本情報

組織情報	府省庁	復興庁					
	事業所管課室	復興庁 予算会計企画班					
	作成責任者	木村公一 赤井久宣					
	その他担当組織	消費者庁 地方協力課					
基本情報	予算事業ID	001346	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	2025	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）地方消費者行政推進交付金		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	福島県の消費者行政推進のために必要な経費を交付し、東日本大震災（2011年3月11日に発生した東北地方太平洋沖地震及びこれに伴う原子力発電所の事故による災害をいう。）を受けて行う消費者の安全・安心の確保に向けた地方公共団体の緊急対応を支援することにより、当該地域の消費者の安全で安心な消費生活の実現に資することを目的とする。					
	現状・課題	2011年3月に発生した東日本大震災と原発事故により、特に甚大な被害を受けた福島県では、未だその復旧・復興の途上である。震災から10年以上経過した現在も、消費者の安全・安心の一層の確保のため、食品の放射性物質検査や震災関連の消費生活相談への対応等が必要である。					
	事業の概要	被災県（福島県）における震災・原発事故を受けた緊急対応として、食品等の放射性物質検査のための機器の貸与、食の安全性に関する消費生活相談対応等の消費生活センターの体制整備、消費者理解増進のための取組を支援するため、交付金を交付する。					
	事業概要URL	--					
根拠法令	法令名	法令番号			条	項	号・号の細分
	--	--			--	--	--

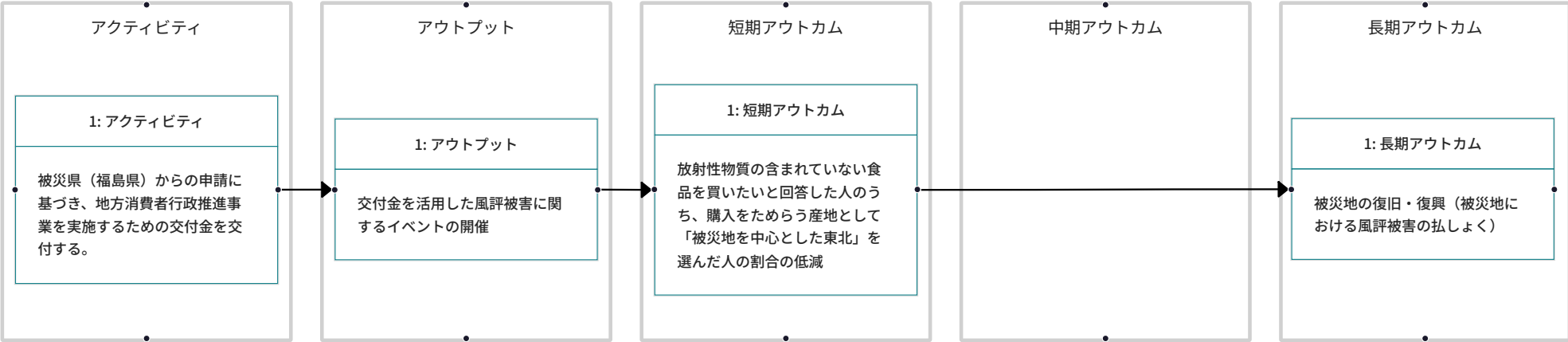
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	○「東日本大震災からの復興の基本方針」(抄) 食品中の放射性物質に係る安全対策について、…(中略)…各自治体が行う検査の支援、長期的なフォローアップなどのための体制整備を行う。(6 (1)②(ii)) ○「28年度以降の復旧・復興事業のあり方」(抄)該当部分 平成28年度以降に実施する復興事業 被災者支援、原子力災害特有の課題に対応する事業		https://www.reconstruction.go.jp/topics/main-cat12/sub-cat12-1/	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
実施方法	交付			
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)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		279,000	244,000	229,000	164,580	103,470	
	当初予算		279,000	244,000	219,000	164,580	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		279,000	244,000	219,000	164,580	--	
	執行額		218,475	207,962	189,114	--	--	
	執行率		78.3%	85.2%	86.4%	--	--	
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考	
	特別会計	東日本大震災復興	--		--		--	
		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 消費生活復興政策費 地方消費者行政推進交付金			--		164,580	103,470
主な増減理由	過年度の事業実施状況等を踏まえ、福島県において事業内容の精査・合理化を図ったため。				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

アクティビティ	被災県（福島県）からの申請に基づき、地方消費者行政推進事業を実施するための交付金を交付する。				
アウトプット	活動目標	交付金を活用した風評被害に関するイベントの開催		活動指標	風評被害に関するイベント開催数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	134	116	153	135
	活動実績／成果実績(件)	116	153	135	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	風評被害に関するイベントの開催や食の安全・安心に係る啓発の実施は、消費者理解の増進というかたちで効果を発現することから「購入をためらう産地として「被災地を中心とした東北」を選んだ人の割合の低減」をアウトカムとして設定した。				
短期アウトカム	成果目標	放射性物質の含まれていない食品を買いたいと回答した人のうち、購入をためらう産地として「被災地を中心とした東北」を選んだ人の割合の低減		成果指標	放射性物質の含まれていない食品を買いたいと回答した人のうち、購入をためらう産地として「被災地を中心とした東北」を選んだ人の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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
	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(%)	--	3.8	3.4	5.2
	活動実績／成果実績(%)	3.8	3.4	5.2	--
	達成率(%)	--	111.8	65.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	「被災地を中心とした東北」を選んだ人の割合が低減し、放射性物質による風評等が払しょくされることによって、被災地における食品等の安全分野における被災地の復旧・復興が進むことから「被災地の復旧・復興（被災地における風評被害の払しょく）」を長期アウトカムとして設定した。				

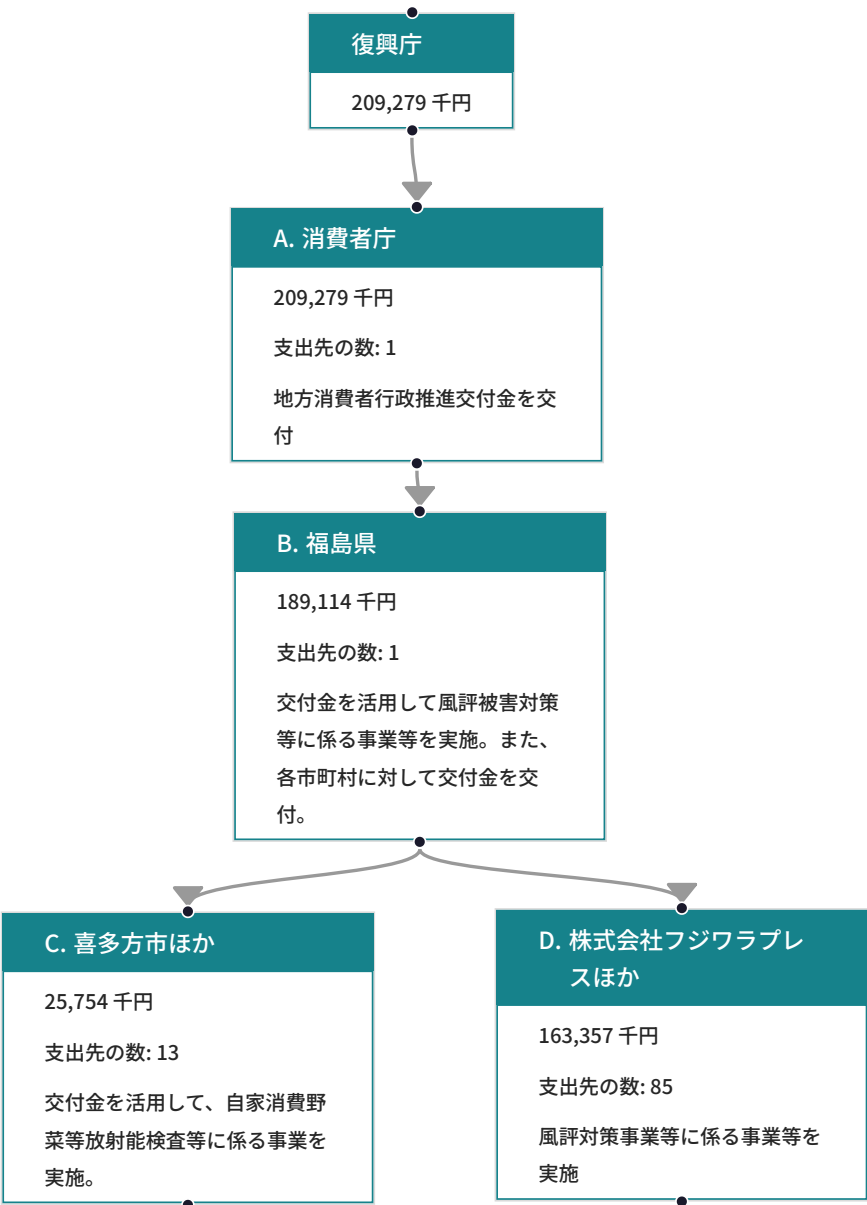
長期アウトカム	成果目標	被災地の復旧・復興（被災地における風評被害の払しょく）	成果指標	被災地の復旧・復興（被災地における風評被害の払しょく）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	過去数年間、食品購入をためらう人の割合は減少を続けてきたものの、2024年度は当該割合が微増したため、引き続き本事業を実施の上、放射性物質による風評等が払しょくを図る必要がある。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	被災地の復旧・復興（被災地における風評被害の払しょく）そのものを定量的に示すことは困難であるが、間接的には短期アウトカムで示した「放射性物質の含まれていない食品を買いたいと回答した人のうち、購入をためらう産地として「被災地を中心とした東北」を選んだ人の割合」で効果を検証する。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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	東日本大震災を受けて行う消費者の安全・安心の確保に向けた地方公共団体の対応を支援することにより、当該地域の消費者の安全で安心な消費生活を実現することは極めて重要である。本事業により放射性物質を理由に購入をためらう産地として、「被災地を中心とした東北」と回答した人の割合は年々減少傾向にあり着実に成果を上げている。他方、令和7年3月6日に公表された「風評に関する消費者意識の実態調査（第18回）」においては、上記の割合が前年度から微増したため、引き続き放射性物質による風評等の払しょくのために行われる被災県（福島県）の取組を支援する必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	-		
	改善の方向性	第2期復興・創生期間の終期を見据えて、事業内容の合理化等、所要の見直しを行いつつ、引き続き放射性物質による風評等の払しょくに係る取組を支援していく。		
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	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、事業内容の合理化等、所要の見直しを行うことで適切な予算規模の適正化を図りつつ、効率的・効果的な執行に努めること。
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、効率的・効果的な事業の実施に努めてまいります。		
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 消費者庁		209,279	1	地方消費者行政推進交付金を交付		
		支出先名		支出額	法人番号		
		消費者庁		209,279	5000012010024		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		地方消費者行政推進交付金の移替え その他(移替え)		209,279	--	--	--
	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 福島県		189,114	1	交付金を活用して風評被害対策等に係る事業等を実施。また、各市町村に対して交付金を交付。		
		支出先名		支出額	法人番号		
		福島県		189,114	7000020070009		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		市町村への補助金交付、風評対策事業等の補助事業の実施 その他(移替え)		189,114	--	--	--
	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 喜多方市ほか		25,754	13	交付金を活用して、自家消費野菜等放射能検査等に係る事業を実施。		
		支出先名		支出額	法人番号		
		喜多方市		7,266	7000020072087		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		風評対策事業等 補助金等交付		7,266	0	--	
		支出先名		支出額	法人番号		
		会津坂下町		4,674	6000020074217		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	風評対策事業 補助金等交付	4,674	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
伊達市		4,035	2000020072133		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	風評対策事業 補助金等交付	4,035	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
塙町		2,500	5000020074837		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	風評対策事業 補助金等交付	2,500	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
西会津町		1,432	2000020074055		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	風評対策事業 補助金等交付	1,432	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
福島市		1,344	1000020072010		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	風評対策事業 補助金等交付	1,344	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
本宮市		1,100	2000020072141		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	風評対策事業 補助金等交付	1,100	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	
	支出先名	支出額	法人番号		
	柳津町	1,080	6000020074233		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	風評対策事業 補助金等交付	1,080	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	南会津町	969	8000020073687		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	放射能検査事業 補助金等交付	969	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	北塩原村	718	3000020074021		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	放射能検査事業 補助金等交付	718	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	636	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	風評対策事業等 補助金等交付	636	--	--	--
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	株式会社フジワラプレスほか	163,357	85	風評対策事業等に係る事業等を実施	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社フジワラプレス	54,551	2380001025642		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	食と放射能に関する消費者交流事業業務 随意契約（企画競争）	54,551	3	99	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社 J T B		39,233	8010701012863		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者向け生産者等派遣業務 一般競争契約（最低価格）	39,233	2	75	--
支出先名		支出額	法人番号		
名鉄観光サービス株式会社		23,456	4180001033060		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者への放射能説明会開催 一般競争契約（最低価格）	23,456	3	63	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般社団法人福島県環境測定・放射能計測協会		12,141	5380005011339		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者への放射能説明会開催 随意契約（企画競争）	9,370	1	100	--
	自家消費野菜検査（県センター） 随意契約（その他）(単独随意契約)	1,706	1	100	--
	自家消費野菜検査（地方・郵送） 随意契約（その他）(単独随意契約)	1,065	1	100	--
支出先名		支出額	法人番号		
日本エヌ・ユー・エス株式会社		11,036	8011101057185		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	放射性物質検査結果の消費者向け情報発信委託業務 随意契約（企画競争）	11,036	1	100	--
支出先名		支出額	法人番号		

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	
	株式会社マクサムコミュニケーションズ	7,700	9380001001629		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	放射性物質検査の補助及び検体搬送 一般競争契約（最低価格）	7,700	3	100	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	会計年度任用職員 A	3,221	99999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自家消費野菜等放射能検査事務補助 その他(雇用（人件費）)	3,221	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ル・プロジェ	3,168	5380001006994		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	放射性物質対策及び情報発信委託業務 随意契約（その他）(単独随意契約)	3,168	1	100	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	会計年度任用職員 B	2,838	99999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品安全相談員の配置 その他(雇用（人件費）)	2,838	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	エヌケー・テック株式会社	875	4380001004685		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食と放射能に関する情報発信委託業務 随意契約（少額）	875	2	99	--
	支出先名	支出額	法人番号		

	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	
		その他		5,138	--		
			契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
			放射性物質検査機器校正等 随意契約（少額）	5,138	--	--	--
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	消費者庁	地方消費者行政推進交付金の移 替え	地方消費者行政推 進交付金	交付金の交付		209,279
	B	福島県	市町村への補助金交付、風評対 策事業等の補助事業の実施	事業費	補助事業の実施		163,356
	C	喜多方市	風評対策事業等	事業費	風評対策事業		6,746
	D	株式会社フジワラプレス	食と放射能に関する消費者交流 事業業務	委託	食と放射能に関する消費者交流事業		54,551
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	2025	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6年度に消費者庁に通知された消費者事故等は1万4,461件で、このうち、生命身体事故等は5,471件（令和5年度5,635件）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_2025_008.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		--	--	--
	消費生活用製品安全法	昭和四十八年法律第三十一号		--	--	--

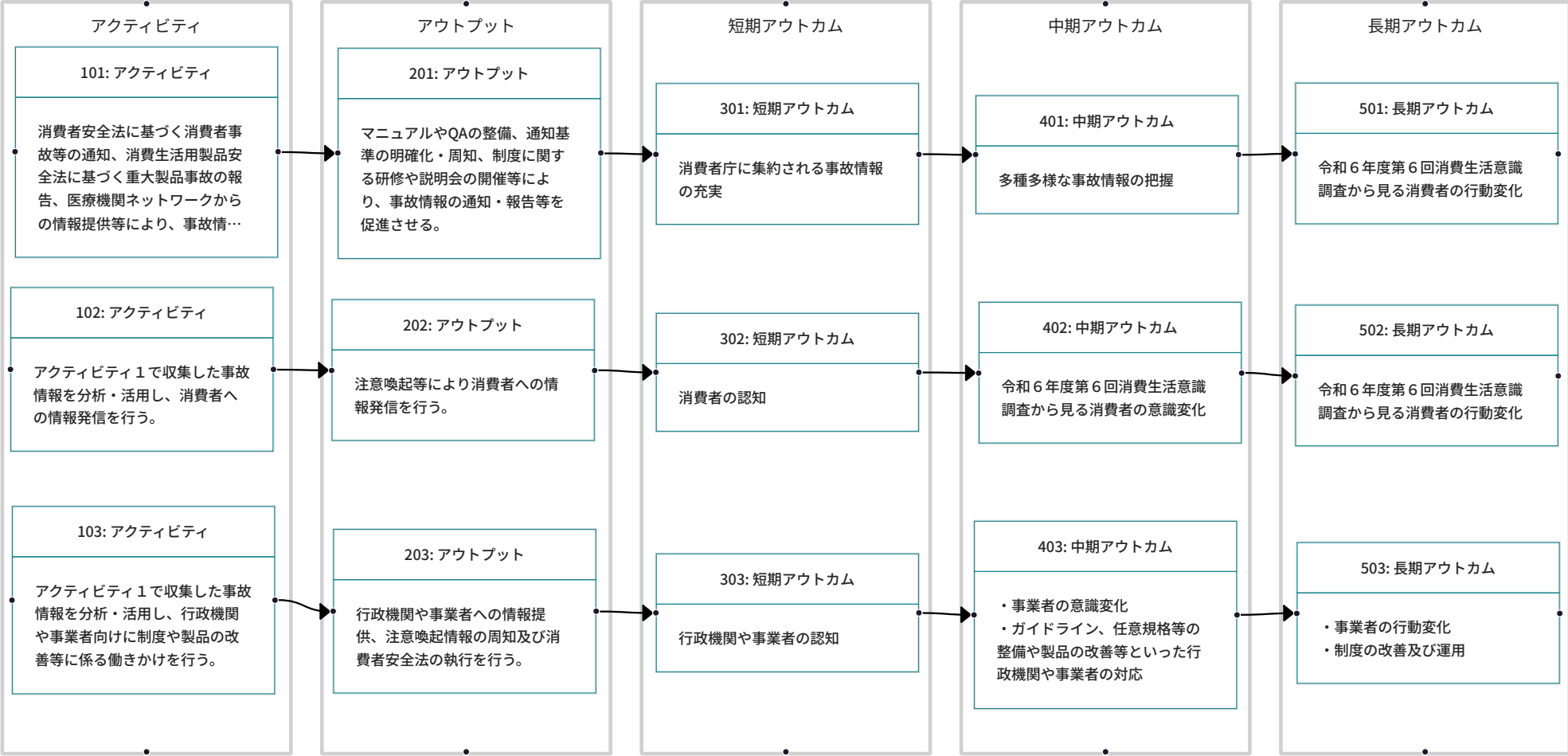
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画令和2年3月31日閣議決定（令和3年6月15日改定） 第4章2.（1）①②		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		88,000	96,300	89,000	125,080	107,672	
	当初予算		88,400	87,000	87,027	100,583	--	
	補正予算		--	--	30,000	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	30,000	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		88,400	87,000	117,027	130,583	--	
	執行額		85,000	69,980	70,337	--	--	
	執行率		96.2%	80.4%	60.1%	--	--	
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 / 非常勤職員手当			--		54,930	61,622
		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			--		39,177	40,509
		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			--		3,139	2,389
		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			--		1,992	1,796
		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			--		270	281
		前年度から繰越し --			--		30,000	--
	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 101-201-301-401-501

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	会議等における制度周知回数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	都道府県等消費者行政担当課長会議、消費者行政ブロック会議及びPIO-NET運営連絡会議における説明等	
	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	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	3	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つながると考えられることから、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	事故情報データベース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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	事故情報データベースシステム https://www.jikojoho.caa.go.jp/ai-national/	
	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(件)	25,000	25,000	25,000	25,000	
	活動実績／成果実績(件)	30,609	26,599	28,634	--	
	達成率(%)	122.4	106.4	114.5	--	
↓ 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	集約した事故情報は事故情報データベースシステムを通じて公表しているほか、これらの情報を活用し、令和6年度はサウナ浴での事故やリチウムイオン電池使用製品の取扱い、自転車用ヘルメットの安全性を示すマーク等について注意喚起を行った。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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、事故情報データベース・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（詳しくはアクティビティ2に記載）をすることが可能になり、ひいては消費者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6年度第6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	「リチウムイオン電池使用製品のトリセツ」に関する消費者庁からの注意喚起で紹介された対策について、「注意喚起を見聞きする以前から実践していた」「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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和6年度第6回消費生活意識調査 変更理由：注意喚起を行うテーマは消費者事故の発生状況等によりその都度選定しており、また、毎年度、当該年度に行った注意喚起のテーマについて、消費者の認知度、意識変容や行動変容の度合いを測ることとしているため。
	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		最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		60		60
	活動実績／成果実績(%)		70.1		--
	達成率(%)		116.8		--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-502

アクティビティ	アクティビティ 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	消費者への情報発信の件数（注意喚起、メールマガジン及びX（旧Twitter）の合計件数）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<注意喚起> https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/caution/ <メールマガジン：みんなの消費安全ナビ from 消費者庁> https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_safety/child/project_001/mail <X（旧Twitter）：消費者庁 みんなの消費安全ナビ> https://x.com/caa_kodomo
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	100	100	100	70
	活動実績／成果実績(件)	140	94	71	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者事故に関する注意喚起やメールマガジン・X（旧Twitter）による情報発信を行うことで、消費者が事故情報を認知することにつながると考えられることから、特定の注意喚起の認知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	消費者の認知		成果指標	特定の注意喚起の認知度 （X（旧Twitter）におけるエンゲージメントの最大値を想定）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<X（旧Twitter）：消費者庁 みんなの消費安全ナビ> https://x.com/caa_kodomo
	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(回)	2,000	2,000	2,000	2,000
	活動実績／成果実績(回)	1,800	2,721	52,618	--
	達成率(%)	90	136.1	2,630.9	--
↓ 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6年度第6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	「リチウムイオン電池使用製品のトリセツ」に関する消費者庁からの注意喚起によって、「注意喚起をきっかけに、注意しようと思った」「以前から気を付けていたが、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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和6年度第6回消費生活意識調査 変更理由：注意喚起を行うテーマは消費者事故の発生状況等によりその都度選定しており、また、毎年度、当該年度に行った注意喚起のテーマについて、消費者の認知度、意識変容や行動変容の度合いを測ることとしているため。
	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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		70	70
	活動実績／成果実績(%)		88.7	--
	達成率(%)		126.7	--
↓ 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6年度第6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	「リチウムイオン電池使用製品のトリセツ」に関する消費者庁からの注意喚起で紹介された対策について、「注意喚起を見聞きする以前から実践していた」「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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和6年度第6回消費生活意識調査 変更理由：注意喚起を行うテーマは消費者事故の発生状況等によりその都度選定しており、また、毎年度、当該年度に行った注意喚起のテーマについて、消費者の認知度、意識変容や行動変容の度合いを測ることとしているため。
	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	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	60	60
	活動実績／成果実績(%)	70.1	--
	達成率(%)	116.8	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-403-503

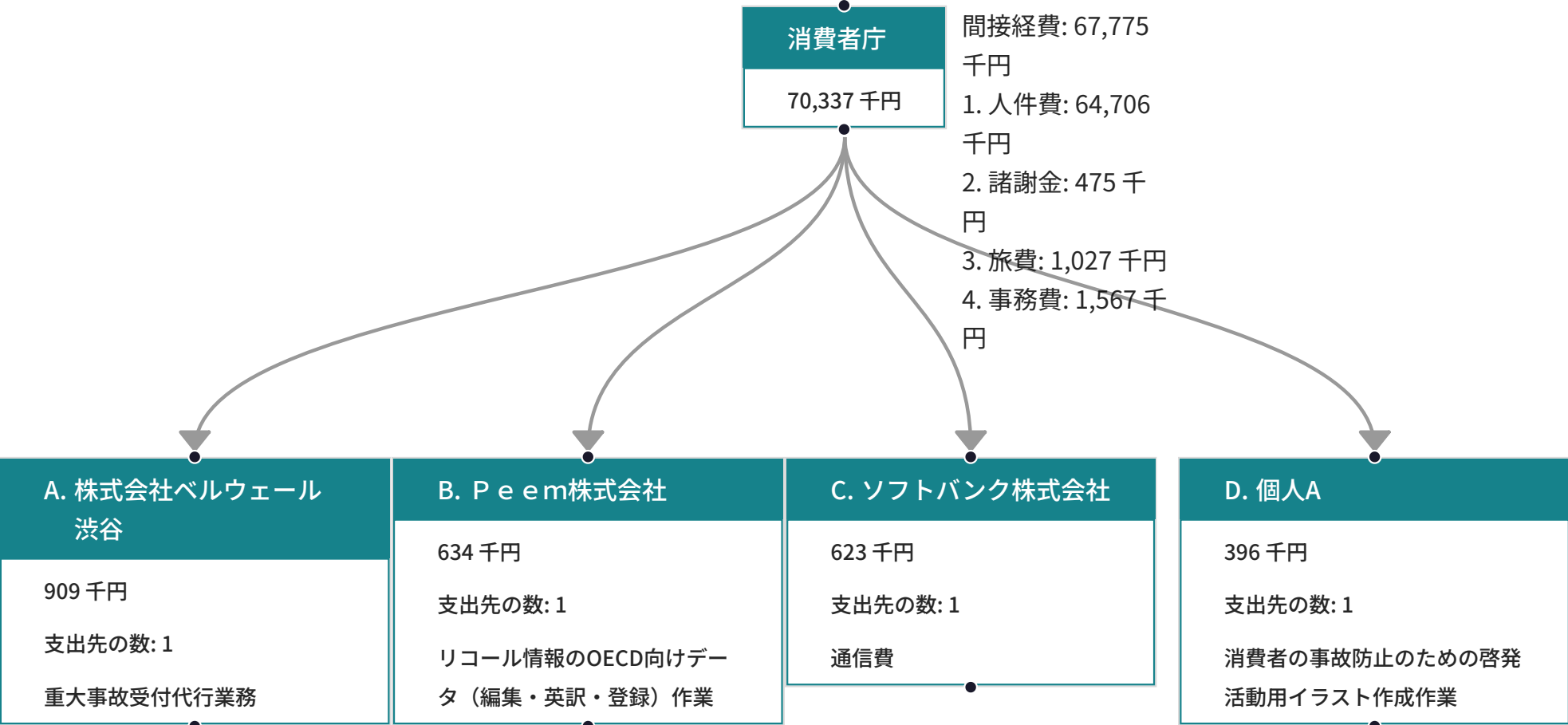
アクティビティ	アクティビティ 1 で収集した事故情報を分析・活用し、行政機関や事業者向けに制度や製品の改善等に係る働きかけを行う。				
アウトプット	活動目標	行政機関や事業者への情報提供、注意喚起情報の周知及び消費者安全法の執行を行う。		活動指標	関係省庁に情報提供した回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	12	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、関係行政機関や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	消費者庁が注意喚起等を行ったことにより、関係する業界団体において事故情報が認知された。 また、消費者庁に寄せられた消費者事故等の情報を関係省庁に情報提供することで、関係省庁において事故に関する情報が認知された。		実績／目標／見込み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	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一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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	事故情報を提供すること等により、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	関係する業界団体において、消費者庁による注意喚起も踏まえて、消費者安全の確保に向けた事業者や消費者への更なる周知啓発が検討された。 経済産業省において、消費者庁が提供した消費者事故等の情報等を踏まえて、消費生活用製品安全法の改正の検討がされた。	実績／目標／見込み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一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	--
↓ 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 ・制度の改善及び運用	成果指標	・事業者の行動変化状況 ・制度の改善及び運用状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	関係する業界団体（除雪機安全協議会及びモバイルコンピューティング推進コンソーシアム）において、消費者庁による注意喚起の内容を踏まえた安全啓発のチラシや動画等が作成された。 消費生活用製品安全法が改正され、子供用特定製品の創設や海外事業者が輸入事業者に含まれること等が定められ、経済産業省において子供用特定製品の製造・販売等に当たっての技術基準及び使用年齢基準等が、消費者庁による協議への回答を踏まえて策定等された。（なお、法改正により海外事業者も重大製品事故の報告対象となることから、事業者から円滑に報告がなされるよう、消費者庁において消費生活用製品安全法の規定に基づく重大事故報告等に関する内閣府令の改正を行い、報告がない場合でも事故を未然に防ぐため公表できるよう生命身体事故等に係る消費者事故情報等の公表に関する基本要領の改訂を行った。）	実績／目標／見込み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	--
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_cms102_240614_001.pdf		
	該当箇所	P1-2		

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については、活動実績に記載の会議等のほか、自治体や関係行政機関に対する事務連絡を通じて定期的に通知制度の周知を行っている。これにより、消費者事故等の事故情報データベースへの登録件数は前年度から約2千件増加し、近年増加傾向を示しており、短期アウトカムは順調に推移しているといえる。 アクティビティ2については、2023年度からこどもの事故の注意喚起の業務をこども家庭庁に移管しており、こども家庭庁における取組状況を踏まえた上で、来年度からアウトプット指標（消費者への情報発信の件数）の目標値の見直しを行うこととする。短期アウトカムに関しては、2024年度は比較的大きなエンゲージメントを得たポストもあり、消費者庁による発信が消費者に届いていることが確認できた。こうした発信の積み重ねにより、中期アウトカムや長期アウトカムで上げた特定の注意喚起に関する消費者の意識変化及び行動変化の数値も目標値を達成しており、引き続き消費者安全に対する意識変化・行動変化を促していく。 アクティビティ3については、関係行政機関及び事業者に対する情報提供や注意喚起情報の周知等により、これらの他機関による消費者安全の確保に向けた取組が推進されている状況であり、引き続き必要な働きかけを行っていく。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	事故情報データベースに登録された事故情報件数は近年増加傾向であり消費者庁に集約される事故情報は充実してきていることから、集約した事故情報を分析するとともに、消費者の意識変化や行動変化の実績値から課題を洗い出すことで、より効果的な注意喚起の実施につなげる。また、消費者事故の状況や、関係行政機関及び事業者における消費者安全の確保に向けた取組の状況を注視し、引き続き必要な働きかけを行うことができるよう取り組む。		
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	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、執行率についても向上するように検討すること。
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	株式会社ベルウェール渋谷	909	1	重大事故受付代行業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社ベルウェール渋谷		909	2011001041245		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		重大事故受付代行業務 一般競争契約（最低価格）		909	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	p e e m株式会社	634	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		
		p e e m株式会社		634	7010001245495		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		リコール情報のOECD向けデータ（英訳・編集・登録）作業 一般競争契約（最低価格）		634	6	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	ソフトバンク株式会社	623	1	通信費		
		支出先名		支出額	法人番号		
		ソフトバンク株式会社		623	9010401052465		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		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）		623	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	個人A	396	1	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		
		支出先名		支出額	法人番号		

	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	
		個人 A		396	9999999999999		
			契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
			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）	396	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
	A	株式会社ベルウェール渋谷	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		909
	B	p e e m株式会社	リコール情報のOECD向けデータ（英訳・編集・登録）作業	雑役務費 その他	リコール情報のOECD向けデータ（英訳・編集・登録）作業		634
	C	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	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		623
	D	個人 A	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		396
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	2025		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 7 年 3 月18日閣議決定）第 4 章 2 （ 1 ）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	消費者基本計画工程表（令和 6 年 6 月14日改定）重点項目 1		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_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	--			

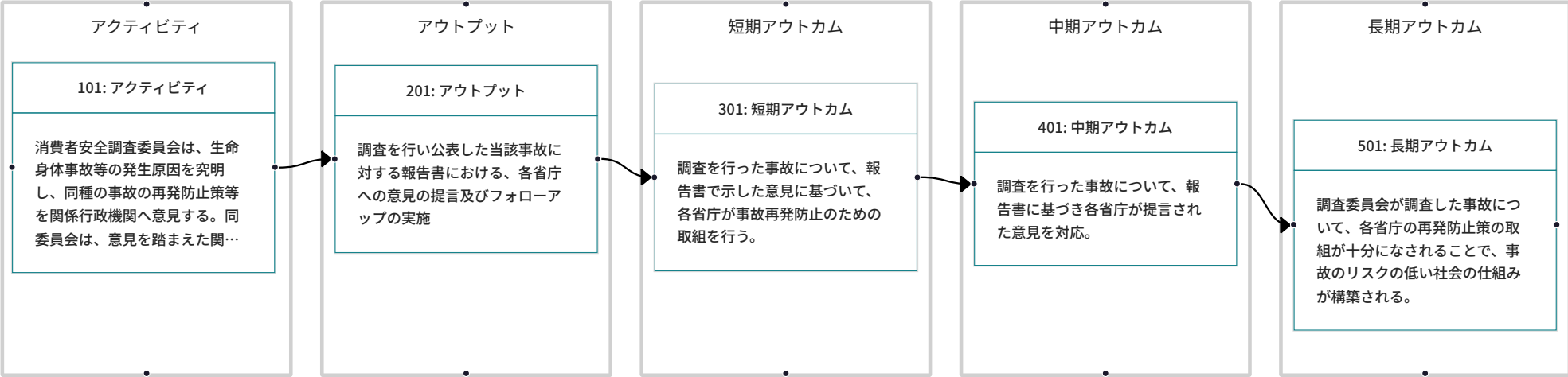
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	155,000	83,000	85,000	85,220	95,329
	当初予算	81,000	83,000	84,350	88,775	--
	補正予算	△200	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	△200	--	--	--	--
	計	80,600	83,000	84,350	88,775	--
	執行額	69,000	63,661	53,240	--	--
	執行率	85.6%	76.7%	63.1%	--	--

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	--	--		--	
	会計区分	会計	勘定	要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--	6,581		--	
		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		--		35,185	33,536
		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		--		34,331	40,965
		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		--		7,901	8,363
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--		3,662	5,905
		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	2,369
		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		--		1,639	1,635
		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		--		1,501	856
		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	1,700
	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	業務体制の強化に伴い政策調査員が増員となったところ、非常勤職員手当を増額要求したため。			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 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025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	0	--
↓ 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から任命された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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	8	7	3	--
	達成率(%)	80	70	30	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	2	16	10	--
	達成率(%)	20	160	100	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	最終目標年度 2027年度
	当初見込み／目標値 (件)	2	2	2	2	2	2
	活動実績／成果実績 (件)	0	1	2	--	--	--
	達成率(%)	0	50	100	--	--	--
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、消費者安全調査委員会における生命・身体に係る消費者事故等の原因究明、当該事故の発生防止に加え、その拡大を防ぐことを目的としているところ、国民の消費生活における安全確保に寄与するものであり、事業の必要性は高いものである。 また、本事業の成果指標については、アウトプットや短期アウトカムは減少しているが、社会経済状況の変化等に伴い高度化複雑化する消費者事故に対応し、実効性の高い意見ができるよう丁寧な調査を行った結果であり、中期アウトカムの成果指標である「各省庁に対して発出した意見の対応終了件数」や長期アウトカムの成果指標である「各省庁に対して発出した意見の取組確認を終了した事案件数」は、着実に進んでいる状況である。		
	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における事故等原因調査等の流れとしては、調査事案の新規選定、報告書の公表及びそれに伴う各省庁に対する意見の発出、その後、意見に対する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等にも左右される可能性があるため評価が難しいものの、各省庁とも意見への対応はおおむね進んでいるものと考えられる。		
	改善の方向性	引き続き、報告書公表までの期間短縮に努めるほか、意見先省庁による再発防止措置に係る取組が進むよう努めることとしたい。		
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	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	事業の必要性は認められるものの、予算執行率の低下傾向や、成果指標の目標未達が見受けられることから、事業の必要性・効率性・有効性を精査検討した上で、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	調査の性質上、当初の予算見込みを正確に立てることは難しい面もあるが、所見を踏まえ、引き続き、報告書公表までの期間短縮に努めるほか、より適切かつ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	--			

消費者庁
53,240 千円

間接経費: 40,808 千円
1. 人件費: 29,793 千円
2. 諸謝金: 2,706 千円
3. 旅費: 2,200 千円
4. 事務費: 6,109 千円

A. 事故調査（選定前事前調査、その他関連業務）
5,878 千円
支出先の数: 16
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）
4,368 千円
支出先の数: 7
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）
1,588 千円
支出先の数: 6
生命身体事故等の原因調査等に関する経費

D. 事故調査（木造立体迷路における事故）
598 千円
支出先の数: 1
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（選定前事前調査、その他関連業務）	5,878	16	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		999	99999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
車椅子使用者が車両に乗車する際の安全に関する法制度等の調査 随意契約（少額）		999	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人B		998	99999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
音楽・スポーツ等の興行における観衆・聴衆の混雑等に伴い生ずる事故などに関する調査 随意契約（少額）		998	1	--	
支出先名		支出額	法人番号		
個人C		902	99999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「消費者の身体生命に関わる事故の情報収集」に関する調査 随意契約（少額）		902	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般財団法人日本規格協会		758	9010405010460		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
『『ISO5665：2024』～Consumer～』の邦訳版の作成 随意契約（少額）		758	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社リクルート		660	5010001149426		

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	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援 随意契約（少額）	660	1	--	--
	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	求人情報サイトへの記事掲載等による採用活動の支援 随意契約（少額）	385	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	エクセル株式会社	168	6030001001195		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「航空法適用外～事故」事前調査に係るシャープエッジ実験用 器材（テスター）の購入 随意契約（少額）	168	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	トムソン・ロイター株式会社	80	8010401138174		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	判例検索システムの利用 随意契約（少額）	80	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	東京医療化学株式会社	41	7010701006445		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「航空法適用外超小型マルチコプターでの事故」事前調査に係 るシャープエッジ実験用器材（ドローン機体）の購入 随意契約（少額）	41	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	887	--		

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	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		その他 その他(随意契約（少額）等)	887	--	--	--
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）		4,368	7	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		
	株式会社ロイヤリティマーケティング		2,459	1011001058851		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングに関する消費者実態調査及びウェブアンケートシステムの活用 一般競争契約（最低価格）	2,459	6	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人 A		990	9999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングに関する法制度等の調査 随意契約（少額）	990	1	--	--
	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		853	1011001042302		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングに関するアンケート調査等 随意契約（少額）	853	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
一般財団法人日本規格協会		27	9010405010460			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
	「スポーツジムにおける～事故及び健康被害」調査のための規格書籍購入 随意契約（少額）	27	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ネスタジャパン		15	2010401090224		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
NESTA PFT テキストの購入 随意契約（少額）		15	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人NSCAジャパン		15	8010405002806		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「NSCAパーソナルトレーナーのための基礎知識 第3版」の購入 随意契約（少額）		15	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社三省堂書店		9	7010001016830		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「トレーニング指導者テキスト 理論編」外の購入 随意契約（少額）		9	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	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）	1,588	6	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		990	9999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故」に関する法律制度等の調査 随意契約（少額）		990	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	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社キートス	322	8040001029333		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故」調査にかかる～施工及び撤去 随意契約（少額）	322	1	--	--
	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	140	4021005002918		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	補助錠実験で使用した窓サッシの保管 随意契約（少額）	140	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人B	62	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	窓格子の購入に係る立替払 その他(立替払いに対する支払い)	62	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社オカモトヤ	50	1010401006180		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
子どもの転落事故の調査にかかる転落防止ネットの購入 随意契約（少額）	50	1	--	--	
支出先名	支出額	法人番号			
株式会社ぎょうせい	24	1010001100425			
契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「逐条解説 建築基準法 改訂版（電子書籍版・セット）」の 購入 随意契約（少額）	24	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		
	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（木造立体迷路における事故）		598	1	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		
		株式会社集研設計		598	8011101009335		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	木造立体迷路の３Ｄデータ作成等 随意契約（少額）		598	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
	A	個人 A	車椅子使用者が車両に乗車する際の安全に関する法制度等の調査	雑役務費	車椅子使用者が車両に乗車する際の安全に関する法制度等の調査		999
	B	株式会社ロイヤリティマーケティング	スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングに関する消費者実態調査及びウェブアンケートシステムの活用	雑役務費	スポーツジム等におけるパーソナルトレーニングに関する消費者実態調査及びウェブアンケートシステムの活用		2,459
	C	個人 A	「住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故」に関する法制度等の調査	雑役務費	「住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故」に関する法制度等の調査		990
	D	株式会社集研設計	木造立体迷路の３Ｄデータ作成等	雑役務費	木造立体迷路の３Ｄデータ作成等		598
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	2025	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	

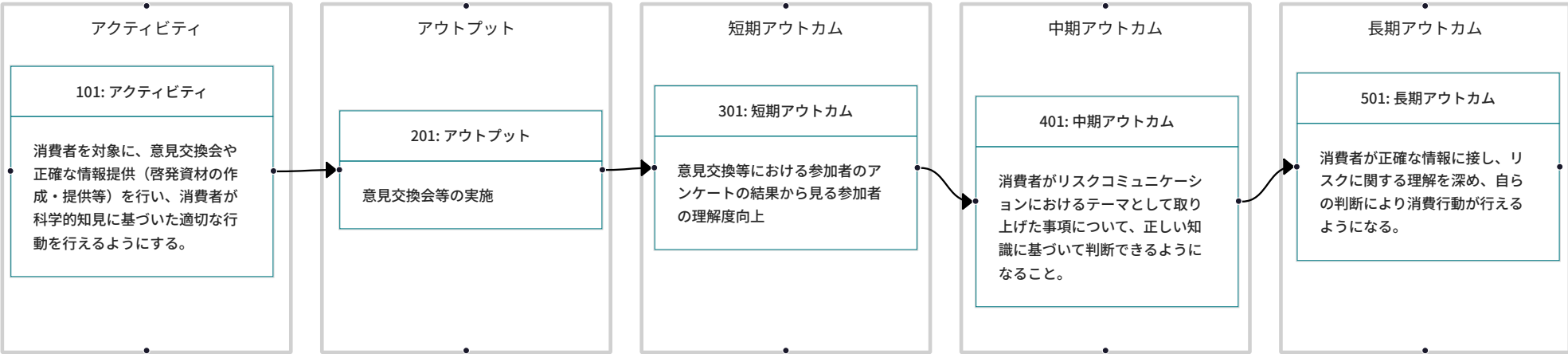
概要・目的	事業の目的	本事業は、食品の安全性に関し、時宜に適ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解の増進を図ることにより、消費者自らの判断により適切な行動をとることができるよう、リスクコミュニケーションを推進することを目的とする。				
	現状・課題	「復興・創生期間」後における東日本大震災からの復興基本方針において、風評の払拭に向けて、政府一体となって国内外に向けた情報発信等に引き続き取り組むこととされている。また、ALPS処理水の処分に関する基本方針において、処理水の安全性等について科学的根拠に基づく情報を分かりやすく発信することに加え、基本方針の実行に当たり「様々な媒体を活用して国内外に対する情報発信を継続する」こととされた。そのような中、骨太方針2025においてALPS処理水の処分に係る風評対策について万全を期すこととされた。消費者庁では放射性物質に係るリスクコミュニケーションを通じて風評の対策に取り組んでいるところであるが、科学的知見に基づくリスクコミュニケーションを引き続き実施していくことは、重要な施策となっている。 一方、令和6年4月に食品衛生基準行政が消費者庁へ移管されたが、従前からリスク管理措置が求められている残留農薬や食品添加物等に加え、PFAS、ゲノム編集技術応用食品、細胞培養食品等に対するリスク管理措置が求められるようになってきている。リスク管理措置の実施に関する検討に当たっては、これらの措置に対する関係者間の相互理解を深め、リスクコミュニケーションの実施により、消費者理解の獲得が必要である。特にPFASにおいては、骨太方針2025においてPFAS対策として科学的知見の充実が求められているところ、消費者庁では消費者に最新の科学的知見を提供する。 加えて、「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」取りまとめ）において、今回の事案を踏まえた今後の対応が示されたことや、「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）において、「信頼性の高い機能性表示食品制度の構築に取り組む。」とされたことを踏まえ、機能性表示食品等のいわゆる「健康食品」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コミュニケーションの実施や消費者教育を強化するために必要な取組を実施する必要がある。				
	事業の概要	・食品の安全に関し、時宜に適ったテーマを選定し、消費者に正確な情報を提供し、理解の増進を図ることにより、消費者自らの判断により適切な行動が行えるよう、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。 ・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	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2年3月31日閣議決定（令和3年6月15日改定）第4章2．（1）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)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		96,000	90,900	110,000	131,538	76,593	
	当初予算		62,900	71,000	70,239	75,098	--	
	補正予算		--	93,000	100,175	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	85,988	100,175	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		62,900	164,000	256,402	175,273	--	
	執行額		50,000	63,907	104,450	--	--	
	執行率		79.5%	39%	40.7%	--	--	
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	--		1,980		--	
		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			--		44,492	53,122
		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			--		23,460	16,588
		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	3,508
		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			--		2,170	2,026
		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	1,349
		前年度から繰越し --			--		100,175	--
	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 101-201-301-401-501

アクティビティ	消費者を対象に、意見交換会や正確な情報提供（啓発資材の作成・提供等）を行い、消費者が科学的知見に基づいた適切な行動を行えるようにする。				
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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(人)	12,500	20,000	16,000	14,000
	活動実績／成果実績(人)	16,044	18,263	19,310	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本活動の目標は、食品安全に関するリスクコミュニケーションの実施により、科学的知見に基づいた正しい知識を消費者に提供することで、消費者が自らの判断により適切な行動をとることができるようにすることである。従前から実施してきた内容に加え、令和6年4月に食品衛生基準行政が消費者庁へ移管したことを機に、食品添加物や農薬等の食品衛生基準に関するものやゲノム編集技術応用食品や細胞培養食品等の新たな食品に対するもの、PFAS等の社会的な関心の高いテーマを対象としたリスクコミュニケーションを実施し、消費者に科学的知見に基づいた正しい知識を発信することで、正しい理解を得る必要がある。そのため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、新たに実施することとなるテーマに関する理解を事業開始当初から求めることは困難であると考えられることから80%以上を目標とする。				
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」及び「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	--		実績／目標／見込み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		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
	活動実績／成果実績(%)	92.8	96.9	100	--
	達成率(%)	116	121.1	125	--

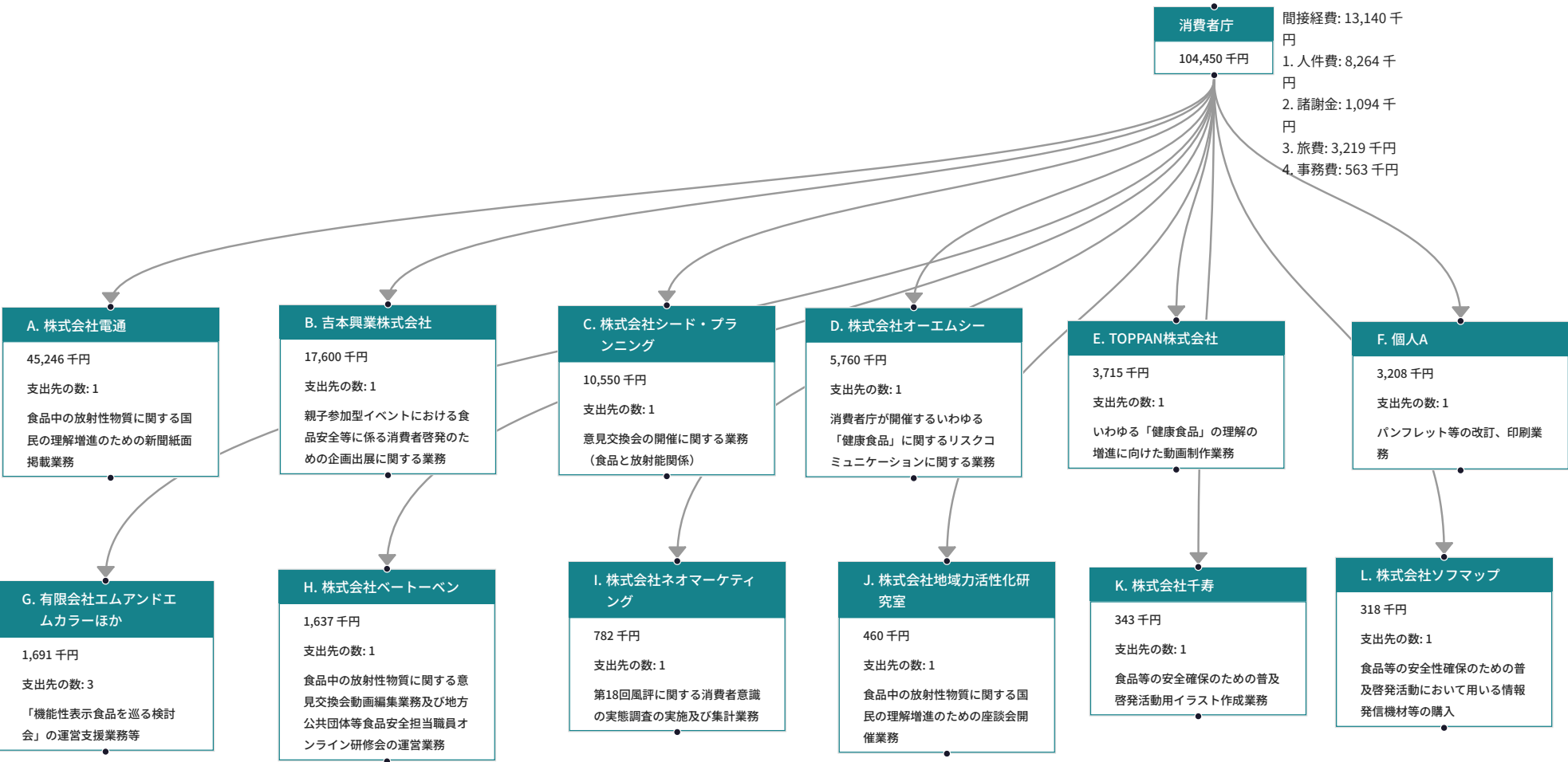
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品添加物や農薬等の食品衛生基準行政に関するテーマやPFAS等の社会的関心の高いテーマについて、参加者が正確な情報に接し、リスクに関する理解を増進することにより、科学的に偏った情報に基づく過度な恐れを抱いたり誤った情報を拡散することなく、科学的知見に基づいた正しい判断を下すことができるようになる。このような考えに基づき、リスクコミュニケーションのテーマとして取り上げた事項に対し、消費者が正しい知識に基づいて判断できるようになることを、中期アウトカムとして設定する。						
中期アウトカム	成果目標	消費者がリスクコミュニケーションにおけるテーマとして取り上げた事項について、正しい知識に基づいて判断できるようになること。		成果指標	消費者がリスクコミュニケーションにおけるテーマとして取り上げた事項について、正しい知識に基づいて判断できる人が増加すること。		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和6年度は意見交換会に加えて、親子で参加できるリスクコミュニケーションイベントや消費者生活相談員等への研修会、健康食品及び放射性物質に関する「Q&A」冊子の作成・配布、健康食品に係る動画作成、食品中の放射性物質に関する理解増進のための座談会実施及び新聞紙面への掲載といった取組を通じて、消費者が正しい知識に基づいて判断できるようにした。		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	変更理由：リスクコミュニケーションのテーマを拡充したため。		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者がリスクコミュニケーションにより正しい知識に基づき判断できるようになったかは、実施手法によっては把握することができず、一律で調査する事が困難であるため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品添加物や農薬等の食品衛生基準行政に関するテーマやPFAS等の社会的関心の高いテーマについてリスクコミュニケーションを実施することにより、偏った情報に左右されることなく、消費者が食品中に存在するリスクに関して理解を深め、正しい知識に基づき自らの判断により行動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正しい知識に基づいた行動が行えるようにな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	食品の安全性について、基礎的な知識に基づき自ら判断する消費者の割合		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食育基本計画に基づく食育に関する意識調査 変更理由：食育施策の目標を活用することとしたため。		
	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			2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	最終目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)		80	80	80	80	80
	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	アクティビティについて、意見交換会への参加者数が増加し、意見交換会に参加した人の中で内容が理解できた人の割合も100%を達成しており、順調に目標を達成している。長期アウトカムについて、2025年度より定量的な目標値を設定しており、目標達成に向けて取り組む。2024年度においては、いわゆる「健康食品」の理解増進に向けた動画作成において委託先の事情により期日内の履行が不確実になったことから契約の変更を行う等の要因により予算の執行率が低かった。そのため、今年度は執行率の向上に取り組む。		
	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	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。
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



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	株式会社電通	45,246	1	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための新聞紙面掲載業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社電通		45,246	5010401143788		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための新聞紙面掲載業務 一般競争契約（最低価格）		45,246	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	吉本興業株式会社	17,600	1	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	
	支出先名		支出額	法人番号		
	吉本興業株式会社		17,600	2120001126730		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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 一般競争契約（総合評価）		17,600	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	株式会社シード・プランニング	10,550	1	意見交換会の開催に関する業務（食品と放射能関係）	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社シード・プランニング		10,550	9010001144299		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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（食品と放射能関係） 一般競争契約（最低価格）		10,550	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	

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	5,760	1	消費者庁が開催するいわゆる「健康食品」に関するリスクコミュニケーションに関する業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社オーエムシー	5,760	9011101039249			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者庁が開催するいわゆる「健康食品」に関するリスクコミュニケーションに関する業務 一般競争契約（最低価格）	5,760	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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	TOPPAN株式会社	3,715	1	いわゆる「健康食品」の理解の増進に向けた動画制作業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	TOPPAN株式会社	3,715	8010501050089			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	いわゆる「健康食品」の理解の増進に向けた動画制作業務 一般競争契約（総合評価）	3,715	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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A	3,208	1	パンフレット等の改訂、印刷業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人A	3,208	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	A 4 冊子「食品と放射能Q & A（第18版）」及びB 5 小冊子「食品と放射能Q & A ミニ（第10版）」への改訂、印刷業務 随意契約（少額）	2,372	1	--	--	
	パンフレット「健康食品Q & A（第3刷）」及びリーフレット「健康食品5つの問題（第3刷）」の増刷業務 随意契約（少額）	836	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		

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	有限会社エムアンドエムカラーほか	1,691	3	「機能性表示食品を巡る検討会」の運営支援業務等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	有限会社エムアンドエムカラー	778	3010002050436			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「第５・６回機能性表示食品を巡る検討会」の運営支援業務 随意契約（少額）	480	1	--	--	
	「第１回機能性表示食品を巡る検討会」の運営支援業務 随意契約（少額）	298	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社オーエムシー	699	9011101039249			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「第3回・第4回機能性表示食品を巡る検討会」の運営支援業務 随意契約（少額）	699	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	M i n t o m o株式会社	214	2010801022578			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「第2回機能性表示食品を巡る検討会」の運営支援業務 随意契約（少額）	214	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	株式会社ベーターベン	1,637	1	食品中の放射性物質に関する意見交換会動画編集業務及び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			
	株式会社ベーターベン	1,637	3011101055730			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	食品中の放射性物質に関する意見交換会（大学開催）動画編集業務 随意契約（少額）	891	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	
		令和6年度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）	746	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	
I	株式会社ネオマーケティング		782	1	第18回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		
	株式会社ネオマーケティング		782	4011001046358		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	第18回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 一般競争契約（最低価格）		782	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
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	株式会社地域力活性化研究室		460	1	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための座談会開催業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社地域力活性化研究室		460	9220001009588		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための座談会開催業務 随意契約（少額）		460	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	
K	株式会社千寿		343	1	食品等の安全確保のための普及啓発活動用イラスト作成業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社千寿		343	1010801022050		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品等の安全性確保のための普及啓発活動用イラスト作成業務 随意契約（少額）		343	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			
	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			
	L	株式会社ソフマップ		318	1	食品等の安全性確保のための普及啓発活動において用いる情報発信機材等の購入		
		支出先名		支出額	法人番号			
		株式会社ソフマップ		318	9010001145446			
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		食品等の安全性確保のための普及啓発活動において用いる情報発信機材等の購入 随意契約（少額）		318	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
	A	株式会社電通	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための新聞紙面掲載業務	雑役務費 その他	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための新聞紙面掲載業務	45,246
	B	吉本興業株式会社	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	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	17,600
	C	株式会社シード・プランニング	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（食品と放射能関係）	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（食品と放射能関係）	10,550
	D	株式会社オーエムシー	消費者庁が開催するいわゆる「健康食品」に関するリスクコミュニケーションに関する業務	雑役務費 その他	消費者庁が開催するいわゆる「健康食品」に関するリスクコミュニケーションに関する業務	5,760
	E	TOPPAN株式会社	いわゆる「健康食品」の理解の増進に向けた動画制作業務	雑役務費 その他	いわゆる「健康食品」の理解の増進に向けた動画制作業務	3,715
	F	個人A	A 4冊子「食品と放射能Q & A（第18版）」及びB 5小冊子「食品と放射能Q & Aミニ（第10版）」への改訂、印刷業務	印刷製本費	A 4冊子「食品と放射能Q & A（第18版）」及びB 5小冊子「食品と放射能Q & Aミニ（第10版）」への改訂、印刷業務	2,372
	G	有限会社エムアンドエムカラー	「第5・6回機能性表示食品を巡る検討会」の運営支援業務	雑役務費 その他	「第5・6回機能性表示食品を巡る検討会」の運営支援業務	480
	H	株式会社ベートーベン	食品中の放射性物質に関する意見交換会（大学開催）動画編集業務	雑役務費 その他	食品中の放射性物質に関する意見交換会（大学開催）動画編集業務	891
	I	株式会社ネオマーケティング	第18回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	雑役務費 その他	第18回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	782
	J	株式会社地域力活性化研究室	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための座談会開催業務	雑役務費 その他	食品中の放射性物質に関する国民の理解増進のための座談会開催業務	460
	K	株式会社千寿	食品等の安全性確保のための普及啓発活動用イラスト作成業務	印刷製本費	食品等の安全性確保のための普及啓発活動用イラスト作成業務	343
	L	株式会社ソフマップ	食品等の安全性確保のための普及啓発活動において用いる情報発信機材等の購入	備品費 その他	食品等の安全性確保のための普及啓発活動において用いる情報発信機材等の購入	318

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	遠藤幹夫					
	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	2025		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5年6月13日改定）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						

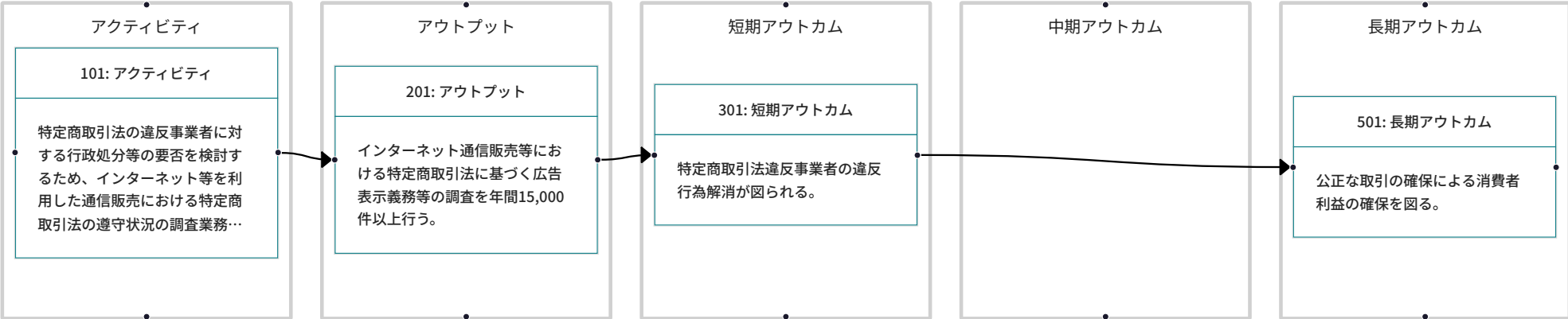
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		88,000	83,000	51,000	58,000	54,767	
	当初予算		83,000	51,000	51,072	58,000	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		83,000	51,000	51,072	58,000	--	
	執行額		51,000	51,072	51,072	--	--	
	執行率		61.4%	100.1%	100%	--	--	
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					58,000	54,767
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 101-201-301-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025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)	18,335	15,052	14,523	--
↓ 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の件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2020年度1105件 2021年度1340件 2022年度668件 2023年度1552件 2024年度1457件		実績／目標／見込み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	注意喚起の件数は様々な要素によって決定されており、直接的に事業の成果の大小を表すものではないため。		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--
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6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14,523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1,457件の注意喚起（前年度1,552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	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	仕様書・技術等評価項目の見直しや、業務実施期間の十分な確保などにより、競争性の確保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	--			

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			46,839	7370001021927			
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		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)			46,839	--	--	--	
		支出先名			支出額	法人番号			
		イー・ガーディアン株式会社			4,233	2010401066249			
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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）			4,233	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため ※2023年度からの契約		
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		46,839	
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	遠藤幹夫				
	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	2025	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5年6月13日改定）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

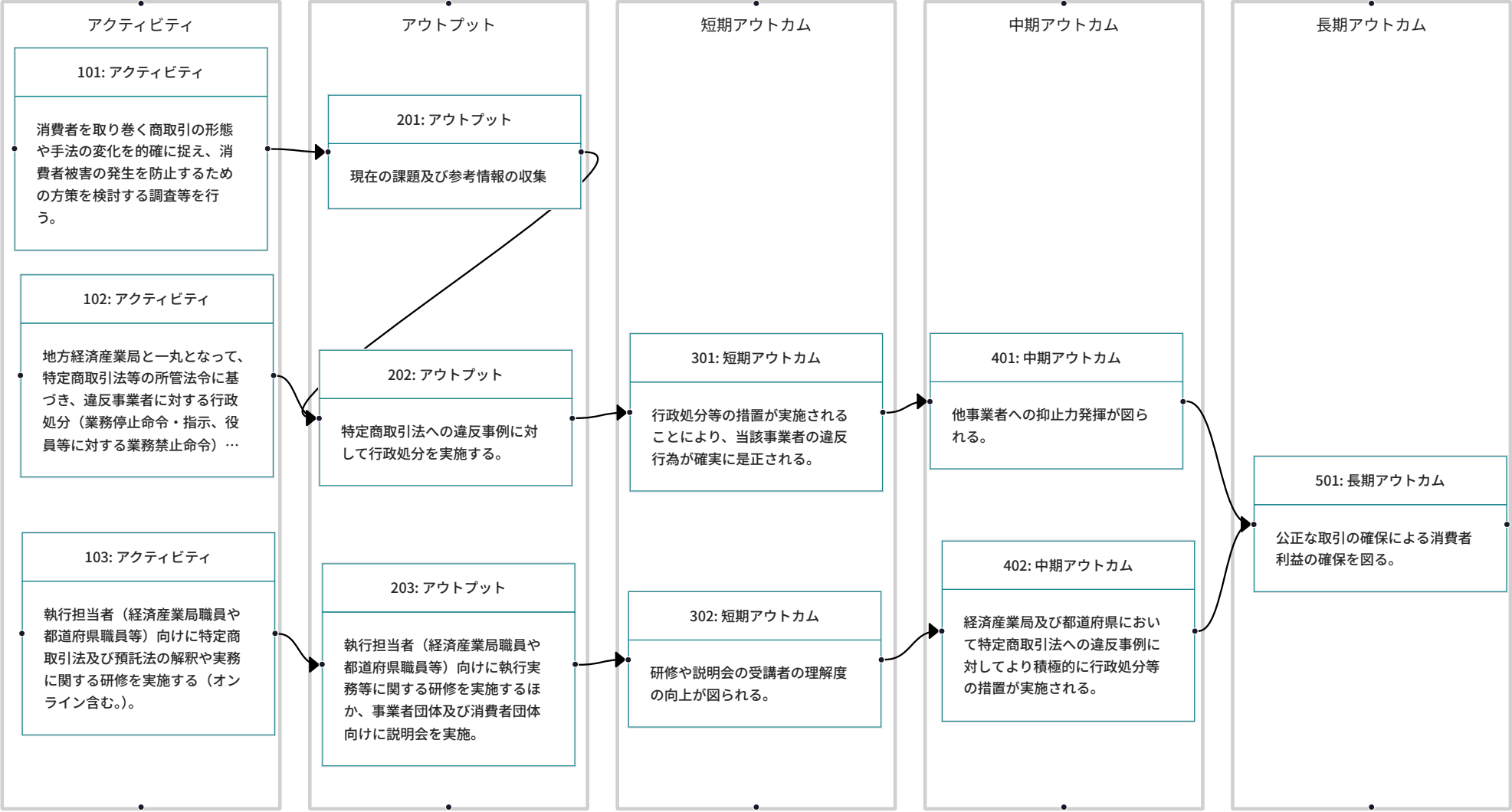
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		123,268	146,295	169,063	152,719	176,111
	当初予算		158,029	179,640	167,997	157,642	--
	補正予算		35,000	34,632	129,735	--	--
	前年度から繰越し		--	35,000	34,632	129,735	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		193,029	249,272	332,364	287,377	--
	執行額		124,000	187,884	160,478	--	--
	執行率		64.2%	75.4%	48.3%	--	--

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	--	15,236			
		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		--		115,691	115,336
		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		--		27,548	46,297
		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	8,666
		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		--		5,011	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		--		726	801
		前年度から繰越し		--		129,735	--
		--					

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 101-201-202-301-401-501

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			
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			実績／目標／見込み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			2025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	--			実績／目標／見込み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		2025年度	
	当初見込み／目標値(件)		0		0		0		0	
	活動実績／成果実績(件)		34		95		69		--	
↓ 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。			実績／目標／見込み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		--			

↓ 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。	実績／目標／見込み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	--	
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--	

アクティビティからの発現経路 102-202-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	34	95	69	--
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路
 103-203-302-402-501

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	--	実績／目標／見込み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(人)	300	300	300
	活動実績／成果実績(人)	751	524	--
↓ 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	--	実績／目標／見込み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	庁外の関係者等も受講しており、理解度の定量的な把握が困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 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	2022年度70件 2023年度47件 2024年度65件	実績／目標／見込み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	処分件数は様々な要素によって決定されており、直接的に事業の成果の大小を表すものではないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 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。			

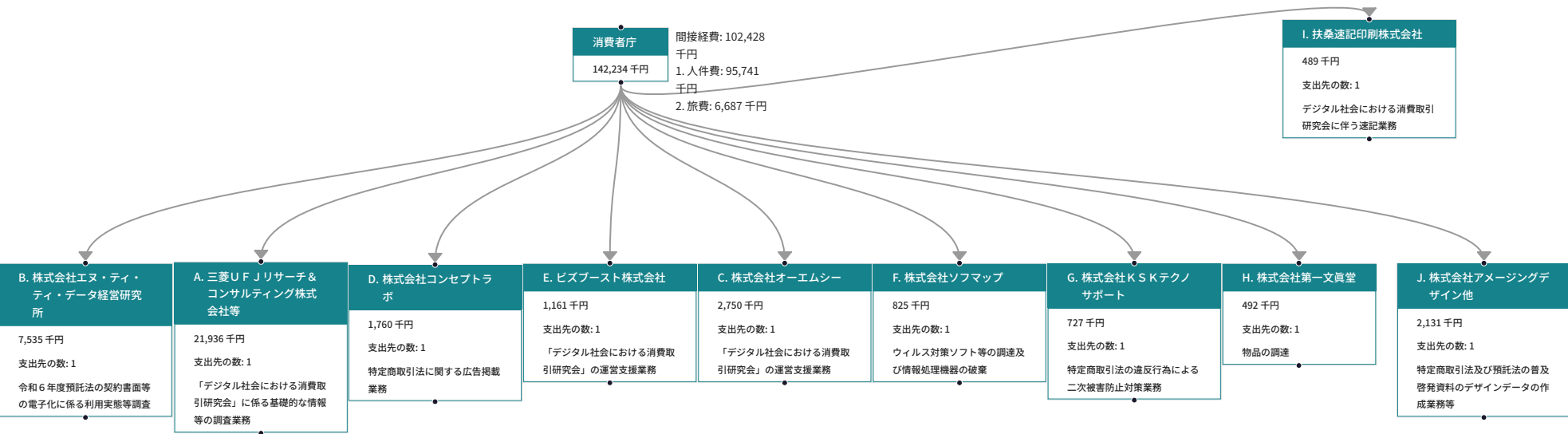
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和６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６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69件の行政処分を行った。		
	目標年度における効果測定に関する評価	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防止、低減することができた。		
	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	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	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	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	他の案件との関係で受託することが困難との理由により入札不参加となった者がみられた。仕様書や調達時期等を工夫し、競争性の確保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



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式会社等	21,936	1	「デジタル社会における消費取引研究会」に係る基礎的な情報等の調査業務		
		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		21,936	3010401011971		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「デジタル社会における消費取引研究会」に係る基礎的な情報等の調査業務 一般競争契約（総合評価）		21,936	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	7,535	1	令和６年度預託法の契約書面等の電子化に係る利用実態等調査		
		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		7,535	1010001143390		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和６年度預託法の契約書面等の電子化に係る利用実態等調査 一般競争契約（総合評価）		7,535	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	株式会社オーエムシー	2,750	1	「デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社オーエムシー		2,750	9011101039249		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		2,750	5	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	株式会社コンセプトラボ	1,760	1	特定商取引法に関する広告掲載業務		
		支出先名		支出額	法人番号		

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		
	株式会社コンセプトラボ	1,760	3010501040680			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	特定商取引法に関する広告掲載業務 一般競争契約（最低価格）	1,760	9	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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	ビズブースト株式会社	1,161	1	「デジタル社会における消費取引研究会」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	1,161	9010801026259			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	1,161	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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	株式会社ソフマップ	825	1	ウィルス対策ソフト等の調達及び情報処理機器の破棄		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ソフマップ	825	9010001145446			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	ウィルス対策ソフト等の購入 随意契約（少額）	777	1	--	--	
	取引対策課所有情報処理機器の廃棄 随意契約（少額）	48	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K S Kテクノサポート	727	1	特定商取引法の違反行為による二次被害防止対策業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社K S Kテクノサポート	727	8013401002465			

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	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		特定商取引法の違反行為による二次被害防止対策業務 随意契約（少額）	727	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	株式会社第一文真堂		492	1	物品の調達	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社第一文真堂		492	5010401017488		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	事務用椅子の購入 随意契約（少額）		237	1	--	--
	第4四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）		137	1	--	--
	第1四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）		85	1	--	--
	事務用椅子の購入 随意契約（少額）		33	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	
I	扶桑速記印刷株式会社		489	1	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	扶桑速記印刷株式会社		489	9010001027784		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）		159	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）		78	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）		78	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）		78	0	--	落札予定価格が非公表となっているため。

	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	
			デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	61	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
			デジタル社会における消費取引研究会に伴う速記業務 随意契約（少額）	34	0	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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	株式会社アメージングデザイン他		2,131	1	特定商取引法及び預託法の普及啓発資料のデザインデータの作成 業務等	
		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		413	3011801024233		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		特定商取引法及び預託法の普及啓発資料のデザインデータの作 成業務 一般競争契約（最低価格）		413	5	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
		支出先名		支出額	法人番号		
		その他		1,719	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		その他 その他(その他)		1,719	--	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

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 式会社	「デジタル社会における消費取 引研究会」に係る基礎的な情報 等の調査業務	再委託	ヒアリングのアポイントメントのための英 語翻訳（再委託）	1,200
	--	--	--	再委託	ヒアリングのアポイントメントのための独 語翻訳（再委託）	1,250
	--	--	--	再委託	ヒアリングのアポイントメントのための韓 国語翻訳（再委託）	396
	--	--	--	再委託	ヒアリングのための英語通訳（再委託）	450

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	2025	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の協力を確保すること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、取引デジタルプラットフォーム提供者には法第3条第1項に基づく取組、同条第2項に基づく当該取組の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デジタルプラットフォーム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デジタルプラットフォーム提供者が提供する取引デジタルプラットフォームの選択を可能とする必要がある。				
	事業の概要	本事業は、取引デジタルプラットフォーム提供者による法第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、取引デジタルプラットフォーム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	令和三年法律第三十二号		第三条、第六条、第七条	--	--
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7年3月18日閣議決定）第4章1．（1）（取引デジタルプラットフォームにおける取引環境の整備）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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

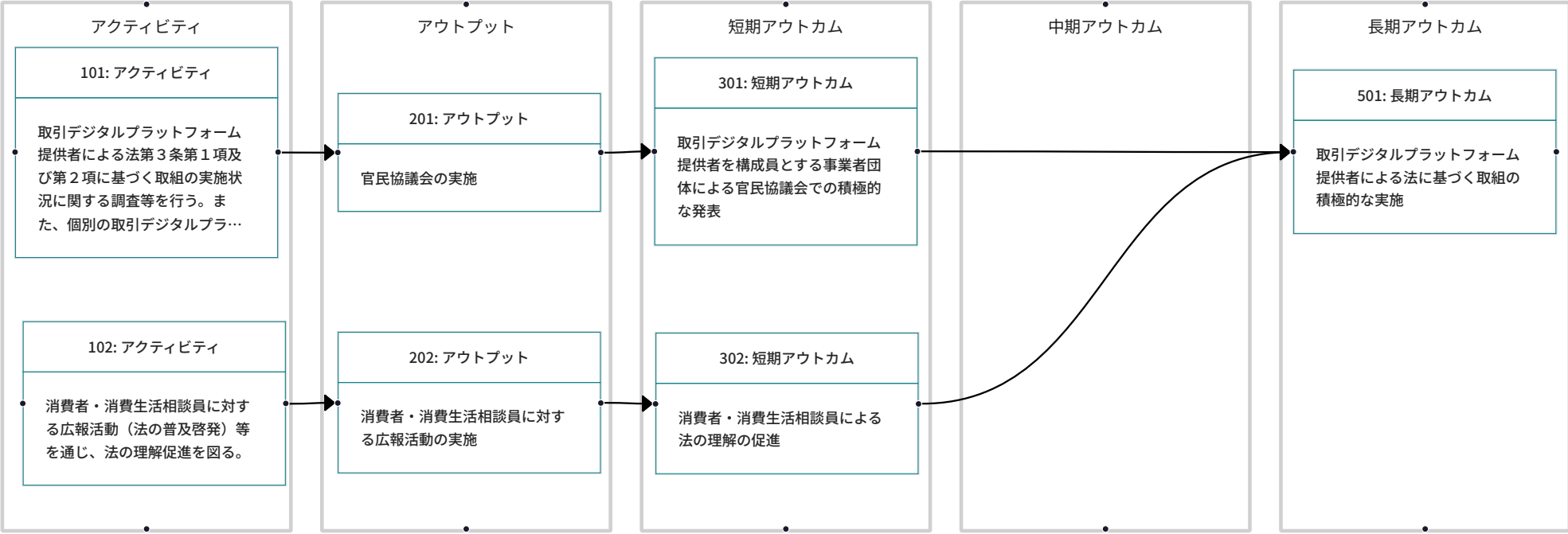
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		--	115,000	110,779	107,376	107,613
	当初予算		120,000	115,000	110,918	108,797	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		120,000	115,000	110,918	108,797	--
	執行額		88,000	63,386	88,135	--	--
	執行率		73.3%	55.1%	79.5%	--	--

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 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			--		92,507	91,343
		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			--		13,733	13,733
		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			--		2,037	1,958
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		520	579

主な増減理由	一部事業について必要経費の見直しを行った。	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 101-201-301-501

アクティビティ	取引デジタルプラットフォーム提供者による法第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、個別の取引デジタルプラットフォーム提供者による取組のうち、他の取引デジタルプラットフォーム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、取引デジタルプラットフォーム提供者自身による積極的な開示を促す。 これらの取組の実施状況については、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	官民協議会の実施		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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会は事業者団体、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デジタルプラットフォーム提供者を構成員とする事業者団体が積極的に発表を行うことによって取引デジタルプラットフォーム提供者が実施する取組の状況の共有を促す。				
短期アウトカム	成果目標	取引デジタルプラットフォーム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デジタルプラットフォーム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	--		実績／目標／見込み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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(者)	7	7	7	7
	活動実績／成果実績(者)	6	5	6	--
	達成率(%)	85.7	71.4	85.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	官民協議会における取引デジタルプラットフォーム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を通じ、取引デジタルプラットフォーム提供者が法に基づく取組の状況の自主的な開示を積極的に実施するよう促す。				

長期アウトカム	成果目標	取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく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デジタルプラットフォーム提供者の数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	最終目標年度 2025年度	
	当初見込み／目標値(者)	7	14	14	21	
	活動実績／成果実績(者)	13	13	16	--	
	達成率(%)	185.7	92.9	114.3	--	

アクティビティからの発現経路 102-202-302-501

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、法の理解促進を図る。				
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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	1	2	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	3	--
↓ 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を促す。				
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	--		実績／目標／見込み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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	6	7.5	9	10
	活動実績／成果実績(%)	8.3	7.1	7.8	--
	達成率(%)	138.3	94.7	86.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者・消費生活相談員の認知度が向上することに伴い、消費者が取引を行う際に取り引デジタルプラットフォームにおける取組の開示の状況を参照し、取組を行っている取引デジタルプラットフォームが消費者に選択されるようになる。 これにより、取引デジタルプラットフォーム提供者が法に基づく取組の状況の自主的な開示を積極的に実施するよう促す。				

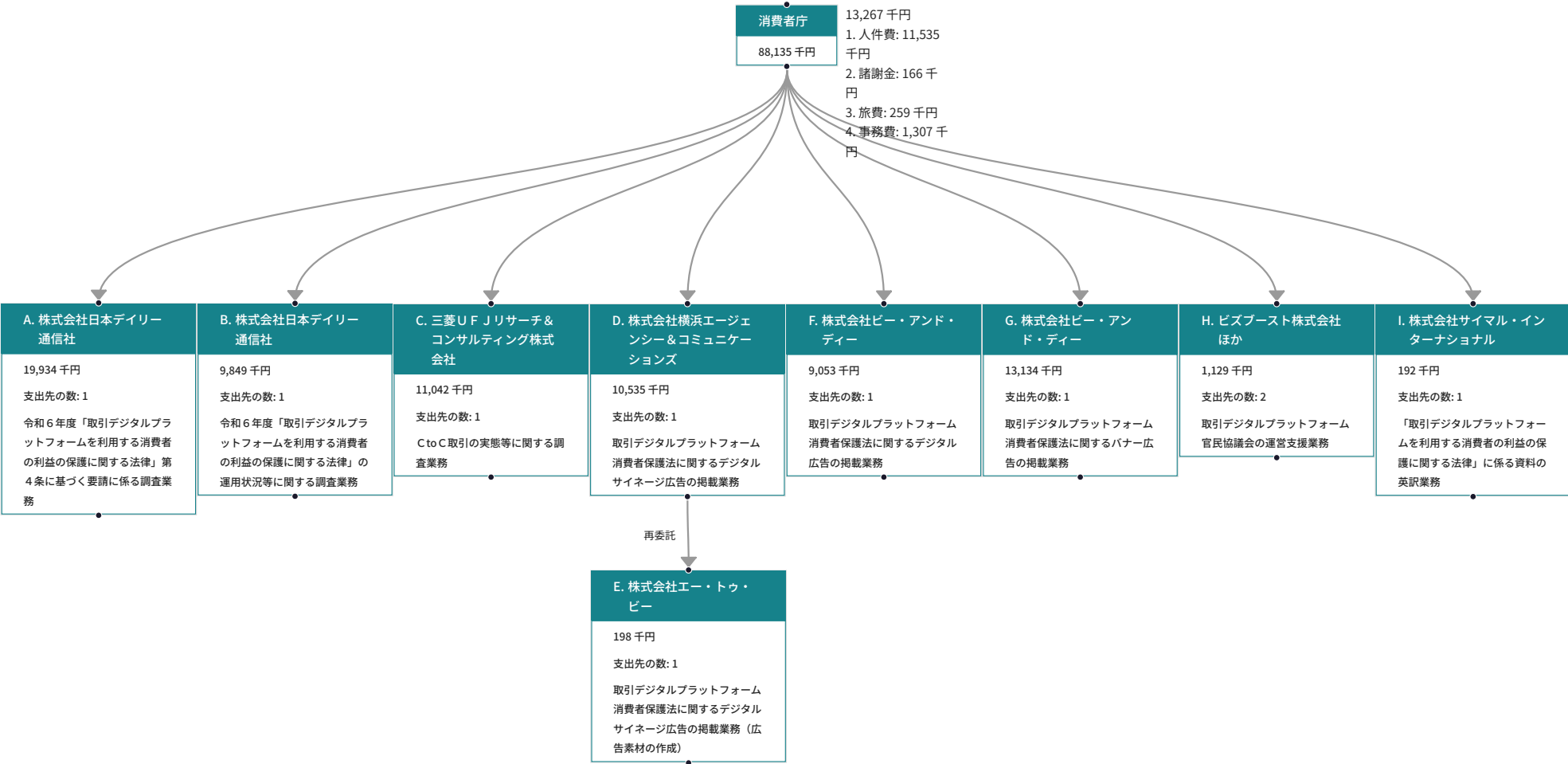
長期アウトカム	成果目標	取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく取組の積極的な実施		成果指標	法第3条第2項に基づき取組を開示している取引デジタルプラットフォーム提供者の数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(者)		7	14	14	21
	活動実績／成果実績(者)		13	13	16	--
	達成率(%)		185.7	92.9	114.3	--
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	2024 年度は官民協議会を 2 回開催（6 月及び11月）し、取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく取組の状況等について審議を実施した。取引デジタルプラットフォーム提供者による取組の自主的な開示も実施されるなど、2023年度と比較しても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	2025年度においても、取引デジタルプラットフォームを利用して行われる通信販売取引の適正化等に関し、取引デジタルプラットフォーム提供者の協力を確保する観点から、引き続き、取引デジタルプラットフォーム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	引き続き事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努めること。また、一般競争入札においては、原則、競争原理が働いているが、一者応札となったものについては、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	引き続き効率的・効果的な予算執行を図る。また、調達においては、一者応札となった要因を分析した上で、必要に応じて見直しを行う。			
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	株式会社日本デイリー通信社	19,934	1	令和6年度「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		19,934	7013301009883		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度「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）		19,934	1	--	予定価格は非公表のため
	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	9,849	1	令和6年度「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		9,849	7013301009883		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度「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）		9,849	2	--	予定価格は非公表のため
	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	11,042	1	CtoC取引の実態等に関する調査業務		
		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		11,042	3010401011971		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		CtoC取引の実態等に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）		11,042	4	--	予定価格は非公表のため
	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		

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	株式会社横浜エージェンシー＆コミュニケーションズ	10,535	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社横浜エージェンシー＆コミュニケーションズ	10,535	7020001024741			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）	10,535	5	--	予定価格は非公表のため	
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	株式会社エー・トゥ・ビー	198	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成）		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社エー・トゥ・ビー	198	9010001012217			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成） その他(再委託)	198	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	株式会社ビー・アンド・ディー	9,053	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ビー・アンド・ディー	9,053	3010001071061			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）	9,053	5	--	予定価格は非公表のため	
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		

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	株式会社ビー・アンド・ディー	13,134	1	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ビー・アンド・ディー	13,134	3010001071061			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務 一般競争契約（最低価格）	13,134	11	--	予定価格は非公表のため	
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	ビズブースト株式会社ほか	1,129	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	990	9010801026259			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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 随意契約（少額）	990	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	扶桑速記印刷株式会社	139	9010001027784			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	速記業務 随意契約（少額）	139	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		
I	株式会社サイマル・インターナショナル	192	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」に係る資料の英訳業務		
	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	192	6010001109206			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

	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	
			「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」に係る資料の英訳業務 随意契約（少額）	192	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	
	A	株式会社日本ディリー通信社	令和６年度「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	雑役務費	令和６年度「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	19,934	
	B	株式会社日本ディリー通信社	令和６年度「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	雑役務費	令和６年度「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	9,849	
	C	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	C to C取引の実態等に関する調査業務	雑役務費	C to C取引の実態等に関する調査業務	11,042	
	D	株式会社横浜エージェンシー＆コミュニケーションズ	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務	10,535	
	E	株式会社エー・トゥー・ビー	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成）	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタルサイネージ広告の掲載業務（広告素材の作成）	198	
	F	株式会社ビー・アンド・ディー	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するデジタル広告の掲載業務	9,053	
	G	株式会社ビー・アンド・ディー	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務	雑役務費	取引デジタルプラットフォーム消費者保護法に関するバナー広告の掲載業務	13,134	
	H	ビズブースト株式会社	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	雑役務費	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	990	
	I	株式会社サイマル・インターナショナル	「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」に係る資料の英訳業務	雑役務費	「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」に係る資料の英訳業務	192	
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	岡田博己						
	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	2025			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（令和7年3月18日閣議決定）第4章1（1）、2（2）①、④			https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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	--							

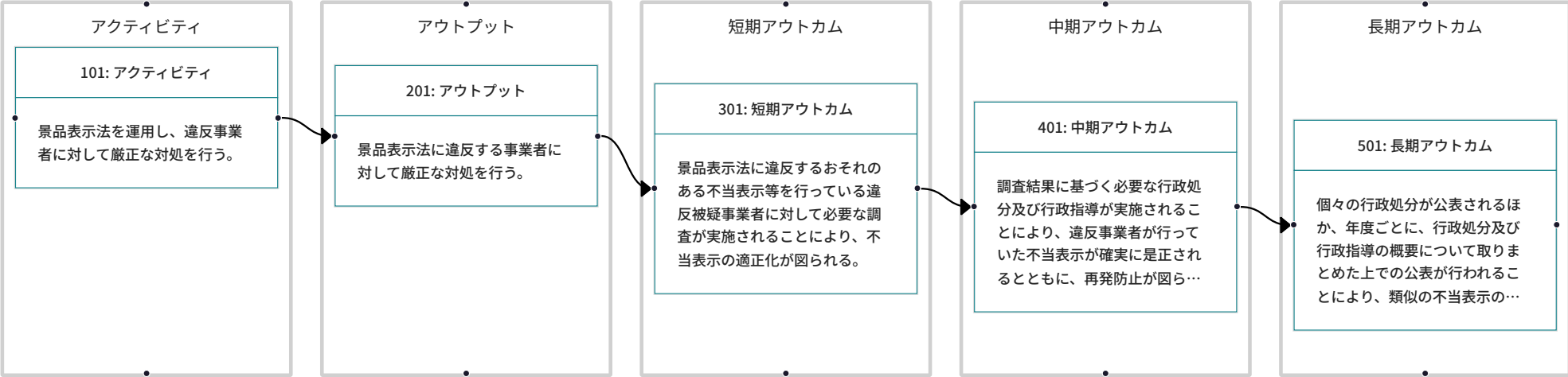
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		102,000	100,500	83,000	83,417	110,634
	当初予算		62,000	84,000	84,828	87,388	--
	補正予算		71,000	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	71,000	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		133,000	155,000	84,828	87,388	--
	執行額		47,000	119,145	75,300	--	--
	執行率		35.3%	76.9%	88.8%	--	--

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	--	27,122		--		
		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	54
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費/非常勤職員手当			--		72,973	71,545
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 委員等旅費			--		352	170
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 諸謝金			--		1,068	1,176
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 審査活動旅費			--		4,814	3,769
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 景品表示法違反事件調査経費 / 審査活動費			--		8,119	33,920
	主な増減理由							
インターネット上の広告における不当な表示に厳正・適切に対応するための監視・調査体制を強化するため。			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 101-201-301-401-501

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、確約計画認定件数、課徴金納付命令件数及び指導件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	過去３年度分の活動実績/成果実績の平均値
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	237	207	180	228
	活動実績／成果実績(件)	170	141	372	--
↓ 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６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。（R6：437件、R５：229件、R４：274件）		実績／目標／見込み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	--
↓ 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6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、違反行為の不作为命令、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、確約計画の認定及び課徴金納付命令）や、行政指導を実施した。（R6：行政処分計34件、行政指導339件 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）	実績／目標／見込み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	--
↓ 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。			

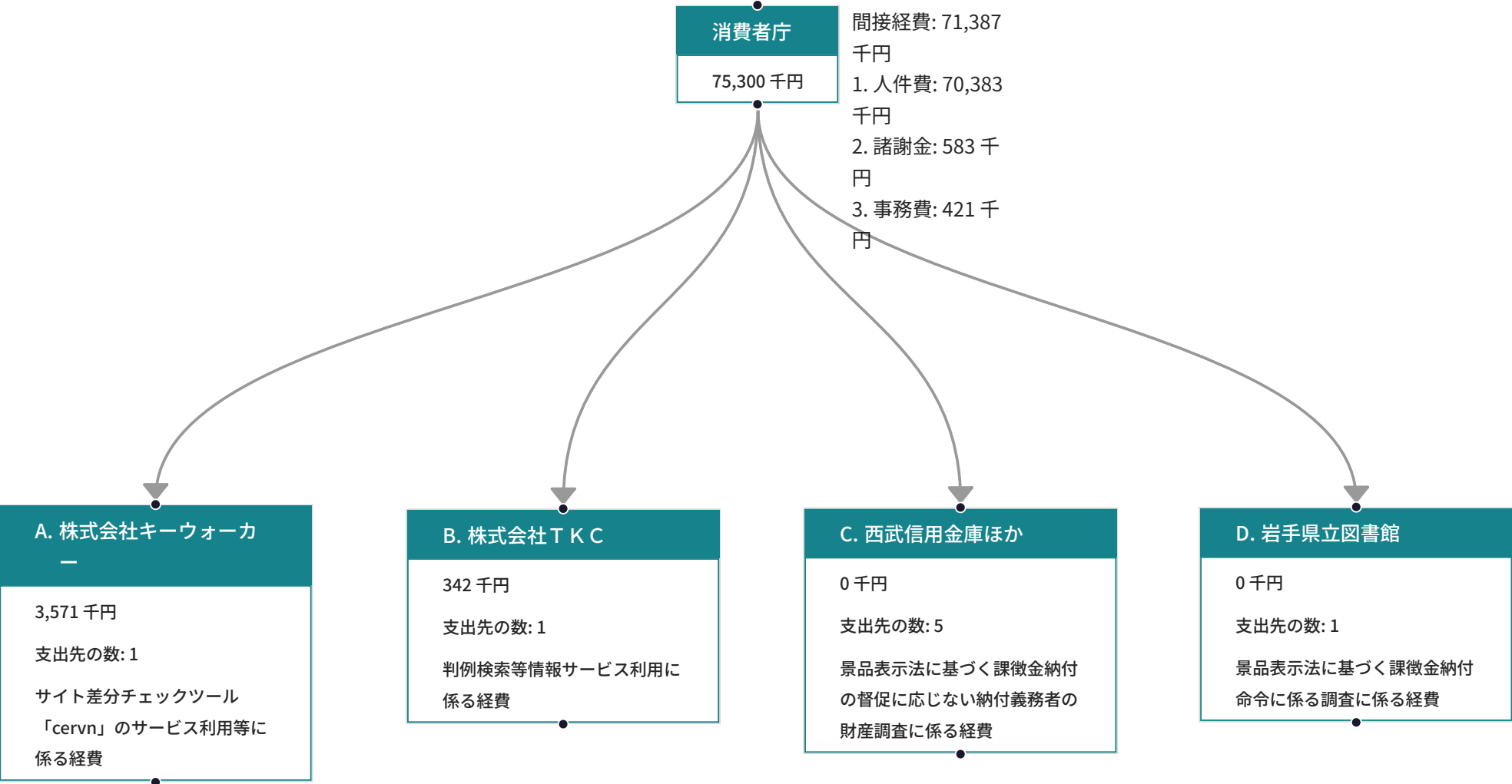
長期アウトカム	成果目標	個々の行政処分が公表されるほか、年度ごとに、行政処分及び行政指導の概要について取りまとめた上での公表が行われることにより、類似の不当表示の適正化が図られるとともに、消費者に対する注意喚起が行われ、消費者利益が確保される。	成果指標	消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政処分（措置命令、確約計画の認定及び課徴金納付命令）については、いずれも処分時にその詳細について公表を行った。また、令和6年度の各行政処分及び各行政指導の概要について、景品表示法の運用状況として取りまとめた上で公表を行い、事業者及び消費者に広く周知することにより、類似の不当表示につい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。	実績／目標／見込み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	--
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 6 年度においては、景品表示法に基づき、不当表示に対して必要な調査を実施し（437件）、調査結果に基づく行政処分（措置命令、確約計画の認定及び課徴金納付命令 計34件）及び行政指導（339件）を実施した。 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する。		
	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 7 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、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・有効性を検討していく。		
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



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 株式会社キーウォーカー		3,571	1	サイト差分チェックツール「cervn」のサービス利用等に係る経費		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社キーウォーカー		3,571	6010401058119		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		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）(特命随意契約)		3,010	1	--	--
		サイト差分チェックツール「cervn」の利用者拡充 随意契約（その他）(特命随意契約)		561	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ＴＫＣ		342	1	判例検索等情報サービス利用に係る経費		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社ＴＫＣ		342	5060001002844		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		判例検索等情報サービス 随意契約（少額）		342	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 西武信用金庫ほか		0	5	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費		
		支出先名		支出額	法人番号		
		西武信用金庫		0	2011205000146		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）		0	1	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		

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	
	東京三協信用金庫	0	4011105001119		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）	0	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	朝日信用金庫	0	4010505000655		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）	0	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	川崎信用金庫	0	7020005008014		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）	0	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	多摩信用金庫	0	7012805000010		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応じない納付義務者の財産調査に係る経費 随意契約（少額）	0	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	岩手県立図書館	0	1	景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る調査に係る経費	
支出先名		支出額	法人番号		

	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	
		岩手県立図書館	0	9999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る調査に係る経費 随意契約（少額）	0	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
	A	株式会社キーウォーカー	サイト差分チェックツール「ce rvn」のサービス利用	役務費	サービス提供	3,010
	B	株式会社 T K C	判例検索等情報サービス	役務費	サービス提供	342
	C	西武信用金庫	景品表示法に基づく課徴金納付 の督促に応じない納付義務者の 財産調査に係る経費	役務費	景品表示法に基づく課徴金納付の督促に応 じない納付義務者の財産調査に係る役務提 供	0
	D	岩手県立図書館	景品表示法に基づく課徴金納付 命令に係る調査に係る経費	役務費	景品表示法に基づく課徴金納付命令に係る 調査に係る役務提供	0
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	岡田博己					
	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	2025		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として、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、健康増進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（令和 7 年 3 月18日閣議決定）第 4 章 1 （1）、2 （2）①、④		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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	--					

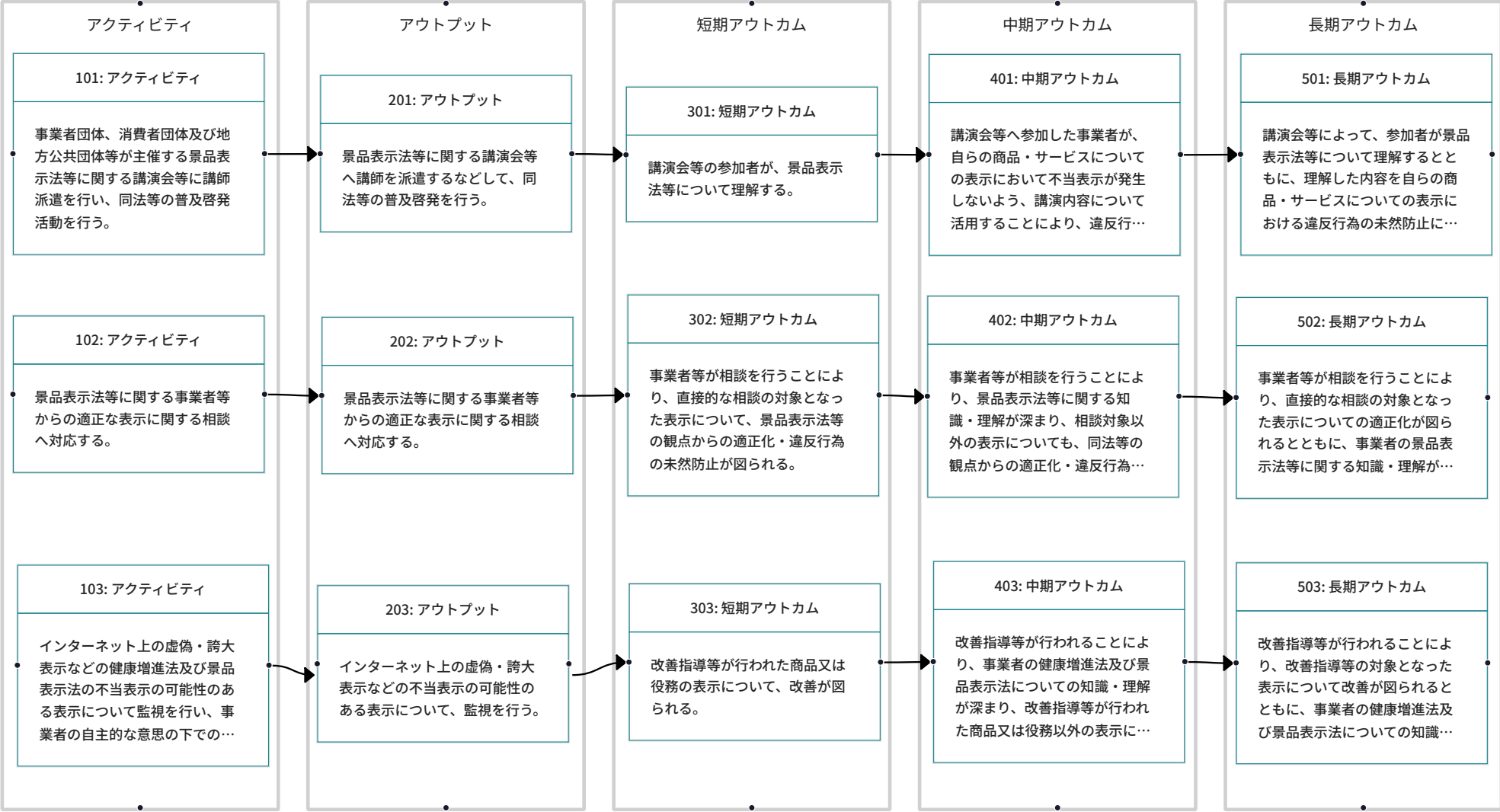
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		112,000	266,026	158,000	133,877	101,403
	当初予算		69,000	116,950	115,052	108,205	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		40,000	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		109,000	116,950	115,052	108,205	--
	執行額		107,800	55,733	84,085	--	--
	執行率		98.9%	47.7%	73.1%	--	--

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 / 消費者政策調査費				--		72,921	68,510
		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				--		24,928	24,853
		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				--		4,278	3,036
		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	1,037
		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	1,270
	主な増減理由								
規定経費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 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	過去３年度分の活動実績/成果実績の平均値
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	104	116	158	182
	活動実績／成果実績(件)	172	201	173	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	参加者へのアンケートにおける過去の実績値
	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(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	97	95	96	--
	達成率(%)	97	95	96	--
↓ 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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	過去の実績値
	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(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	86	84	84	--
	達成率(%)	86	84	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。		実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-502

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	過去３年度分の活動実績/成果実績の平均値
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	21,418	21,574	21,463	21,087
	活動実績／成果実績(件)	21,074	21,692	20,494	--
↓ 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６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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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6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。	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-403-503

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2,000	2,000	8,000	8,000
	活動実績／成果実績(件)	2,000	2,000	8,000	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、改善指導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	改善指導等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	健康増進法及び景品表示法のおそれのある表示の改善指導件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	前年度の活動実績 ※なお、インターネット監視による措置として、従来は行政指導である「改善指導」措置を健康増進法においてのみ実施していたが、2024年度からは健康増進法に加え、景品表示法においても改善指導措置を実施することとなった。 これに伴い、2024年度は健康増進法及び景品表示法に基づく改善指導措置を受けた事業者数を計上している。 また、従来は健康増進法に関する件数を商品数ベースで記載していたが、上記の整理により、2021年度から2023年度までの健康増進法に基づく改善指導件数についても、事業者数ベースで記載することとした。
	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(件)		--	--	787		811	
	活動実績／成果実績(件)		804	771	811		--	
	達成率(%)		--	--	103		--	
↓ 後続アウトカム へのつながり	改善指導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、改善指導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	改善指導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、改善指導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	改善指導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、改善指導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。			実績／目標／見込み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	--		
↓ 後続アウトカム へのつながり	改善指導等が行われることにより、改善指導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、改善指導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	改善指導等が行われることにより、改善指導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、改善指導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	改善指導等が行われることにより、改善指導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、改善指導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。			実績／目標／見込み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	--		

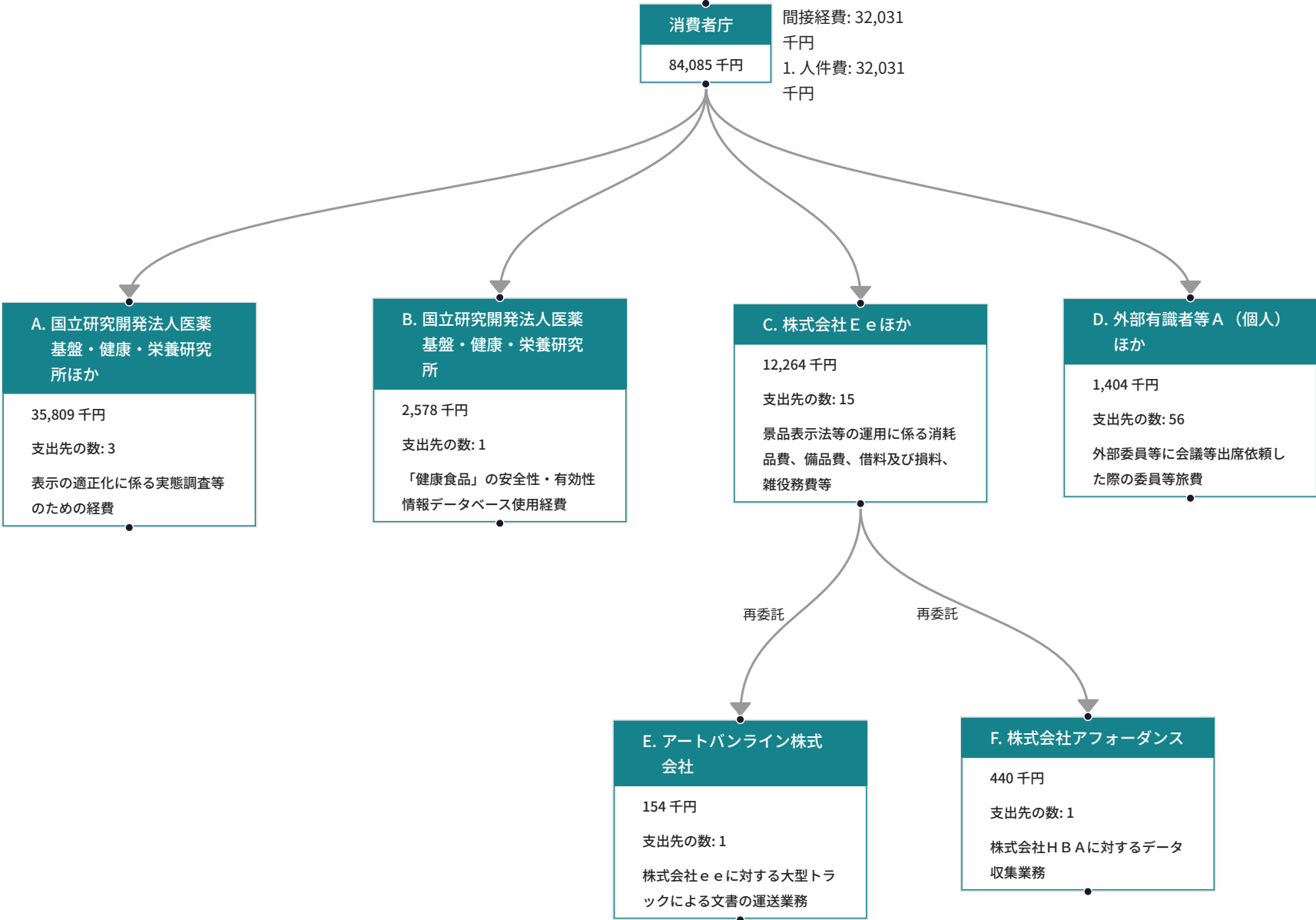
事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	--
	URL	--
	該当箇所	--

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和 6 年度においては、景品表示法等に係る講演会等を173件行い、講演会等への参加者の理解度は96%、未然防止への活用度は84%と高水準であり、また、20,494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、改善指導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する。		
	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 7 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	引き続き事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、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は、複数者の参加が認められるところ、引き続き競争原理が働くよう、入札条件や仕様書等について精査に努めること。
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	引き続き事業の必要性・効率性・有効性の観点から、必要経費について精査していく。また、一般競争入札に付す案件について、引き続き入札条件や仕様書等を精査し、複数者が入札に参加できるよう努める。		
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



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・栄養研究所ほか	35,809	3	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		
	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所		21,687	9120905002657		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）(特命随意契約)		21,687	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社帝国データバンクビジネスサービス		12,969	2010001086143		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和6年度インターネットにおけるデジタル広告の監視業務 一般競争契約（最低価格）		12,969	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社マクロミル		1,153	9010001157227		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	買取りサービスに関する消費者意識調査 随意契約（少額）		603	1	--	--
	No.1表示等に関する消費者意識調査 随意契約（少額）		550	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	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	2,578	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		2,578	9120905002657		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
		「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）(特命随意契約)	2,578	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 e e ほか		12,264	15	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 e e			2,618	5120001146263		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
表示対策課における行政文書電子媒体変換業務 一般競争契約（最低価格）			2,083	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
令和 6 年度表示対策課における行政文書電子媒体変換業務（規約班文書） 随意契約（少額）			535	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
株式会社 A I サポート			1,804	4013301039636		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
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）			1,804	4	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名			支出額	法人番号		
日経印刷株式会社			1,793	7010001025732		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）			902	1	--	--
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）			499	1	--	--
パンフレットの印刷製本 随意契約（少額）			392	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		

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	
	株式会社グローパス	1,430	8030001128284		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和５年改正景品表示法説明会に係る運営支援事業 一般競争契約（最低価格）	1,430	11	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ＨＢＡ	1,063	8430001022439		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	G o o g l eマップにおけるデータ収集業務 随意契約（少額）	900	1	--	--
	備品の購入 随意契約（少額）	163	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ニューコン工業	649	7011701006294		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	備品の購入 随意契約（少額）	649	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ＴＤモバイル	422	9010401175324		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	備品等の購入 随意契約（少額）	422	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	第一資料印刷株式会社	308	2011101012708		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	白表紙の印刷製本 随意契約（少額）	308	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		

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	
	朝日梱包株式会社	297	9010601040880		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	パンフレットの梱包発送 随意契約（少額）	190	1	--	--
	パンフレットの梱包発送 随意契約（少額）	107	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	ピクシディア株式会社	297	9010401088922		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和 5 年改正景品表示法に係る講習動画の作成業務 随意契約（少額）	297	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社第一文真堂	256	5010401017488		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	備品の購入 随意契約（少額）	229	1	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	16	1	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	12	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社商事法務	231	7010001074218		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	書籍の購入 随意契約（少額）	231	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	第一企画株式会社	206	3100001004532		

	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	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		パンフレットの改訂業務 随意契約（少額）	206	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社吉香		204	5010001031682		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	家庭用品品質表示法に基づく告示の和文英訳業務 随意契約（少額）		115	1	--	--
	景表法施行令・内閣府令の翻訳 随意契約（少額）		89	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	その他		684	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消耗品の購入等 その他(少額随意契約)		684	--	--	--
	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 A（個人）ほか	1,404	56	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）		85	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	旅費 その他(旅費)		85	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号			
外部有識者等 B（個人）		64	9999999999999			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
旅費 その他(旅費)		64	--	--	--	

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	
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 C（個人）	63	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	旅費 その他(旅費)	63	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 D（個人）	53	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	旅費 その他(旅費)	53	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 F（個人）	48	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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 G（個人）	45	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	旅費 その他(旅費)	45	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 H（個人）	44	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	旅費 その他(旅費)	44	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		

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		
	外部有識者等Ⅰ（個人）	44	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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Ⅱ（個人）	44	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	旅費 その他(旅費)	44	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	その他	914	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	旅費 その他(旅費)	914	--	--	--	
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	アートバンライン株式会社	154	1	株式会社 e e に対する大型トラックによる文書の運送業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	アートバンライン株式会社	154	5120901015088			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	株式会社eeに対する大型トラックによる文書の運送業務 その他(再委託)	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		
F	株式会社アフォーダンス	440	1	株式会社 H B A に対するデータ収集業務		
	支出先名	支出額	法人番号			

	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	
		株式会社アフォーダンス		440	6430001042001		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		株式会社H B Aに対するデータ収集業務 その他(再委託)		440	--	--	--
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・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		21,687
	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		2,578
	C	株式会社e e	表示対策課における行政文書電子媒体変換業務	役務費	表示対策課における行政文書電子媒体変換業務に係る役務提供		2,083
	D	外部有識者等 A（個人）	旅費	旅費	委員等旅費		85
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	宮長郁夫							
	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	2025			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	--				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ギー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7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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5年12月25日改定））		https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-36.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	
	・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））		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_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

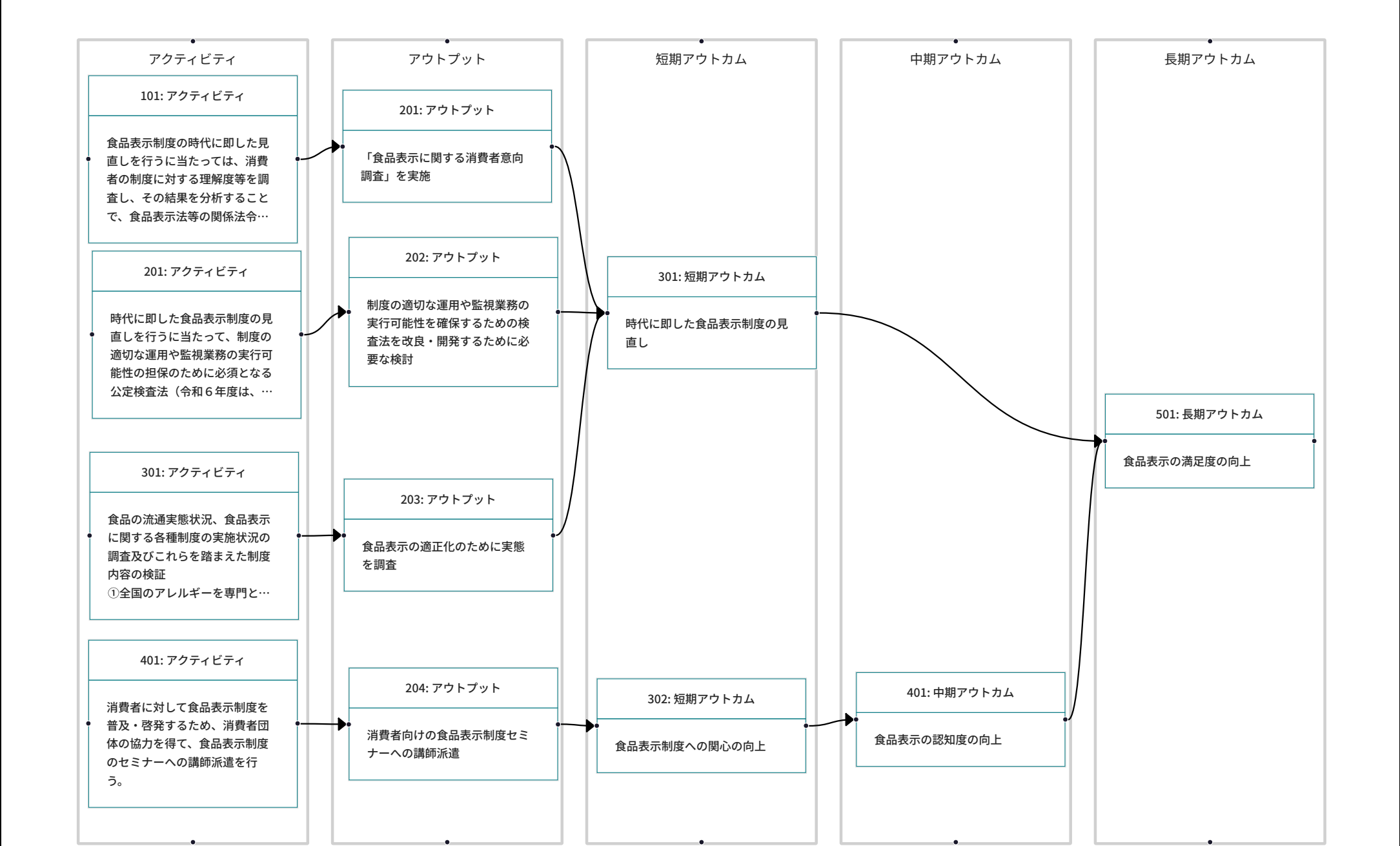
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		48,000	79,000	162,251	104,249	115,279
	当初予算		8,000	33,000	91,073	83,783	--
	補正予算		--	65,000	10,286	--	--
	前年度から繰越し		--	--	65,000	10,286	--
	予備費等		15,000	--	--	--	--
	計		23,000	98,000	166,359	94,069	--
	執行額		20,000	29,526	145,751	--	--
	執行率		87%	30.1%	87.6%	--	--

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	--	31,564		--	
		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		--		83,783	115,279
		前年度から繰越し --		--		10,286	--

主な増減理由	本事業の対象外となっている保健機能食品に関する事業の重要度が高まったため。	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 101-201-301-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025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	「食品表示に関する消費者意向調査」から得られた情報を参考にし、時代に即した食品表示制度の見直し等につなげる。				

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	・令和２年３月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び〇と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 このほか、各種関係通知も改正。	実績／目標／見込み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	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	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	--	実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	--
	達成率(%)	99	100	--

アクティビティからの発現経路 201-202-301-501

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6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		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	--		実績／目標／見込み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	2025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	食品表示制度の企画・立案と並行して、制度の安定運用に不可欠な公定検査法を確立し、それを踏まえた制度改正を実施。				

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	・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 このほか、各種関係通知も改正。	実績／目標／見込み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	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	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	--	実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	--
	達成率(%)	99	100	--

アクティビティからの発現経路 301-203-301-501

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 ①全国のアレルギーを専門とする医師の協力の下、「即時型食物アレルギーによる健康被害に関する全国実態調査」を実施し、その結果を公表 ②令和5年度に改定した消費者基本計画工程表などに基づき開催した、有識者からなる「令和5年度食品表示懇談会」の取りまとめに基づき、令和6年度食品表示懇談会に設置した「食品表示へのデジタルツール活用検討分科会」及び「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」を開催 ③日本における分かりやすい栄養成分表示の取組として、日本版包装前面栄養表示の基本的な方向性等を検討するため、令和5年度に開催した「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会」の基本的な考え方についての取りまとめを踏まえ、「日本版包装前面栄養表示に関する検討会」を開催 ④令和5年12月に公表された「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を踏まえ、令和6年5月に、消費者庁において「食品期限表示の設定のためのガイドラインの見直し検討会」を設置し、策定から20年が経過した本ガイドラインについて、事業者の期限表示策定や食品ロス削減の取組の実態調査を行い、海外における期限表示制度も踏まえ、食品ロス削減の観点と、食品の安全性の確保に関する国際的動向に配慮しつつ科学的知見に基づく観点から、有識者の意見を伺い検討				
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		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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	3	2	2
	活動実績／成果実績(件)	3	6	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	各検討及び調査から得られた知見を踏まえ、食品の安全性の確保及び消費者の合理的選択に資する時代に即した食品表示制度の見直しを実施。				

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	・令和２年３月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び０と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 このほか、各種関係通知も改正。	実績／目標／見込み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	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	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	--	実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	--
	達成率(%)	99	100	--

アクティビティからの発現経路 401-204-302-401-501

アクティビティ	消費者に対して食品表示制度を普及・啓発するため、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への講師派遣		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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	8	10	11	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者団体を介した消費者向けの食品表示制度のセミナーの開催に積極的に取り組むことで、消費者の食品表示制度の関心が高まり、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のアクセスが増加する。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心の向上		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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2025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)	4,576,478	6,572,624	5,914,984	--
	達成率(%)	114.4	164.3	147.9	--
↓ 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り、食品表示の認知度が向上する。				
中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度の向上		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	--		実績／目標／見込み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	--

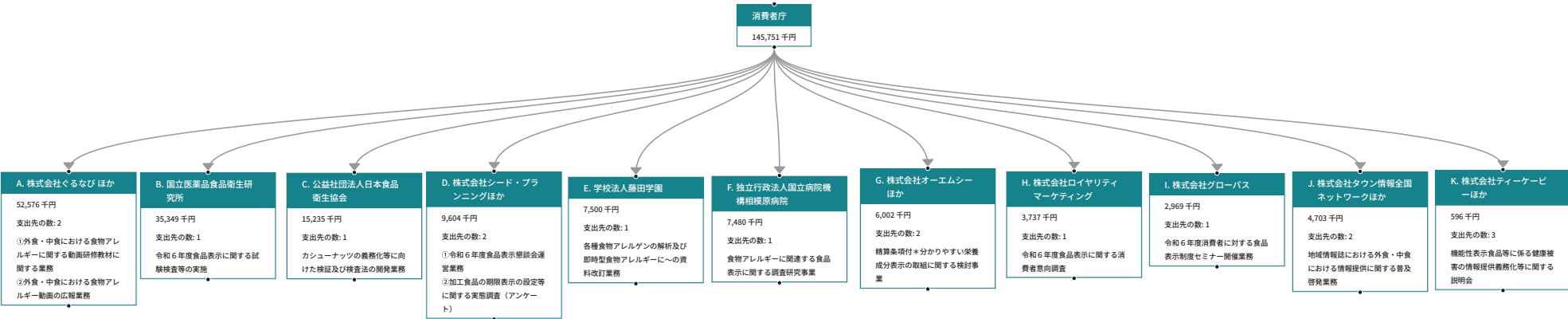
活動・成果目標 と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		65	65	65	65
	活動実績／成果実績(%)		56.3	56.5	60.8	--
	達成率(%)		86.6	86.9	93.5	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	普及啓発活動による「消費者の認知度向上による活用拡大」もあいまって、消費者の本制度への満足度向上につながると考えられるため、食品表示の満足度を長期アウトカムとした。					
	普及啓発による食品表示制度の認知度の向上により、認知者を拡大した上で、最終的な消費者の満足度を向上することが重要である。					
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上		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	--		実績／目標／見込み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		2025年度
	当初見込み／目標値(%)		98	98		98
	活動実績／成果実績(%)		97	98		--
	達成率(%)		99	100		--
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	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	本事業の結果、食品表示に対する消費者における満足度は高い水準となっており、引き続き、この水準が維持できるよう適切に実施する。		
	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とともに、本制度の普及・啓発のために必要な事業を実施する。また、コロナ禍において定着した新しい生活様式に見合った普及・啓発の方策についても検討する。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2017
	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	・食品表示は大変重要なテーマであり、国際的な表示原則との整合性を踏まえつつ、国内の消費者ニーズに即した表示の簡素化や合理化が進められていると考えられる。 ・外食・中食におけるアレルギー表示の対応等についてスピード感や、周知・普及の戦略性に課題があり、より迅速かつ的確な対応を求めたい。		
	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。 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	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



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	株式会社ぐるなび ほか	52,576	2	①外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務 ②外食・中食における食物アレルギー動画の広報業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社ぐるなび		50,945	1010001034565			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務 一般競争契約（総合評価）		49,955	3	95		
	外食・中食における食物アレルギー動画の広報業務 随意契約（少額）		990	1	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社アライ印刷		1,631	6010901000777			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	動画広報資材の印刷 随意契約（少額）		1,631	--	--	--	
	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	国立医薬品食品衛生研究所	35,349	1	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施		
	支出先名		支出額	法人番号			
	国立医薬品食品衛生研究所		35,349	99999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施 その他(支出委任)		35,349	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	公益社団法人日本食品衛生協会	15,235	1	カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務		
	支出先名		支出額	法人番号			

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		
	公益社団法人日本食品衛生協会	15,235	3011005000122			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務 随意契約（その他）(特命随契)	15,235	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	
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・プランニングほか	9,604	2	①令和6年度食品表示懇談会運営業務 ②加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（アンケート）		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社シード・プランニング	8,535	9010001144299			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和6年度食品表示懇談会運営業務 一般競争契約（最低価格）	7,637	3	29	--	
	加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（アンケート） 随意契約（少額）	898	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社MOVER & COMPANY	1,069	2010701021052			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	加工食品の期限表示の設定等に関する実態調査（ヒアリング） 一般競争契約（最低価格）	1,069	--	--	--	
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	学校法人藤田学園	7,500	1	各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	学校法人藤田学園	7,500	4180005007630			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務 随意契約（その他）(特命随契)	7,500	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	

	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		
	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	独立行政法人国立病院機構相模原病院		7,480	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		7,480	9999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		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）(特命随契)		7,480	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。
	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	株式会社オーエムシーほか		6,002	2	精算条項付＊分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業	
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社オーエムシー		4,113	9011101039249		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業 一般競争契約（最低価格）		4,113	5	30	--
		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		1,889	7010005004369		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		①令和6年度「魚介類の名称のガイドライン」検討委託業務 ②日本版包装前面栄養表示の様式案作成支援業務 一般競争契約（最低価格）		1,889	--	--	--
	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	株式会社ロイヤリティマーケティング		3,737	1	令和6年度食品表示に関する消費者意向調査	
		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		3,737	1011001058851		

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	
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和６年度食品表示に関する消費者意向調査 一般競争契約（最低価格）	3,737	4	48	--
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	株式会社グローパス		2,969	1	令和６年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社グローパス		2,969	8030001128284		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和６年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務 一般競争契約（最低価格）	2,969	6	79	--
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	株式会社タウン情報全国ネットワークほか		4,703	2	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務	
	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		2,805	7010001022168		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）	957	1	--	--
		地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）	946	1	--	--
		地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務 随意契約（少額）	902	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社アカンパニーテクノロジーズ		1,898	9011001129348		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

	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	
		外食・中食における食物アレルギー動画の広告配信業務 一般競争契約（最低価格）	1,898	--	--	--
	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	
	K	株式会社ティーケーピーほか	596	3	機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ティーケーピー		456	7010001105955		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会 一般競争契約（最低価格）		456	3	33.3	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	大江ビルサービス株式会社		67	9120001076143		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会 一般競争契約（最低価格）		67	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	公益財団法人名古屋国際センター施設		73	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会 一般競争契約（最低価格）		73	--	--	--

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	株式会社ぐるなび	外食・中食における食物アレルギーに関する動画研修教材に関する業務	事業費	動画作成	45,414,000
	--	--	--	税額	消費税	4,541,400
	B	国立医薬品食品衛生研究所	令和6年度食品表示に関する試験検査等の実施	支出委任	調査・研究	32,135
	--	--	--	税額	消費税	3,214
	C	公益社団法人日本食品衛生協会	カシューナッツの義務化等に向けた検証及び検査法の開発業務	事業費	調査・研究	13,850
	--	--	--	税額	消費税	1,385
	D	株式会社シード・プランニング	令和6年度食品表示懇談会運営業務	事業費	役務	6,943
	--	--	--	税額	消費税	694
	E	学校法人藤田学園	各種食物アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーに～の資料改訂業務	事業費	役務	6,818
	--	--	--	税額	消費税	682
	F	独立行政法人国立病院機構相模原病院	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	事業費	調査・研究	6,800
	--	--	--	税額	消費税	680
	G	株式会社オーエムシー	分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討事業	事業費	会議	3,739
	--	--	--	税額	消費税	374
	H	株式会社ロイヤリティマーケティング	令和6年度食品表示に関する消費者意向調査	事業費	調査	3,397
	--	--	--	税額	消費税	340
	I	株式会社グローパス	令和6年度消費者に対する食品表示制度セミナー開催業務	事業費	研修運営	2,700
	--	--	--	税額	消費税	269
	J	株式会社タウン情報全国ネットワーク	地域情報誌における外食・中食における情報提供に関する普及啓発業務	事業費	普及・啓発	870
	--	--	--	税額	消費税	87

		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	K	株式会社ティーケーピー	機能性表示食品等に係る健康被害の情報提供義務化等に関する説明会	事業費	普及・啓発	415
	--	--	--	税額	消費税	41
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	宮長郁夫					
	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	2025	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	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、保健表示事項（食品表示基準に基づく栄養成分表示及び機能性表示食品制度、健康増進法の規定に基づき消費者庁長官が表示許可を行う特別用途食品等）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	保健表示事項の対象は、保健機能食品（特定保健用食品、機能性表示食品及び栄養機能食品）、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、特別用途食品及び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、制度の適切な運用及び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	①保健表示事項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）の実施。 ②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上げ、関与成分等の含有量の分析等を実施。 ③機能性表示食品における信頼性確保等に向けた、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専門家の意見を聴く仕組みや、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立入検査に必要な体制の運用等。 ④表示事項全般や各表示制度に関する普及啓発資材の作成。 ⑤消費者に対して商品選択に資する情報提供を行うためのデータベースの運用及び特定保健用食品の製品情報の掲載。			
	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7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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）		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7年2月18日閣議決定）		https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kenkouiryousuisin/ketteisiryouskakugi/r070218senryaku.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

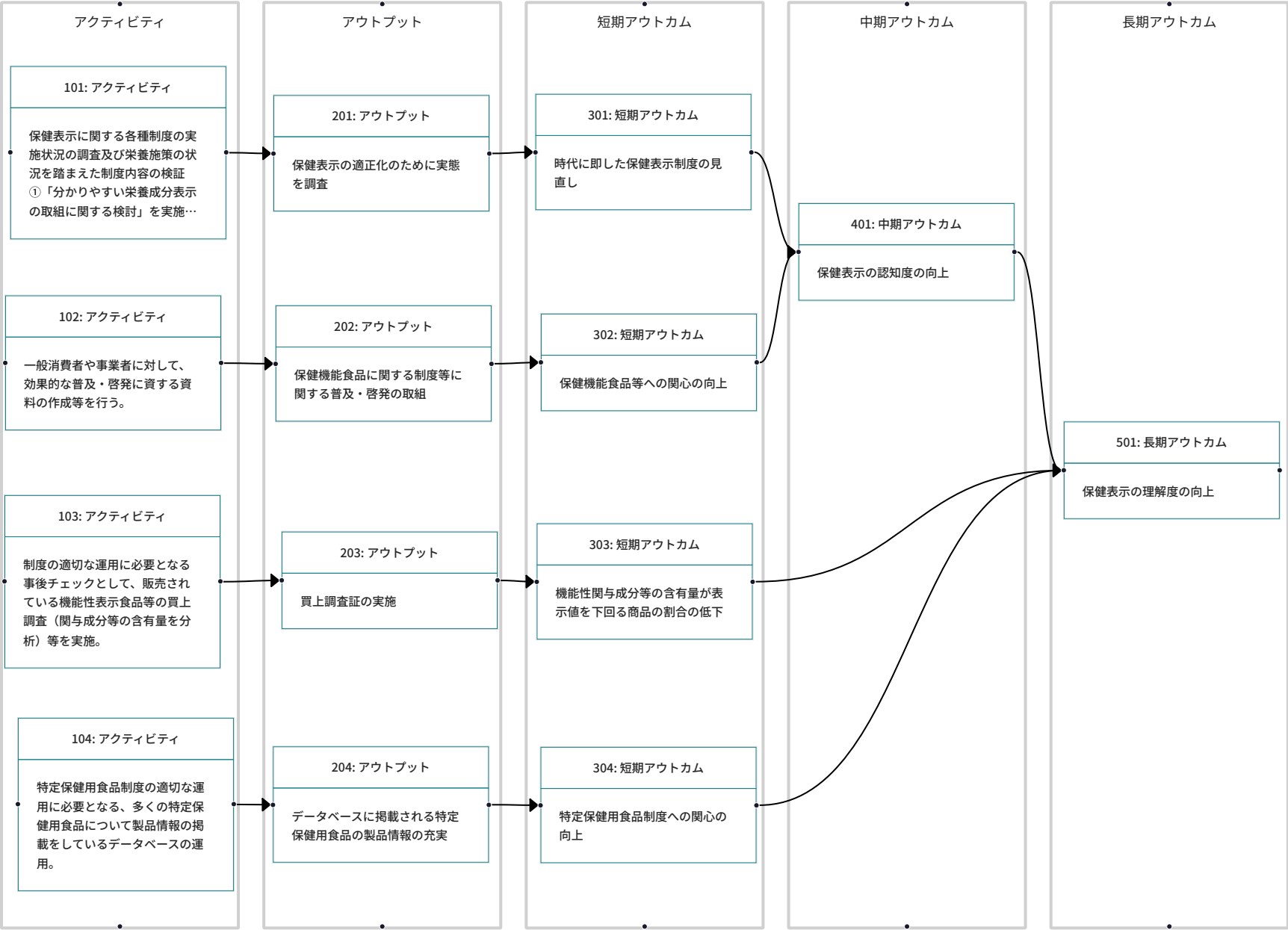
予算額執行額表 (単位：千円)		2022	2023	2024	2025	2026
	要求額	55,000	42,000	43,397	413,316	231,804
	当初予算	8,000	11,000	34,106	226,785	--
	補正予算	--	--	91,260	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	50,340	--
	予備費等	--	--	13,278	--	--
	計	8,000	11,000	138,644	277,125	--
	執行額	2,000	13,572	69,381	--	--
	執行率	25%	123.4%	50%	--	--

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	--	5,000		--	
		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		--		96,250	92,786
		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		--		76,718	84,402
		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		--		49,929	7,584
		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
	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 / 食品衛生基準政策費 / 食品衛生基準科学研究費補助金		--		--	30,000
		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		--		--	13,144
		前年度から繰越し		--		50,340	--
		--					

主な増減理由	機能性表示食品の信頼性を高めるための措置を講じたため。	その他特記事項	機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置が緊急的に必要となったため、「新たな消費者トラブル等の動向調査」（消費者政策課）から流用の上執行した。

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 101-201-301-401-501

アクティビティ	保健表示に関する各種制度の実施状況の調査及び栄養施策の状況を踏まえた制度内容の検証 ①「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討」を実施 ②「保健機能食品等の規格基準に関する海外調査」を実施				
アウトプット	活動目標	保健表示の適正化のために実態を調査		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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	3	3	3	2
	活動実績／成果実績(件)	1	5	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	各検討及び調査から得られた知見を踏まえ、食品の安全性の確保及び消費者の合理的選択に加え国民の健康の保護及び増進に資する時代に即した保健表示制度の見直しを実施。				

短期アウトカム	成果目標	時代に即した保健表示制度の見直し	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	・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・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取りまとめ）を踏まえ、以下のとおり食品表示基準を改正。 ①届出者の遵守事項として、健康被害と疑われる情報を収集し、健康被害と疑われる情報を得た場合には、速やかに都道府県知事等に提供するとともに、消費者庁長官に提供すること等を規定。 ②届出日以降の科学的知見の充実により機能性関与成分について特定の保健の目的が期待できる旨の表示をすることが適切でないと消費者庁長官が認めた食品は、機能性表示食品の要件を満たさないことを規定。 ③届出者の遵守事項として、錠剤、カプセル剤等食品についてはGMPに基づく製造管理を規定。 ④「機能性及び安全性について国による評価を受けたものではない旨」、「疾病の診断、治療、予防を目的としたものではない旨」、また、摂取する上での注意事項として、医薬品等との相互作用や過剰摂取防止のための注意喚起を具体的に記載する等、表示の方法や表示位置などの方式等を見直し。 ⑤届出者の遵守事項として、届出者は、遵守事項を遵守していることを届出後一年ごとに自己評価し、その結果を毎年消費者庁長官に報告することを規定。 ⑥ア）当該食品に関する表示の内容、イ）食品関連事業者名及び連絡先等の食品関連事業者に関する基本情報、ウ）安全性及び機能性の根拠に関する情報、エ）生産・製造及び品質の管理に関する情報、オ）健康被害の情報収集体制及びカ）その他必要な事項について、届け出られるべき情報として具体的に規定するほか、様式等については内閣府告示で定めることを規定。 ⑦届出実績がない新規の機能性関与成分について、届出資料の確認に特に時間を要すると消費者庁長官が認める場合には、販売前の届出資料の提出期限について、原則 60 営業日を特例として 120 営業日とすることを規定。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--

		・特別用途食品（特定保健用食品を除く。）について、これまで「特別用途食品の表示許可等について」（令和元年9月9日消食表第296号消費者庁次長通知。以下「次長通知」という。）に規定していた必要的表示事項について、健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令（平成21年内閣府令第57号）に規定し、法令上明確化するとともに、経口補水液を販売する際の留意事項等について次長通知に規定。 このほか、各種関係通知も改正。		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者ニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の目に付くような表示制度の見直し等により、食品表示の認知度が向上する。			
中期アウトカム	成果目標	保健表示の認知度の向上	成果指標	一般消費者における栄養成分表示の認知度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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） 栄養成分表示を参考にしている者の割合 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		70	70
	活動実績／成果実績(%)		47.2	--
	達成率(%)		67.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	国民の健康の増進に資する保健表示は、その認知度を高めることはもちろんのこと、適切に活用してもらう必要があるため「理解度」をアウトカムとした。 消費者及び事業者の両面から認知度の向上を図るとともに理解度を向上させることが重要である。			
長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上	成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。
	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(%)	70	70	70	70
	活動実績／成果実績(%)	36.7	35.5	44.2	--
	達成率(%)	52.4	50.7	63.1	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

アクティビティ	一般消費者や事業者に対して、効果的な普及・啓発に資する資料の作成等を行う。				
アウトプット	活動目標	保健機能食品に関する制度等に関する普及・啓発の取組		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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	45	45	45	45
	活動実績／成果実績(件)	50	58	113	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者及び事業者向けの普及・啓発に取り組むことで、保健機能食品等へ関心を持った消費者及び事業者から当庁の関連するウェブサイトへのアクセスが増加する。				
短期アウトカム	成果目標	保健機能食品等への関心の向上		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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁調べ 【変更理由】2023年度から消費者庁ウェブサイトの更改のため目標値を見直した。
	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(回)	2,000,000	110,000	110,000	150,000
	活動実績／成果実績(回)	1,920,784	104,951	138,252	--
	達成率(%)	96	95.4	125.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発により、消費者の制度への関心が高まり、食品表示の認知度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	保健表示の認知度の向上		成果指標	一般消費者における栄養成分表示の認知度	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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） 栄養成分表示を参考にしている者の割合 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。	
	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		目標年度 2025年度	
	当初見込み／目標値(%)		70		70	
	活動実績／成果実績(%)		47.2		--	
	達成率(%)		67.4		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	国民の健康の増進に資する保健表示は、その認知度を高めることはもちろんのこと、適切に活用してもらう必要があるため「理解度」をアウトカムとした。					
	消費者及び事業者の両面から認知度の向上を図るとともに理解度を向上させることが重要である。					
長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上		成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。	
	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(%)	70	70	70	70	
	活動実績／成果実績(%)	36.7	35.5	44.2	--	
	達成率(%)	52.4	50.7	63.1	--	

アクティビティからの発現経路 103-203-303-501

アクティビティ	制度の適切な運用に必要な事後チェックとして、販売されている機能性表示食品等の買上調査（関与成分等の含有量を分析）等を実施。				
アウトプット	活動目標	買上調査証の実施		活動指標	買上調査を実施した品目数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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 【成果指標の変更理由】明確な成果目標を設定するための見直し
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(品)	100	100	100	1,000
	活動実績／成果実績(品)	119	101	100	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	販売されている機能性表示食品等の買上調査を実施し、その結果を届出等の質の向上に反映させることで制度の適正化を図る。				
短期アウトカム	成果目標	機能性関与成分等の含有量が表示値を下回る商品の割合の低下		成果指標	機能性表示食品等において関与成分等の含有量が届出等資料の記載どおりと確認できた商品の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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 【成果指標の変更理由】アクティビティ変更に伴う見直し
	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(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98.1	97.6	--	--
	達成率(%)	99.9	100.4	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	機能性表示制度の届出が適切に行われていない事業者を適切に指導することにより、事業者の側から保健表示制度に関する理解度の向上を図る。				

長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上		成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。	
	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(%)	70	70	70	70	
	活動実績／成果実績(%)	36.7	35.5	44.2	--	
	達成率(%)	52.4	50.7	63.1	--	

アクティビティからの発現経路 104-204-304-501

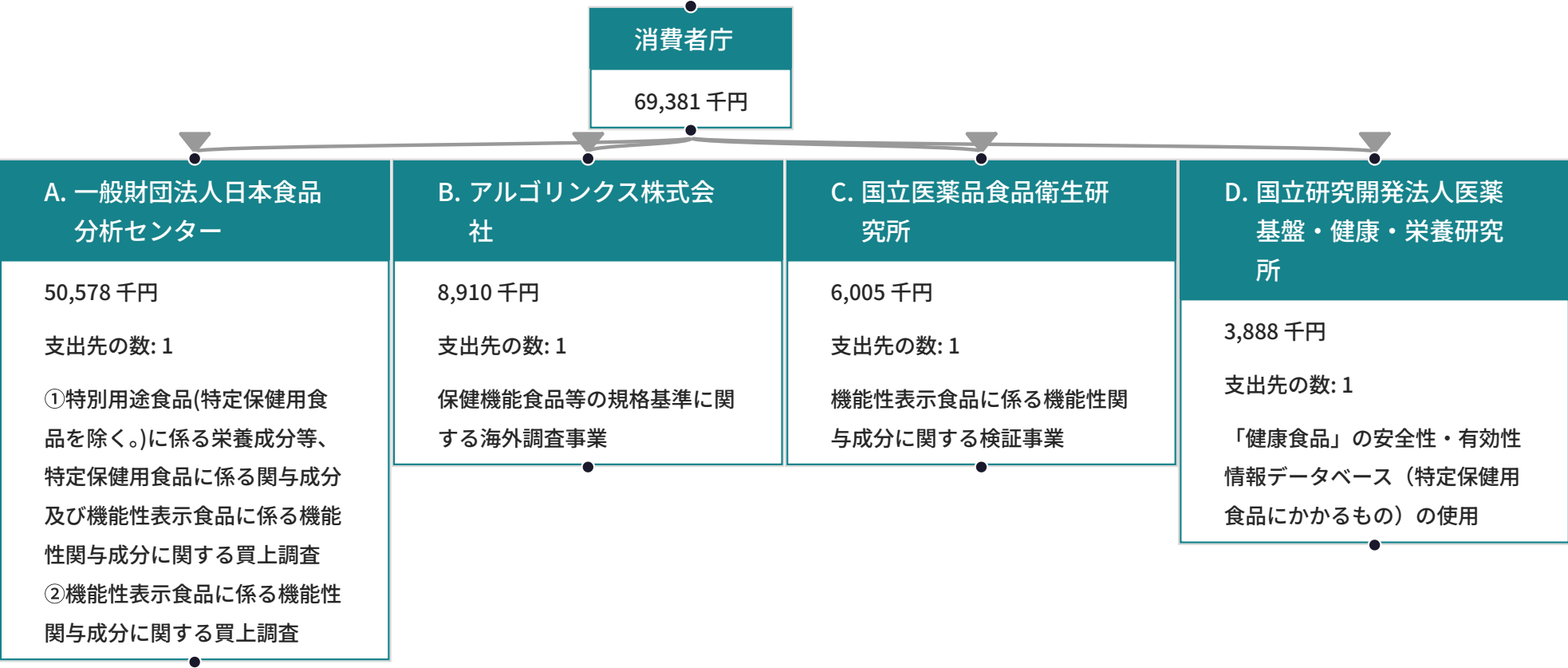
アクティビティ	特定保健用食品制度の適切な運用に必要となる、多くの特定保健用食品について製品情報の掲載をしているデータベースの運用。				
アウトプット	活動目標	データベースに掲載される特定保健用食品の製品情報の充実		活動指標	データベースに掲載されている販売中の特定保健用食品の製品情報の掲載率
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁調べ 【成果指標の変更理由】よりよい成果指標設定のための見直し
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	--	--	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本データベースを充実させることにより、消費者が商品選択の際に、本ウェブサイト（ https://hfnet.nibiohn.go.jp/specific-health-food/detail4722/ ）を参考とする、特定保健用食品（トクホ）制度により関心の高い消費者が増加する。				
短期アウトカム	成果目標	特定保健用食品制度への関心の向上		成果指標	「健康食品」の有効性・安全性情報へのアクセス回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	「健康食品」の有効性・安全性情報へのアクセス回数 【成果指標の変更理由】よりよいアウトカム設定のための見直し
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	1,000,000	--
	活動実績／成果実績(件)	432,715	702,791	933,512	--
	達成率(%)	--	--	93.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	もともと保健機能食品の関心がある消費者に対して、その関連情報の活用を推進することにより保健機能食品制度全体の理解度の向上を図る。				

長期アウトカム	成果目標	保健表示の理解度の向上		成果指標	一般消費者における栄養成分表示の理解度	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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） 【成果指標の変更理由】目標年度の終了に伴い、成果指標の見直しを行ったため。	
	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(%)	70		70	70	70
	活動実績／成果実績(%)	36.7		35.5	44.2	--
	達成率(%)	52.4		50.7	63.1	--
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根拠となる。本事業は、国民の健康に資する保健表示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、国費を投入し優先して実施する必要がある。 ・機能性表示食品等を国において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は、消費者の制度への信頼性を高めるためにも、国費投入の必要性が認められ（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。）、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。		
	目標年度における効果測定に関する評価	本事業の結果、既に当該表示に関心のある層からのデータベース等の活用は進んでいるものの、消費者の健康に資する保健表示の活用に向けた制度検討を進める必要がある。		
	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ほか、ニーズに即した制度の見直しを進める。		
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	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	保健機能食品制度は国民の関心の高いところである。 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、保健機能食品に関する制度を適切に運用していくこと。
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、適切な予算執行に努め、保健機能食品に関する制度を適切に運用してまいりたい。		
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	--			

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	一般財団法人日本食品分析センター	50,578	1	①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買上調査 ②機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査		
		支出先名		支出額	法人番号		
		一般財団法人日本食品分析センター		50,578	3011005000295		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度 機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査 随意契約（公募）		40,920	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。
		令和6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買上調査 随意契約（公募）		9,658	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。
	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	アルゴリンクス株式会社	8,910	1	保健機能食品等の規格基準に関する海外調査事業		
		支出先名		支出額	法人番号		
		アルゴリンクス株式会社		8,910	8010901035978		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		保健機能食品等の規格基準に関する海外調査事業 随意契約（公募）		8,910	3	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		
	C	国立医薬品食品衛生研究所	6,005	1	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		
		支出先名		支出額	法人番号		
		国立医薬品食品衛生研究所		6,005	9999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		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 その他(支出委任)		6,005	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		
	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	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	3,888	1	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース（特定保健用食品にかかるもの）の使用		
	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		3,888	9120905002657			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「健康食品」の安全性・有効性情報データベース（特定保健用食品にかかるもの）の使用 随意契約（その他）(特命随契)		3,888	1	--	本事業を確実に実施することができる条件が整った事業者が他に想定されないため。	
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	一般財団法人日本食品分析センター	令和6年度 機能性表示食品に係る機能性関与成分に関する買上調査	事業費	調査		37,200
	--	--	--	税額	消費税		3,720
	B	アルゴリンクス株式会社	保健機能食品等の規格基準に関する海外調査事業	事業費	役務		8,100
	--	--	--	税額	消費税		810
	D	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（特定保健用食品にかかるもの）の使用	事業費	役務		3,535
	--	--	--	税額	消費税		353
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	宮長郁夫						
	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	2025			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	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、適正に運用するために恒常的に必要となる取組を実施する。						
	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運用するためには、企画・立案に係る各種調査のみならず、恒常的に専門家の意見を聴取する必要があるとともに、②国際基準であるコーデックス規格との整合性をとるため、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恒常的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印刷。 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及び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
	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7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	・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）		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	
	・健康・医療戦略（令和7年2月18日閣議決定）		https://www.kantei.go.jp/jp/singi/kenkouiryousuisin/ketteisiryouskakugi/r070218senryaku.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	--			

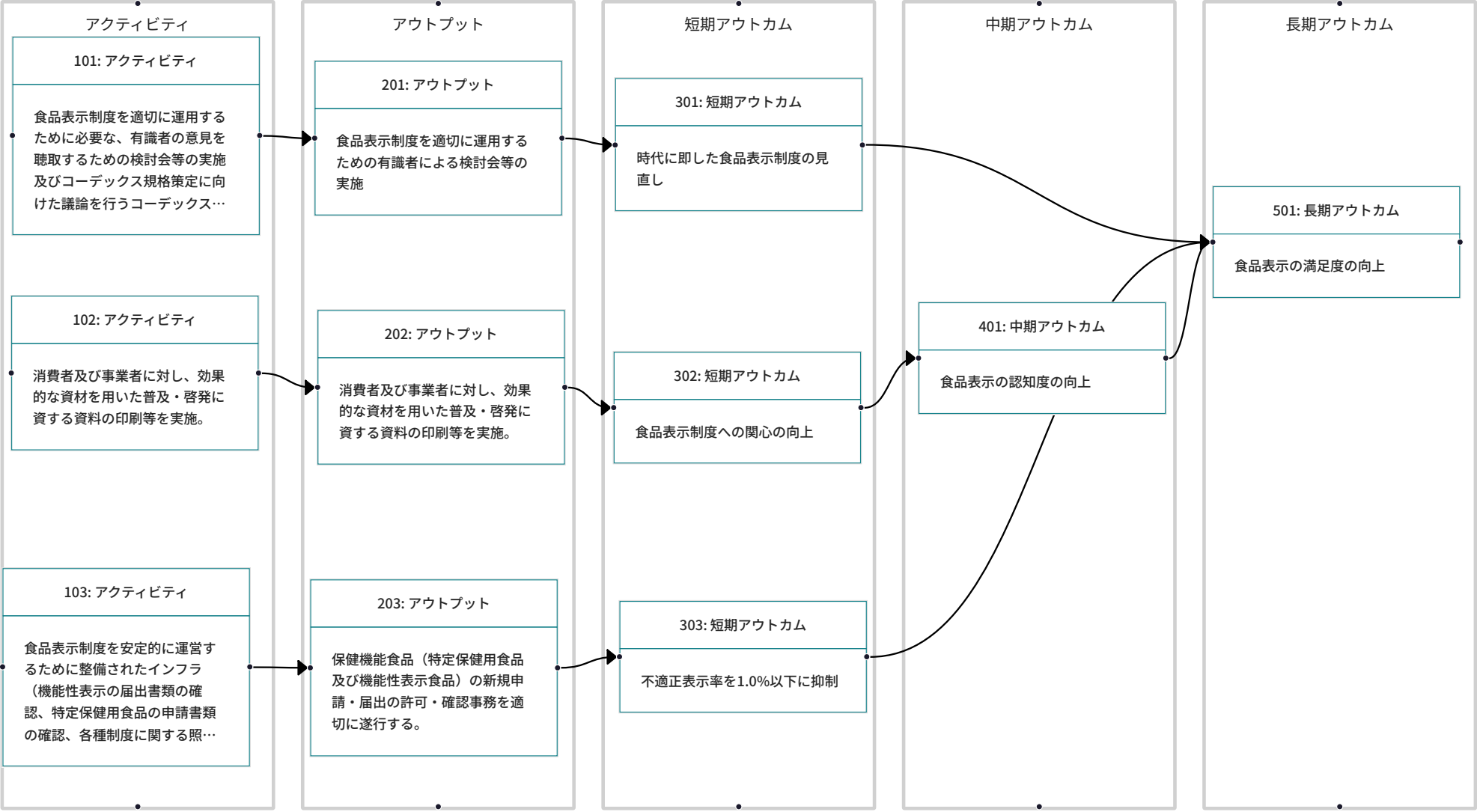
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		98,000	92,000	89,656	97,248	103,879
	当初予算		96,000	92,000	96,107	102,791	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		96,000	92,000	96,107	102,791	--
	執行額		95,000	97,218	89,491	--	--
	執行率		99%	105.7%	93.1%	--	--

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 / 非常勤職員手当			--		54,930	54,930
		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			--		37,728	38,645
		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			--		5,743	5,541
		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	3,497
		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	1,266
		主な増減理由						
単価の増加によるもの			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 101-201-301-501

アクティビティ	食品表示制度を適切に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等の品目の見直しの検討等 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 ③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等の国際会議等への出席				
アウトプット	活動目標	食品表示制度を適切に運用する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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	検討会等の開催件数
	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	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	4	4	4	4
	活動実績／成果実績(回)	10	6	4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	各検討会の結果を踏まえ、食品の安全性の確保及び消費者の合理的選択に資する時代に即した食品表示制度の見直しを実施。				

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	・令和2年3月に公表された「食品添加物表示制度に関する検討会報告書」等を踏まえ、一般用加工食品の横断的義務表示における添加物の免除規定のうち、栄養強化の目的で使用されるものに関する記述を削除。 ・①「日本人の食事摂取基準（2025年版）」策定検討会報告書（厚生労働省）を踏まえた栄養素等表示基準値等の改正、②推奨表示事項である「食物繊維」の許容差の範囲の改正及び0と表示することができる量の規定の追加並びに③ビタミンB群の測定及び算出の方法の追加。 ・食品表示基準が策定されてから本格的な見直しを行っていなかった「個別品目ごとの表示ルール」について、「個別品目ごとの表示ルール見直し分科会」における検討の結果を踏まえた所要の改正を実施。 ・「食品期限表示の設定のためのガイドライン」について、安全係数の設定の考え方や賞味期限を過ぎてもまだ食べることができる期限の情報提供等、食品ロス削減の観点も踏まえ改正。 ・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取りまとめ）を踏まえ、以下のとおり食品表示基準を改正。 ①届出者の遵守事項として、健康被害と疑われる情報を収集し、健康被害と疑われる情報を得た場合には、速やかに都道府県知事等に提供するとともに、消費者庁長官に提供すること等を規定。 ②届出日以降の科学的知見の充実により機能性関与成分について特定の保健の目的が期待できる旨の表示をすることが適切でないと消費者庁長官が認めた食品は、機能性表示食品の要件を満たさないことを規定。 ③届出者の遵守事項として、錠剤、カプセル剤等食品についてはGMPに基づく製造管理を規定。 ④「機能性及び安全性について国による評価を受けたものではない旨」、「疾病の診断、治療、予防を目的としたものではない旨」、また、摂取する上での注意事項として、医薬品等との相互作用や過剰摂取防止のための注意喚起を具体的に記載する等、表示の方法や表示位置などの方式等を見直し。 ⑤届出者の遵守事項として、届出者は、遵守事項を遵守してい	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--

		ることを届出後一年ごとに自己評価し、その結果を毎年消費者庁長官に報告することを規定。 ⑥ ア) 当該食品に関する表示の内容、イ) 食品関連事業者名及び連絡先等の食品関連事業者に関する基本情報、ウ) 安全性及び機能性の根拠に関する情報、エ) 生産・製造及び品質の管理に関する情報、オ) 健康被害の情報収集体制及びカ) その他必要な事項について、届け出られるべき情報として具体的に規定するほか、様式等については内閣府告示で定めることを規定。 ⑦ 届出実績がない新規の機能性関与成分について、届出資料の確認に特に時間を要すると消費者庁長官が認める場合には、販売前の届出資料の提出期限について、原則 60 営業日を特例として 120 営業日とすることを規定。 ・特別用途食品（特定保健用食品を除く。）について、これまで「特別用途食品の表示許可等について」（令和元年 9 月 9 日消食表第 296 号消費者庁次長通知。以下「次長通知」という。）に規定していた必要的表示事項について、健康増進法に規定する特別用途表示の許可等に関する内閣府令（平成 21 年内閣府令第 57 号）に規定し、法令上明確化するとともに、経口補水液を販売する際の留意事項等について次長通知に規定。 このほか、各種関係通知も改正。		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者のニーズに適切に応える食品表示制度の改正が、本制度改正において重要であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品表示制度を時代に合わせて見直すことで（消費者がより安心して合理的に食品を選べるようになり）結果として制度の（有効性や）満足度が高まる。			
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上	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	--	実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	--	98	98	--
	達成率(%)	--	100	100	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

アクティビティ	消費者及び事業者に対し、効果的な資材を用いた普及・啓発に資する資料の印刷等を実施。				
アウトプット	活動目標	消費者及び事業者に対し、効果的な資材を用いた普及・啓発に資する資料の印刷等を実施。		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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(枚)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(枚)	293,748	12,763	11,461	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	作成した普及啓発資材を用いて、適切に普及・啓発に取り組むことで、食品表示へ関心を持った消費者及び事業者から当庁の関連するウェブサイトへのアクセスが増加する。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心の向上		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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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	2025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)	4,576,478	6,572,624	5,914,984	--
	達成率(%)	114.4	164.3	147.9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の食品表示制度への関心が高まり、食品表示の認知度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の認知度の向上		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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(%)	65	65	65	65	
	活動実績／成果実績(%)	56.3	56.5	60.8	--	
	達成率(%)	86.6	86.9	93.5	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	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」もあいまって、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。普及啓発による食品表示制度の認知度の向上により、認知者を拡大した上で、最終的な消費者の満足度を向上することが重要である。					
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上		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	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	98	98	98	
	活動実績／成果実績(%)	--	98	98	--	
	達成率(%)	--	100	100	--	

アクティビティからの発現経路 103-203-303-501

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及び製造所固有記号の申請事務への対応）の安定的な運用。				
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）の新規申請・届出確認数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(回)	1,443	1,444	1,596	--
↓ 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）からの照会対応に適切に対応することで、不適正表示が減少する。 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及び製造所固有記号の申請事務への対応も存在し、その問合せ件数は以下のとおり。 ＜各種制度に関する照会への対応＞ 2022年度：20,272件、2023年度：9,614件、2024年度：16,728件 ＜製造所固有記号の申請事務への対応＞ 2022年度：8,371件、2023年度：8,883件、2024年度：8,763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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	一斉取締りの実施に伴う、加工食品における不適切表示の割合
	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(%)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(%)	1.3	--	--	--
	達成率(%)	76.9	--	--	--
↓ 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が向上する。				

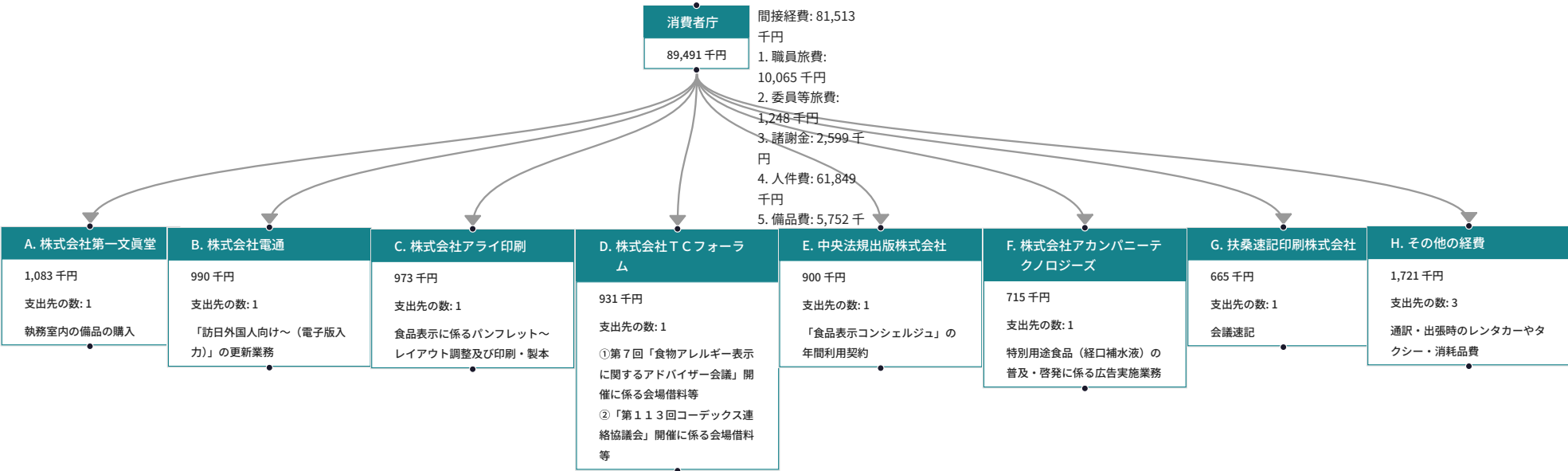
長期アウトカム	成果目標	食品表示の満足度の向上		成果指標	食品表示の消費者の満足度	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品表示に関する消費者意向調査報告書（消費者庁調べ）	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(%)		--	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)		--	98	98	--
	達成率(%)		--	100	100	--
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	食品表示制度の運用は、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並びに国民の健康の増進に資するために不可欠であり、優先度が高く、かつ国において実施する必要があるが、上記の点検結果のとおり、活動実績が見込みに見合ったものであり、また、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	本事業の結果、食品表示に対する消費者における満足度は高い水準となっており、引き続き、この水準が維持できるよう適切に実施する。		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に運用する。		
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、引き続き複数社からの見積もりをとるなどに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	可能な範囲で、より競争性の高い発注が行えるよう努めていきたいと考えているが、特定の表示事項が制度化されるまでの過程には、必要な要素が多くあり、予め計画を立てて進めることが困難なものがあることについてご理解いただきたい。		
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



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	株式会社第一文眞堂	1,083	1	執務室内の備品の購入	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社第一文眞堂		1,083	5010401017488		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	執務室内の備品の購入 一般競争契約（最低価格）		1,083	--	--	
	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	株式会社電通	990	1	「訪日外国人向け～（電子版入力）」の更新業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社電通		990	5010401143788		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「訪日外国人向け～（電子版入力）」の更新業務 随意契約（少額）		990	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	株式会社アライ印刷	973	1	食品表示に係るパンフレット～レイアウト調整及び印刷・製本	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社アライ印刷		973	6010901000777		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品表示に係るパンフレット～レイアウト調整及び印刷・製本 随意契約（少額）		973	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ＴＣフォーラム	931	1	①第7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 ②「第113回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等	
	支出先名		支出額	法人番号		

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		
	株式会社ＴＣフォーラム	931	2120001077610			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「第１１３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）	503	1	--	--	
	第７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（少額）	428	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	中央法規出版株式会社	900	1	「食品表示コンシェルジュ」の年間利用契約		
	支出先名	支出額	法人番号			
	中央法規出版株式会社	900	1200001003377			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「食品表示コンシェルジュ」の年間利用契約 随意契約（その他）(特命随契)	900	1	--	業務に必要な情報を提供できる事業者が一者であったため	
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	株式会社アカンパニーテクノロジーズ	715	1	特別用途食品（経口補水液）の普及・啓発に係る広告実施業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社アカンパニーテクノロジーズ	715	9011001129348			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	特別用途食品（経口補水液）の普及・啓発に係る広告実施業務 随意契約（少額）	715	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	扶桑速記印刷株式会社	665	1	会議速記		
	支出先名	支出額	法人番号			

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	
	扶桑速記印刷株式会社	665	9010001027784		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	会議速記 随意契約（少額）	665	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	その他の経費	1,721	3	通訳・出張時のレンタカーやタクシー・消耗品費	
支出先名		支出額	法人番号		
その他の経費		1,620	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
書籍・備品等の購入 一般競争契約（最低価格）		1,620	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
タクシー会社		83	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
タクシーの利用 一般競争契約（最低価格）		83	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
レンタカー会社		18	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
レンタカーの利用 一般競争契約（最低価格）		18	--	--	

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	株式会社電通	「訪日外国人向け～（電子版入力）」の更新業務	事業費	役務	900
	--	--	--	税額	消費税	90
	C	株式会社アライ印刷	食品表示に係るパンフレット～レイアウト調整及び印刷・製本	事業費	印刷製本費	885
	--	--	--	税額	消費税	88
	D	株式会社ＴＣフォーラム	「第１１３回コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等	事業費	会議	457
	--	--	--	税額	消費税	46
	E	中央法規出版株式会社	「食品表示コンシェルジュ」の年間利用契約	役務提供	アカウントの貸出し	900
	F	株式会社アカンパニーテクノロジーズ	特別用途食品（経口補水液）の普及・啓発に係る広告実施業務	事業費	広告	650
	--	--	--	税額	消費税	65
	G	扶桑速記印刷株式会社	会議速記	事業費	速記	605
	--	--	--	税額	消費税	60
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	森島英之					
	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	2025	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	--			

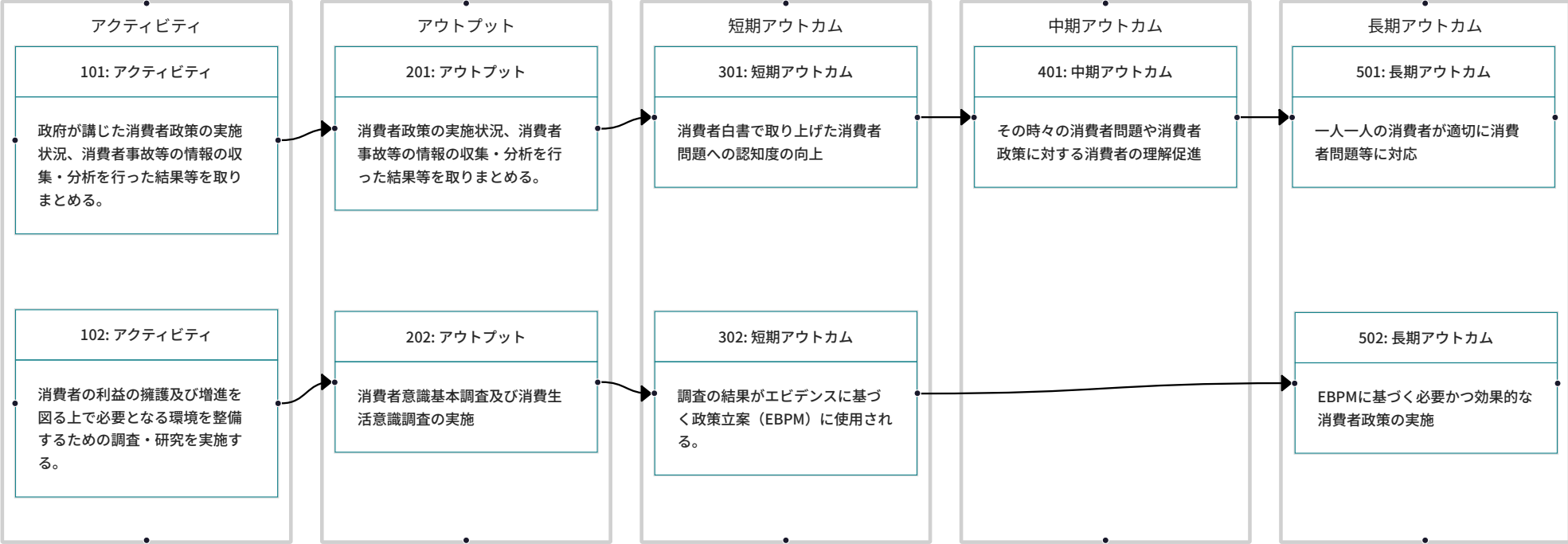
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		123,000	86,000	69,000	72,400	73,566
	当初予算		66,000	75,000	69,629	73,821	--
	補正予算		△60	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	811	--	--
	計		65,940	75,000	70,440	73,821	--
	執行額		60,000	61,281	59,887	--	--
	執行率		91%	81.7%	85%	--	--

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			--		59,470	52,427
		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			--		13,733	20,540
		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	304
		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	169
		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	126
		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 101-201-301-401-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025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	--		実績／目標／見込み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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(回数)	4	7	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	7	7	5	--
	達成率(%)	175	100	71.4	--
↓ 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	実績／目標／見込み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一つの定量的な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	--
 後続アウトカムへのつながり	その時々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、各府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策の実施がとられるよう担保される効果があった	実績／目標／見込み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、対応の程度を一つの定量的な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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

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	--			実績／目標／見込み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	2025年度				
	当初見込み／目標値(回数)		1	7	7	7				
	活動実績／成果実績(回数)		7	6	7	--				
↓ 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	--			実績／目標／見込み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６年６月１４日改定） https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_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	2025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	28	--				
	達成率(%)		--	111.5	96.6	--				

↓ 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	実績／目標／見込み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的な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	--
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6年6月14日改定）		
	URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf		
	該当箇所	重点項目 1・3・8・9・10・12・13・14		

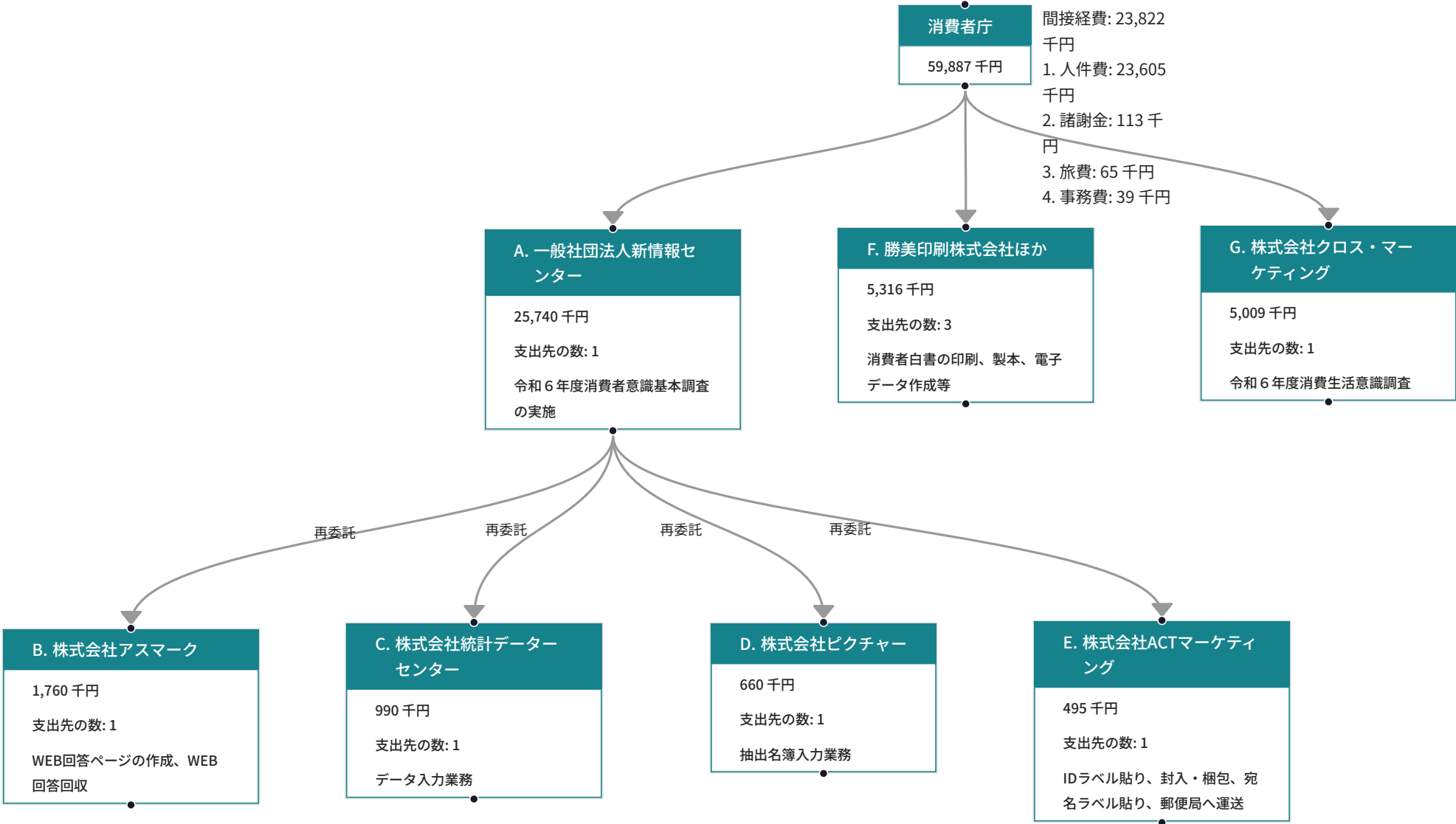
点検・評価

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	アクティビティ102については、短期のアウトカムである収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう引き続き調査しつつ、2025年度から活動・成果目標の見直しを行う。		
	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	2025
	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	①標記のタイトルは、本事業が、「及び」でつながった二つの事柄が並列しているように見えながら、概要・目的欄の記述では、「白書」の作成を最終目標に据え、その白書の理解を通じて国民が消費者政策を広く理解していく事業であるかのように読めるものとなっている。点検・評価欄に、白書は国会への報告が義務付けられていると書かれているように、白書の作成は、一般国民が親しく接する情報提供の形とはなっていないのが現実である。 白書の概要版の発行とか、様々な工夫も取り入れられていくものとは思われるが、「消費者意識・行動の調査・分析」は欠かせない一方で、それは国会提出を目的とする「白書」に結実すべきものとは限定せず、様々な形で、国民の問題意識にきめ細かく応えていく成果物を生み出すことで、高い関心を引き起こしていくべきものと思う。白書の存在を否定するものではないが、白書が消費者庁の活動の集大成であるかのように位置付けることには、無理があるように思われる。事業の在り方自体の再検討を考えるべき時期ではなかろうか。 ②消費者意識・行動等の調査・分析については、新未来創造戦略本部の知見等も活用し、より高度な分析等に取り組むことも重要ではないか。 消費者白書に係る全国紙の報道だけでなく、SNSやウェブサイトへのアクセス数等、多様な媒体の実績を公表することも必要ではないか。 ③短期アウトカムが「消費者白書が全国紙（5大紙）で報道された回数」となっているが、これは妥当だろうか。また、7回という目標値の妥当性どうか。 中期のアウトカムが「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」となっており、数値目標が記載されていないが、それを読み取れる代替的な目標値の作成は可能か再考を。また、「白書」の作成それ自体がこの目標に与える効果よりも、各種消費者教育、啓蒙の諸活動が大きいと思われる。「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。」との記述もあるが、ロジックにその要因が大きいのであればより強調すべきでは。認識という意味では、各種商業誌等での引用回数、学校教育における使用頻度が関連するだろうが、意識の変化にどの程度繋がるかのロジックが見えにくい問題も。ロジックモデルが作りにくいところ。		
	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	アウトプットやアウトカムの内容や評価方法等を再考していく余地があるように思われる。 活動・成果目標の見直しを適宜行っていただきたい。 引き続き必要な調査・研究を行い、より多くの消費者に対して情報提供・周知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	御指摘を踏まえ、適切な目標等の設定について検討を続けるとともに、引き続き必要な調査・研究を行い、消費者に対し効果的な情報提供・周知啓発に取り組んでいく。		
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



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		25,740	1	令和6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		25,740	1011005000041		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度消費者意識基本調査 一般競争契約（最低価格）		25,740	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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		1,760	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		1,760	2010901015886		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「令和6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)		1,760	--	--	--
	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「令和6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		

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		
	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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「令和6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・梱包、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A C T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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「令和6年度消費者意識基本調査」業務に係るIDラベル貼り、封入・梱包、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	5,316	3	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	4,397	9010001001855			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等の作業請負 一般競争契約（最低価格）	4,090	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	令和7年度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）	200	1	--	--	
	令和6年版消費者白書市販版の購入 随意契約（少額）	106	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			

	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		
	株式会社明和サービス		754	8011201011876			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		令和6年度版消費者白書の梱包・発送 随意契約（少額）	754	1	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社エアクレーレン		165	4010401004009			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		『令和6年版消費者白書』概要版の英訳業務 随意契約（少額）	165	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 株式会社クロス・マーケティング		5,009	1	令和6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		5,009	9010001086351		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		令和6年度消費生活意識調査 一般競争契約（最低価格）	5,009	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	

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6年度消費者意識基本調査	雑役務費	令和6年度消費者意識基本調査の実施	21,835
	--	--	--	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	1,760
	--	--	--	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・梱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6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	1,760
	F	勝美印刷株式会社	令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等の作業請負	印刷製本費	令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等	4,090
	G	株式会社クロス・マーケティング	令和6年度消費生活意識調査	雑役務費	令和6年度消費生活意識調査	5,009
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	小田典靖 森島英之							
	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	2025			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等に伴い、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		--	--

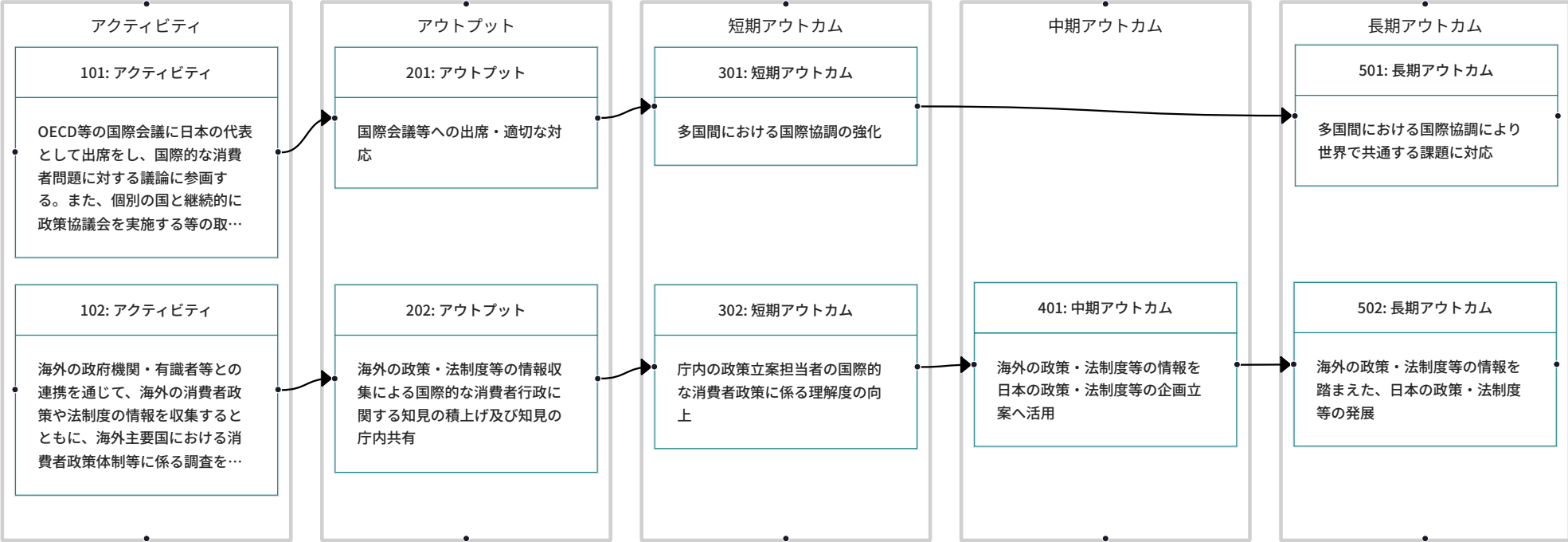
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
	--		--	
	--		--	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		168,000	150,000	157,000	143,778	143,054	
	当初予算		95,000	107,000	130,178	137,748	--	
	補正予算		△23	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	△3,233	1,836	--	--	
	計		94,977	103,767	132,014	137,748	--	
	執行額		76,000	71,784	84,951	--	--	
	執行率		80%	69.2%	64.3%	--	--	
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	--		22,115		--	
		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			--		67,198	66,267
		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			--		40,287	40,287
		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			--		22,365	28,413
		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			--		6,866	6,846
		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			--		1,032	1,032
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		0	209
	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 101-201-301-501

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。					
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	--		実績／目標／見込み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	2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	0	36	36	36	
	活動実績／成果実績(件)	36	47	52	--	
↓ 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。		実績／目標／見込み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	--	
↓ 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	--		実績／目標／見込み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	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(回)	3	2	3	2	2
	活動実績／成果実績(回)	3	2	2	--	--
	達成率(%)	100	100	66.7	--	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-502

アクティビティ	海外の政府機関・有識者等との連携を通じて、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。				
アウトプット	活動目標	海外の政策・法制度等の情報収集による国際的な消費者行政に関する知見の積上げ及び知見の庁内共有		活動指標	連携した国等の数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	活動指標については、国際的な知見の収集等に資する取組の状況がより適切に把握できるよう「国際シンポジウム等の開催件数」から「連携した国等の数」に変更した。
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	5	9	10	6
	活動実績／成果実績(件)	9	10	1	--
↓ 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	海外の政府機関との交流や連携によって得られた知見の報告等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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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：デジタル社会における消費者法制の比較法研究）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した。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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。				

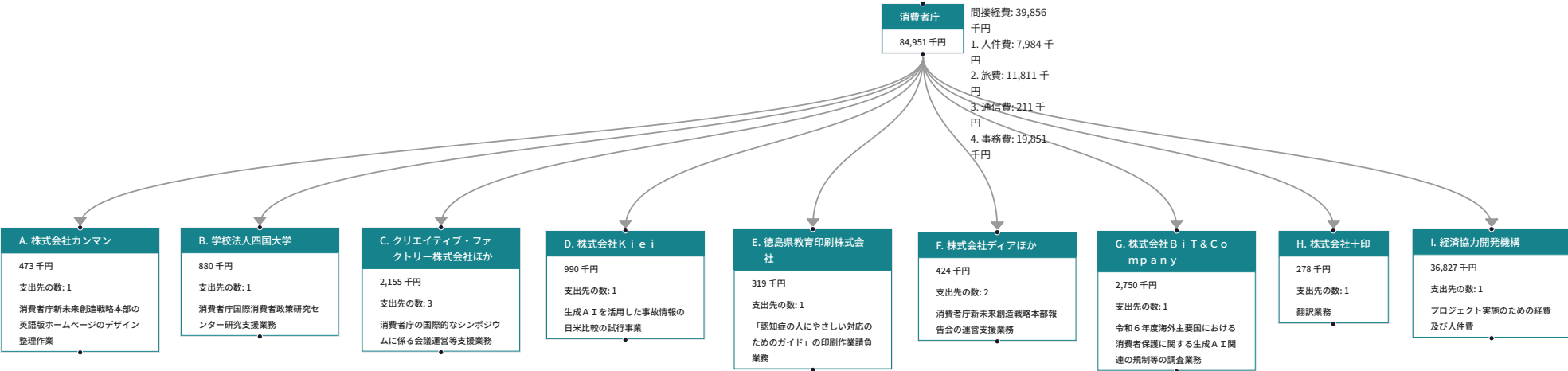
長期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の発展	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	共有された海外の政策・法制度等の情報（例：デジタル社会における消費者法制の比較法研究）も参考としつつ、日本の政策等が進められた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	海外の情報を踏まえた政策・法制度の実施状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連する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。 ・国際交流や調査研究を通じて得られる海外の情報は、我が国の中長期的な消費者政策の立案や法制度の発展に資するものであり必要不可欠である。また、支出は海外の機関等との交流や調査研究、消費者庁の施策の情報発信のために支出した経費として真に必要なものである。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	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	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



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	株式会社カンマン	473	1	消費者庁新未来創造戦略本部の英語版ホームページのデザイン整理作業		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社カンマン		473	1480001000330		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		消費者庁新未来創造戦略本部の英語版ホームページのデザイン整理作業 随意契約（少額）		473	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	学校法人四国大学	880	1	消費者庁国際消費者政策研究センター研究支援業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		学校法人四国大学		880	1480005000368		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		消費者庁国際消費者政策研究センター研究支援業務 随意契約（少額）		880	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	クリエイティブ・ファクトリー株式会社ほか	2,155	3	消費者庁の国際的なシンポジウムに係る会議運営等支援業務		
		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		919	3011301024114		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		消費者庁の国際的なシンポジウムに係る会議運営等支援業務 一般競争契約（最低価格）		919	5	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
		支出先名		支出額	法人番号		
		勝美印刷株式会社		643	9010001001855		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
		消費者庁の国際的なシンポジウムの成果の印刷製本等業務 随意契約（少額）	643	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社タトル・モリエイジェンシー		592	7010001243805		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	海外有識者の動画撮影に係るキャスティング・動画撮影補助 随意契約（少額）		592	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K i e i		990	1	生成A Iを活用した事故情報の日米比較の試行事業	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社K i e i		990	6011103012727		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	生成A Iを活用した事故情報の日米比較の試行事業 随意契約（少額）		990	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	徳島県教育印刷株式会社		319	1	「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」の印刷作業請負業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	徳島県教育印刷株式会社		319	1480001001411		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」の印刷作業請負業務 随意契約（少額）		319	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	株式会社ディアほか		424	2	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の運営支援業務	
	支出先名		支出額	法人番号		

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	
	株式会社ディア	324	8480001006338		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の運営支援業務 随意契約（少額）	324	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人 A	100	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の周知資料作成作業 随意契約（少額）	100	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 B i T & C o m p a n y	2,750	1	令和 6 年度海外主要国における消費者保護に関する生成 A I 関連 の規制等の調査業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社 B i T & C o m p a n y	2,750	7010001234218		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和 6 年度海外主要国における消費者保護に関する生成 A I 関連 の規制等の調査業務 一般競争契約（最低価格）	2,750	7	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
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	株式会社十印	278	1	翻訳業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社十印	278	3010401048213		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「第 2 回日 E U 消費者政策実務者協議」資料の翻訳業務 随意契約（少額）	170	1	--	--
	「日 E U 政策協議」資料の翻訳業務 随意契約（少額）	81	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			
			「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）	28		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			
	I	経済協力開発機構			36,827		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			36,827		9999999999999				
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額		入札者数		落札率(%)		一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
任意拠出金 その他(任意拠出)			36,827		--		--		--		
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	
	G	株式会社B i T & C o m p a n y		令和6年度海外主要国における 消費者保護に関する生成A I 関 連の規制等の調査業務		雑役務費		令和6年度海外主要国における消費者保護 に関する生成A I 関連の規制等の調査業務		2,750	
	I	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		36,827	
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	茶谷晋太郎				
	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	2025	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/whistleblower_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				
	第５期消費者基本計画（令和７年３月18日閣議決定）第４章２．（２）①	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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	--					

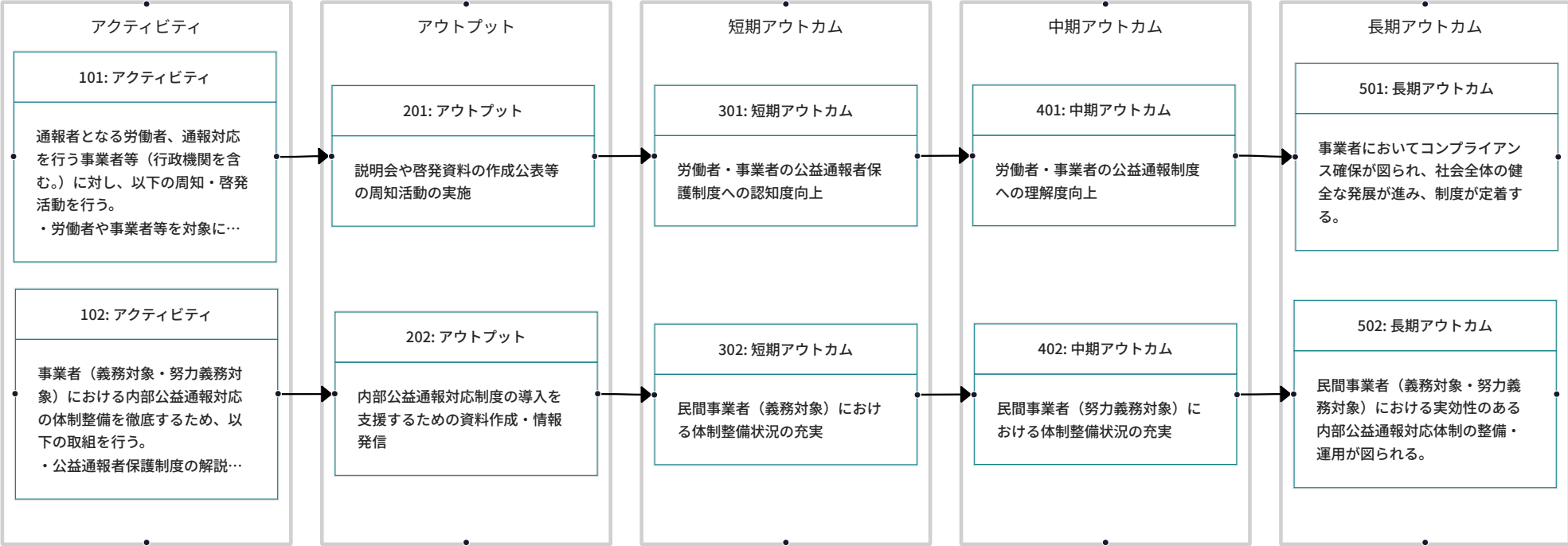
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		60,000	116,200	91,000	235,326	147,329
	当初予算		92,200	102,000	90,604	147,329	--
	補正予算		--	88,000	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	47,850	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		92,200	190,000	138,454	147,329	--
	執行額		46,000	144,473	93,658	--	--
	執行率		49.9%	76%	67.6%	--	--

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			--	110,867	110,151
		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			--	26,723	26,645
		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	4,303
		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			--	3,344	3,408
		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	1,914
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 審査活動旅費			--	--	908
	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 101-201-301-401-501

アクティビティ	通報者となる労働者、通報対応を行う事業者等（行政機関を含む。）に対し、以下の周知・啓発活動を行う。 ・労働者や事業者等を対象に、事業者向け・行政機関向け説明会を開催する。 ・啓発資料（動画やリーフレット等）を作成・公表するとともに、ターゲット（経営者・就労者）を絞った効果的な周知啓発活動（電車広告、WEB広告等）を実施する。 ・公益通報者保護法のQ&Aを作成し、消費者庁ウェブサイトで公表する。 ・裁判事例を収集・分析し、消費者庁ウェブサイトで公表する。							
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	--			実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁が開催した事業者向け・行政機関向け説明会の参加者総数を算出		
	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		2025年度
	当初見込み／目標値(人)	2,000		2,000		2,000		2,000
	活動実績／成果実績(人)	2,078		2,503		424		--
↓ 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、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	--			実績／目標／見込み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） ※本調査は法の施行状況を確認するために定期的に実施することとしている		
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	30	--	--	--	--	--	50
	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	--			実績／目標／見込み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） ※本調査は法の施行状況を確認するために定期的に実施することとしている		
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(%)	25	--	--	--	--	--	40
	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））			実績／目標／見込み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	社会全体で定着したと言えるには、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	--		

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-502

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、以下の取組を行う。 ・公益通報者保護制度の解説動画や内部規程例等の「内部通報制度導入支援キット」を作成し、消費者庁ウェブサイト「はじめての公益通報者保護法」ページで公開する。 ・事業者の体制整備状況を把握するとともに、体制整備義務等に違反する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。 ・労働者や事業者等を対象に、事業者向け・行政機関向け説明会を開催する。				
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	--		実績／目標／見込み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(件)		20,000	20,000	20,000
	活動実績／成果実績(件)		21,458	28,523	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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）※本調査は法の施行状況を確認するために定期的に実施することとしている
	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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	85	--	--	95
	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。				

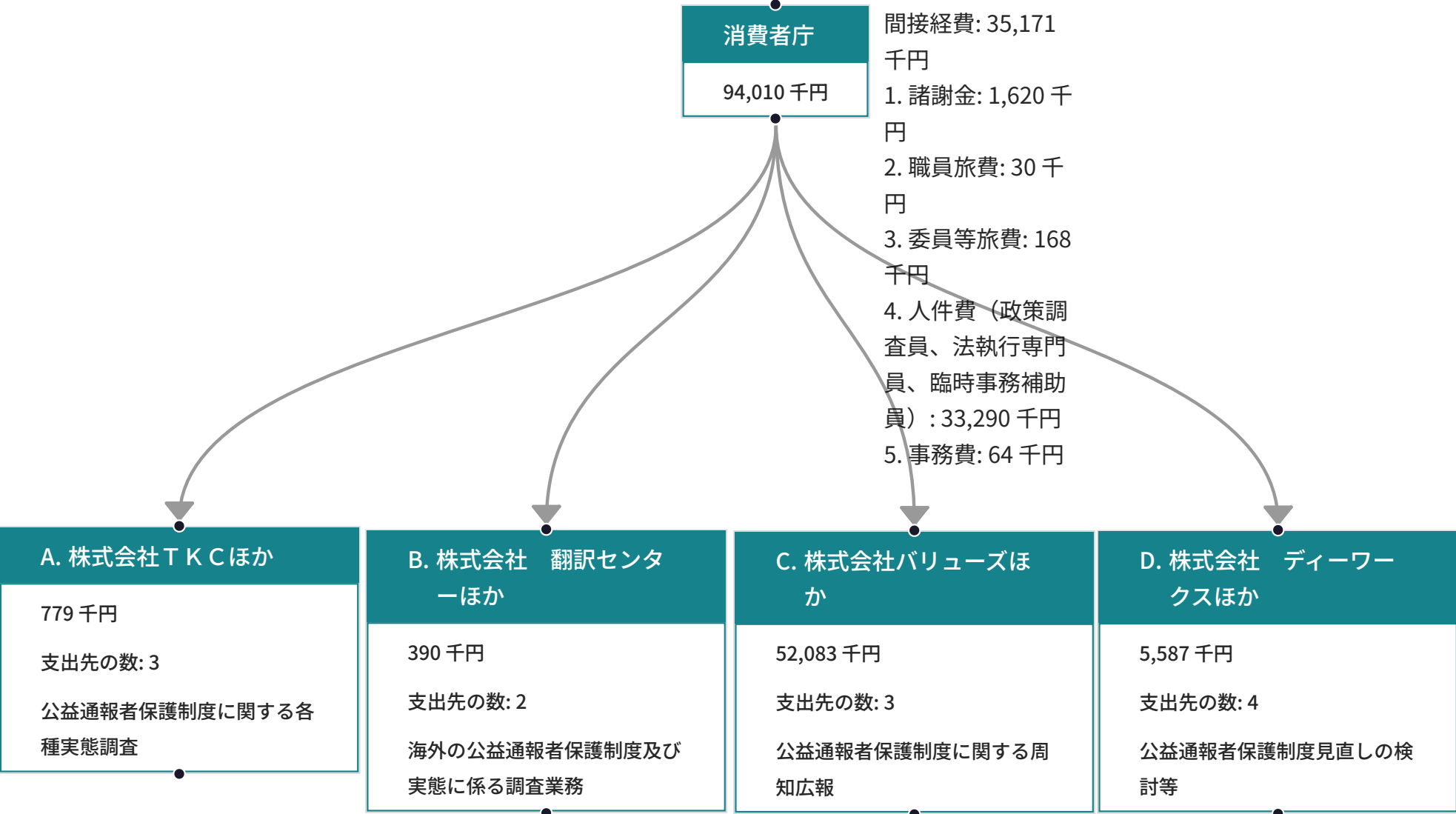
中期アウトカム	成果目標	民間事業者（努力義務対象）における体制整備状況の充実		成果指標	民間事業者（努力義務対象）における窓口設置等の体制整備状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	民間事業者等における内部通報制度の実態調査（令和５年度） ※本調査は法の施行状況を確認するために定期的実施することとしている
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	35	--	--	60
	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））		実績／目標／見込み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	--
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> 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6年度の執行率が67.6%となっており、令和5年度（76%）から落ちている。これは、令和6年度では法制度の見直しを主たる業務として行っており、令和5年度と比較して、実態調査や周知・啓発に係る業務が減少したためである。 <有効性> 公益通報者保護制度について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。なお、指標ともなっている説明会の参加人数について、令和6年度は過年度よりも減少しているが、これは同年度は過年度と比較して、対面での開催が多かったこと、法制度見直し業務に注力したのに伴い説明会の開催回数自体が減少したこと起因しており、限られたリソースの中で適切に実施出来ていると考える。 また、令和2年改正法附則第5条の検討条項を踏まえ、令和6年5月から有識者により構成される「公益通報者保護制度検討会」を開催した。その場では近年の法制度を巡る国内外の動向や改正後の施行状況を踏まえた課題について検討が行われ、同年12月に報告書を取りまとめられた。その後、同報告書の内容を踏まえて法案の検討を行い、令和7年3月4日に「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、同法律案は第217回国会に提出された。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	消費者庁では有識者検討会報告書を踏まえて法案の検討を行い、令和7年3月4日に「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、同法律案は第217回国会に提出され、同年6月4日に成立、同月11日に公布された。同改正法は、公布の日から起算して1年6月を超えない範囲内において政令で定める日から施行されることとされており、施行に向けて必要な対応を行っていく。 また、制度の浸透が道半ばである中、改正後の制度が正しく理解されるよう、分かりやすい解説動画やリーフレットを作成し、様々な媒体を通じて国民や事業者に対する周知を徹底していく。 加えて、今回の法改正等を踏まえて、不利益取扱いの範囲や事業者が周知すべき事項等について明確化を図るため、体制整備義務に関して事業者がとるべき措置を定めた法定指針を改正する方向で検討していく。

外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2025
	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	①アウトカムの指標について、認知度及び理解度を用いることは他省庁でもよく見られるところであるが、実際には、白か黒かといった割り切りで済むものではなく、指標としては曖昧なものでしかない。より具体的な「程度」を織り込んだ指標とする努力が必要であるように思われる。また、本件では、短期指標に「認知度」、中期指標に「理解度」を用いているが、短期・中期で異なる指標を用いることは、短期指標が、中期的にどのような状態にあるかは問わないとも解されているようにも見受けられる。つまり、短期と中期で、異なる指標を用いる場合には、相互に関連しあっているものであることが前提になっている必要があり、このことは配布資料の「後続アウトカムへのつながり」にも触れられている。ただ、定性的に両者には関連がみられるということだけでは十分でなく、本件でも、認知度の当初目標が「30%」とし、中期指標の理解度の当初目標が「25%」とすることが、認知者の8割程度が理解している可能性があるといったエビデンスがあってしかるべきではないかと思われる。 ②公益通報者保護制度に対する認知度及び理解度を高めるためのアクティビティとして、説明会以外の多様な活動に取り組んでいるのであれば、それらの実績も広く公表すべきではないか（そうすることで短期アウトカムとのつながりがより確保できると思われる。）。 また、制度の周知方法として紙媒体だけでなく動画作成等、多様な方法の検討及びそれらの実績の公表も必要ではないか。 ③成果指標の目標水準について、前年度実績や施策内容を踏まえ、より意欲的な水準を設定すべきではないか。 ④民間事業者（義務対象）の体制整備状況については、実態調査や報道等を端緒とするだけでなく、より幅広い企業の履行状況を網羅的に把握できるようさらなる工夫が必要ではないか。 ⑤制度の認知と普及を促進するという政策の狙いは妥当だし、その必要性は高いと考えられるが、体制整備促進において「短期アウトカム」と「中期アウトカム」、通常前のアウトカムが後のアウトカムに段階的に発展していくモデルを提示する必要があるので、「義務」「努力義務」の順番に並んでいる。発現経路について、もう少し工夫する余地があるのではないか。 ⑥アウトプットがアクセス数でアウトカムが体制整備という点もロジックがどの程度つながっているのか。その他の要因も複数絡んでくるのではないだろうか。 ⑦体制整備に関して、義務対象の事業者においては「目標値」は常に100%とすることが適当ではないか。		
	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	有識者点検にて指摘のあったアウトカムの指標設定などはよく検討されたい。引き続き調達の競争性を確保しつつ、公益通報者保護制度の効果的な周知広報など適切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	①本制度について、「認知」することなく「理解」することはできないため、「理解度」は「認知度」の後指標として適切と考えている。 ②御指摘を踏まえ、「アクティビティ」欄に実際に行っている取組を追記した。 ③御指摘を踏まえ、各成果指標の目標値を上げられないか検討・修正した。 ④民間事業者の体制整備状況については、定期的に、統計的な実態調査を通じて、また、随時、報道等を端緒とした法執行等を通じて把握しているところ。令和５年度に実施した実態調査は有効回答数３千人超であり、既に網羅的な状況を把握している。 なお、より効果的な把握方法は引き続き検討したい。 （注）義務対象事業者であっても、法律上、消費者庁に報告義務はない。 ⑤令和５年度に消費者庁が実施した実態調査の結果、義務対象事業者であっても、体制整備の不徹底と実効性の課題が明らかになっている。そのため、政策的に、まずは、義務対象事業者における体制整備の徹底と実効性向上を図ることが重要であり、その後、努力義務対象への対応を図るという段階的な方針をとっている。 なお、より効果的な把握方法は引き続き検討したい。 ⑥消費者庁ウェブサイト内「はじめての公益通報者保護法」ページにおいて、「内部通報制度導入支援キット」と題して解説動画や内部規程例等を公開している。本キットは、内部通報制度を導入していない事業者を対象として消費者庁が作成しているものであり、本キットが活用されることが、すなわち、事業者における体制整備促進に直接繋がるものとなるため、本キットのアクセス数を活動指標としている。 なお、より効果的な把握方法は引き続き検討したい。 ⑦御指摘のとおり、法律上の義務対象事業者の「目標値」は100%となるものの、上記実態調査の結果等も勘案すると、段階的な目標値を設定し、体制整備を促していくことがより適当と考えられることから、100%とはしていない。 なお、体制整備状況を継続的に把握する中で、必要に応じて意欲的な「目標値」を設定していく。		
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ＴＫＣほか	779	3	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ＴＫＣ		352	5060001002844		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
ＴＫＣ（法令検索等情報サービス）の利用 随意契約（少額）		352	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
キンコーズ・ジャパン株式会社		230	5010401007547		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
白表紙「民間事業者の内部通報対応 実態調査結果報告書」の印刷製本 随意契約（少額）		122	1	--	--
白表紙「内部通報制度に関する意識調査 就労者１万人アンケート調査結果報告書」の印刷製本 随意契約（少額）		72	1	--	--
白表紙「行政機関における公益通報者保護法の施行状況調査結果報告書」の印刷製本 随意契約（少額）		36	1	--	--
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		198	6030001066131		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「内部通報制度の実態調査結果」のデータ編集等業務 随意契約（少額）		198	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 翻訳センターほか	390	2	海外の公益通報者保護制度及び実態に係る調査業務	
支出先名		支出額	法人番号		

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	
	株式会社翻訳センター	366	1120001089458		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	国連P R Iの通報制度に関するガイダンスの翻訳業務 随意契約（少額）	195	1	--	--
	米国司法省による企業のコンプライアンスプログラムの評価ガイダンスの翻訳業務 随意契約（少額）	171	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	キンコーズ・ジャパン株式会社	24	5010401007547		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	白表紙「主要先進国の公益通報者保護制度関連資料」の印刷製本 随意契約（少額）	24	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	株式会社バリュースほか	52,083	3	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		
	オリコムジャパン株式会社	47,850	3010401118552		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社バリュース	3,398	2010001220024		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	公益通報者保護制度のリーフレット印刷業務 一般競争契約（最低価格）	3,398	6	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	支出先名	支出額	法人番号		

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	
	サンテックサービス株式会社	835	4011401002621		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	公益通報者保護制度に係るハンドブックの梱包・発送業務 随意契約（少額）	835	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 ディーワークスほか	5,587	4	公益通報者保護制度見直しの検討等	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ディーワークス		4,785	3010001243296		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「公益通報者保護制度に関する検討会（仮称）」運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		4,785	5	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
支出先名		支出額	法人番号		
勝美印刷株式会社		314	9010001001855		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
公益通報者保護法の一部を改正する法律案（白表紙）の印刷製 本 随意契約（少額）		314	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
独立行政法人国立印刷局		301	6010405003434		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」の印刷・製本 （穴あき） 随意契約（少額）		246	1	--	--
「公益通報者保護法の一部を改正する法律案」の印刷・製本 （穴なし） 随意契約（少額）		55	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		

	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	
		キンコーズ・ジャパン株式会社	187	5010401007547		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		白表紙「主要先進国の公益通報者保護制度関連資料」の印刷製本 一般競争契約（最低価格）	187	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
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
	C	オリコムジャパン株式会社	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	47,850
	D	株式会社ディーワークス	「公益通報者保護制度に関する検討会（仮称）」運営支援業務	雑役務費	公益通報者保護制度検討会の運営支援業務	4,785
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	茶谷晋太郎					
	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	2025			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所在に偏りがあり、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及び協議会後のフォローアップ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			
	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（3）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf			
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章1．（4）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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

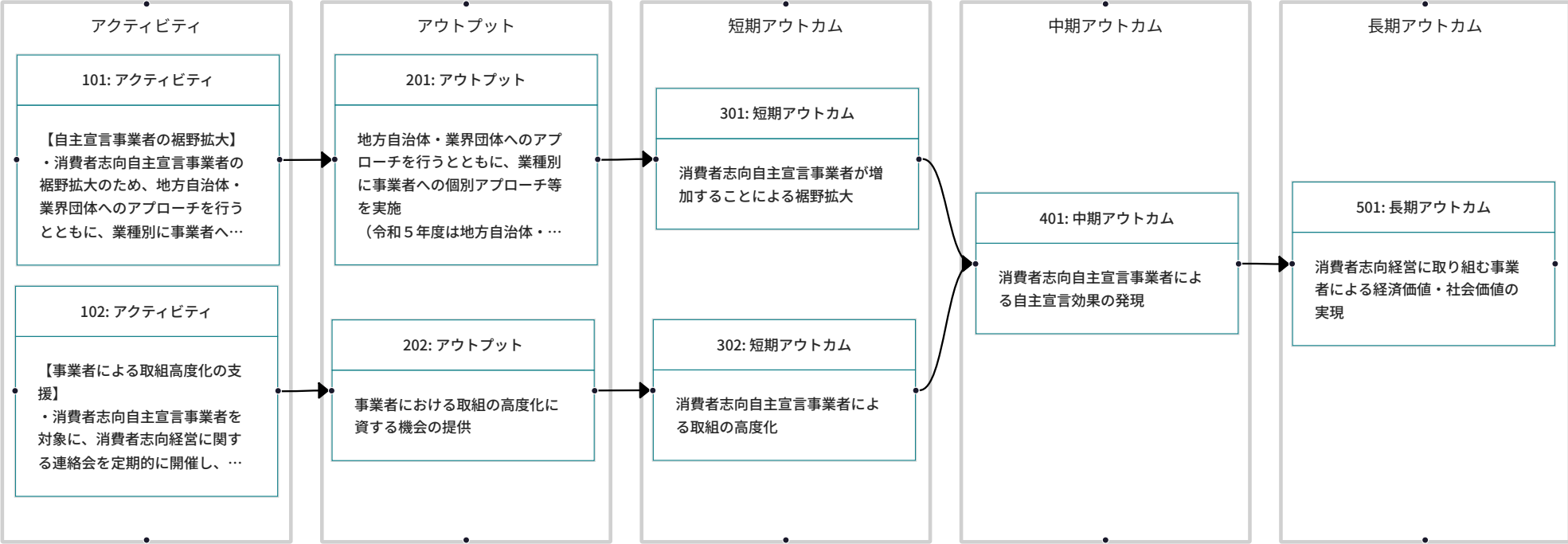
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		50,500	55,000	36,000	42,836	17,836
	当初予算		22,000	20,000	19,818	17,836	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		22,000	20,000	19,818	17,836	--
	執行額		20,000	14,896	15,066	--	--
	執行率		90.9%	74.5%	76%	--	--

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	--	--		--		
		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			--		16,823	16,856
		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	477
		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			--		266	249
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		239	254

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 101-201-301-401-501

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年度以降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、業界団体及び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	--	実績／目標／見込み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(回)	30	30	50
	活動実績／成果実績(回)	36	76	--
↓ 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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	<令和6年度までの目標値の出典> 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HP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		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(社)	306	306	306	1,100
	活動実績／成果実績(社)	449	629	870	--
	達成率(%)	146.7	205.6	284.3	--
↓ 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」の効果とあい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。）。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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。）。		実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-401-501

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について、令和5年度に徳島県で開催した後のフォローアップを実施する。				
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を目安に開催する。）
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	11	11	11	10
	活動実績／成果実績(回)	11	11	9	--
↓ 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、高い評価を頂いており、高度化に資する知見を提供できている。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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。）。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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。）。	実績／目標／見込み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	--
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＞ 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所在の偏りを踏まえ、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、優良事例表彰に関して、令和６年度は、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）、日本ヒープ協会等）を通じた周知広報活動を徹底した結果、幅広い事業者から応募があった。 加えて、消費者における消費者志向経営の認知度把握を目的として、令和６年度第４回消費生活意識調査において、消費者の消費者志向経営に対する関心や消費者志向経営に取り組む企業への印象等について調査した。本調査から、事業者の消費者志向経営の取組が消費者の消費活動に対して一定の影響を与えているという結果を確認することができた。		
	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301の成果指標「消費者志向自主宣言をした事業者数」について、令和６年度までの目標値は、令和４年度時点で前倒しで達成しており、その後も着実に自主宣言事業者数を伸ばしている（令和６年度末時点で目標達成率は284%を超えている。）。		
	改善の方向性	裾野拡大に向け、令和７年度は、引き続き業種別・地域別に事業者や地方公共団体への個別アプローチを実施する。 優良事例表彰に関して、令和７年度より評価項目として中小企業の取組を追加、また、グリーン志向特別表彰を新たに創設することで、より一層幅広い事業者の参画を促す。 加えて、自主宣言事業者への個別アンケートや令和６年度第４回消費生活意識調査の結果等を踏まえ、自主宣言効果の見える化の手法を引き続き検討する。		

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	--		

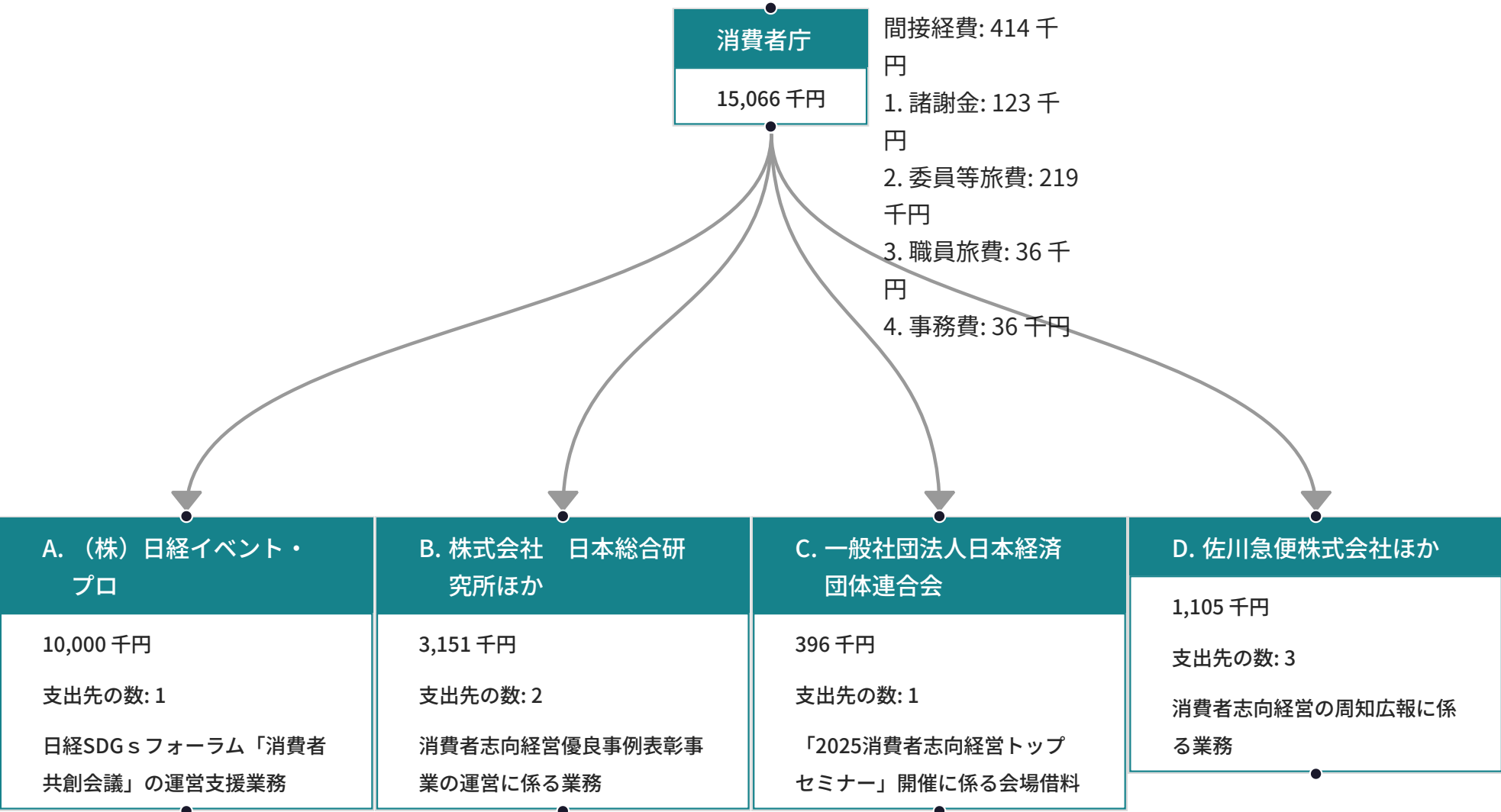
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	引き続き事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行に努めること。また、一般競争入札による一者応札については、その要因を分析し、必要な見直し等を行うこと。

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。一般競争入札における一者応札についても、必要に応じて見直しを検討する。			

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	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を求めるのではなく、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、事業者は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へ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、社会的価値の向上及び消費者の行動変容）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。 ・令和５年度は地方自治体・業界団体に対して重点的にアプローチを実施していたが、令和６年度は事業者への個別アプローチを重点的に実施し、消費者志向自主宣言事業者の裾野拡大を図った。 【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し、事業者間の連携や横展開など、課題解決に向けた協働を促進した。 ・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事業者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、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を確認した。 ・令和６年度には、消費者志向経営をテーマとした令和６年度第４回消費生活意識調査において、事業者の消費者志向経営の取組が消費者の消費活動に対して一定の影響を与えていることを確認した。 ・以上の結果を踏まえ、事業者が消費者志向経営に取り組むことによる効果や消費者志向経営に対する消費者の意識及び認知度に関する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	--

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 (株) 日経イベント・プロ		10,000	1	日経SDG s 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(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	日経SDG s 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）(特命随意契約)		10,000	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 日本総合研究所ほか		3,151	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		3,108	4010701026082			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者志向経営優良事例表彰事業に係る業務 一般競争契約（最低価格）		3,108	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社弘周舎		43	1010001016381			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「令和6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）		43	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 一般社団法人日本経済団体連合会		396	1	「2025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		396	1010005018440			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
		「２０２５消費者志向経営トップセミナー」開催 随意契約（少額）	396	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	佐川急便株式会社ほか		1,105	3	消費者志向経営の周知広報に係る業務	
支出先名			支出額	法人番号		
佐川急便株式会社			537	8130001000053		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（一般消費者向けポスター）発送等業務 随意契約（少額）			320	1	--	--
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（一般消費者向けポスター）発送等業務 随意契約（少額）			218	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
ヤマト運輸株式会社			378	1010001092605		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者志向経営啓発に係る広報用資材（事業者向けポスター及びステッカー）の発送 随意契約（少額）			378	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
小松印刷グループ株式会社			189	8470001005357		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者志向経営啓発に係る広報用資料（ステッカー）のデザイン制作及び印刷 随意契約（少額）			189	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
	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」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に係る業務	雑役務費	消費者志向経営優良事例表彰事業に係る業務	3,108
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	茶谷晋太郎					
	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	2025	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））：2021年度 0.1%、2022年度 3.2%、2023年度 3.0%、2024年度 3.0%） (参考2： 公共料金改定等の協議件数：2021年度 9 件、2022年度 25件、2023年度 38件、2024年度 12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・賃金に関する状況を踏まえ、消費者に対して物価に関する適切な理解を醸成するための周知・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。					
	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	
	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）②		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/basic_plan_210615_0001.pdf	
	第5期消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）第4章2．（2）①		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.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

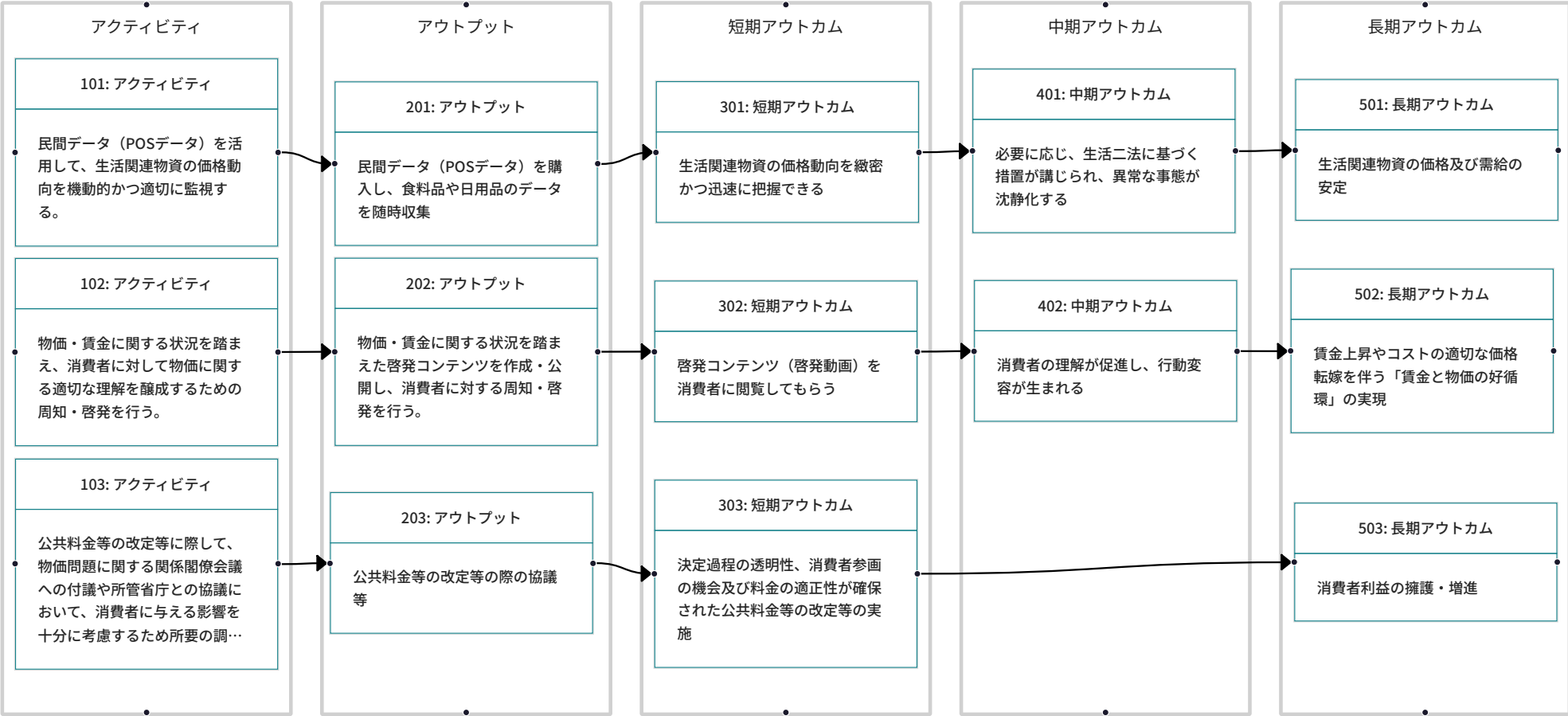
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		25,200	35,000	52,000	32,406	51,133
	当初予算		26,000	34,000	34,417	33,793	--
	補正予算		63,000	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	1,000	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		89,000	35,000	34,417	33,793	--
	執行額		82,900	21,214	21,674	--	--
	執行率		93.1%	60.6%	63%	--	--

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	--	17,340		--	
		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		--		18,932	36,219
		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		--		13,733	13,694
		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	1,044
		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	117
		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	59

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 101-201-301-401-501

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	民間データ（POSデータ）を購入し、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・確認する回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(回)	12	200	240	240
	活動実績／成果実績(回)	40	240	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		実績／目標／見込み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	--
↓ 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	実績／目標／見込み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	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-402-502

アクティビティ	物価・賃金に関する状況を踏まえ、消費者に対して物価に関する適切な理解を醸成するための周知・啓発を行う。			
アウトプット	活動目標	物価・賃金に関する状況を踏まえた啓発コンテンツを作成・公開し、消費者に対する周知・啓発を行う。	活動指標	啓発コンテンツ（啓発動画）の周知・啓発回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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(回)	7	12	24
	活動実績／成果実績(回)	7	16	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	啓発コンテンツを周知・啓発することで、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	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	消費者庁の啓発コンテンツ再生回数 ※2025年度レビューシートから、ショート動画の再生回数を含めていることから、2024年度レビューシートにおける2023年実績値と数値が異なる。
	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		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(回)	5,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(回)	5,188	7,437	--
	達成率(%)	103.8	74.4	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--
↓ 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。	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-503

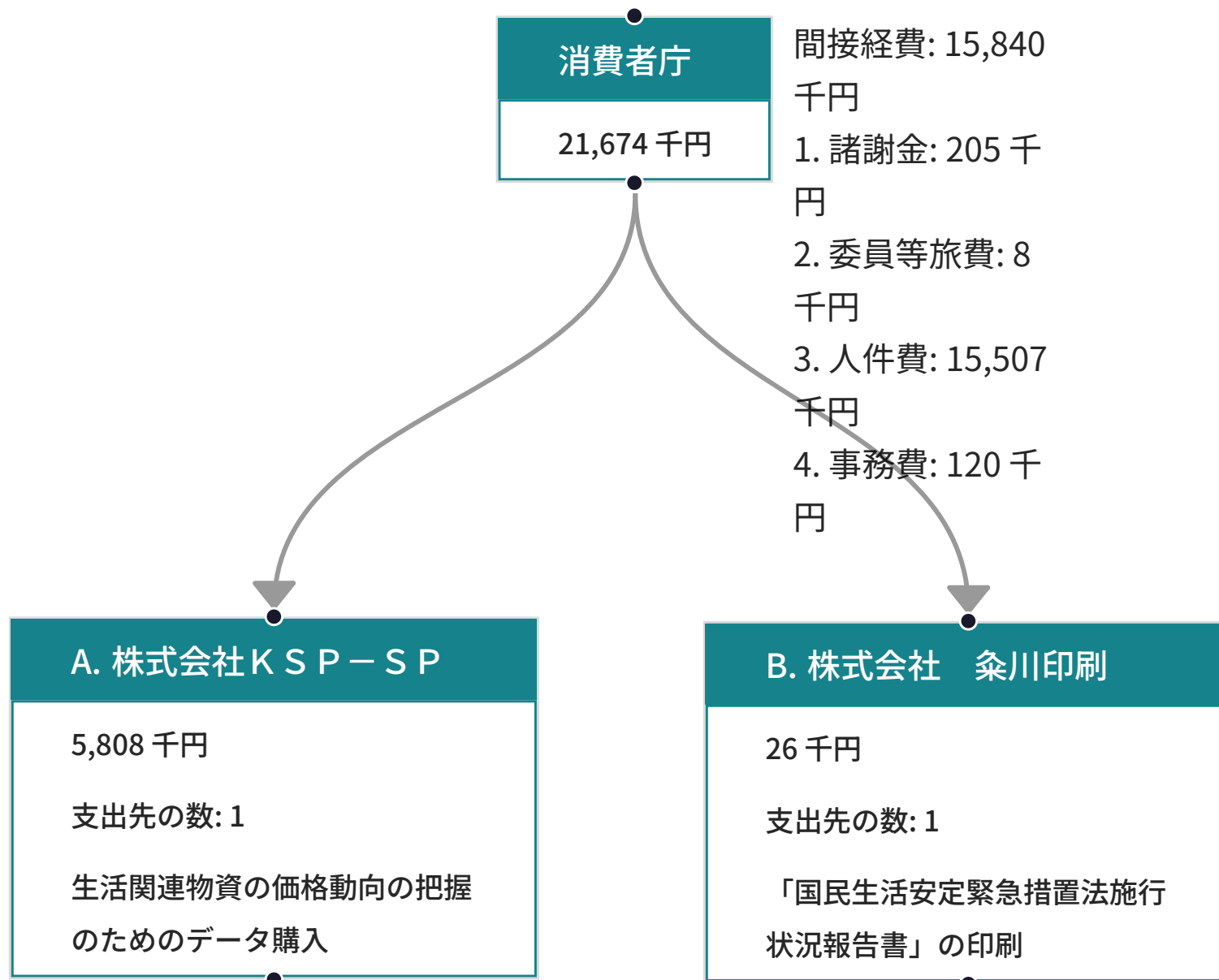
アクティビティ	公共料金等の改定等に際して、物価問題に関する関係閣僚会議への付議や所管省庁との協議において、消費者に与える影響を十分に考慮するため所要の調整を行う。				
アウトプット	活動目標	公共料金等の改定等の際の協議等		活動指標	協議等件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	（注）協議等件数は事前に目標値を設定できないため、便宜的に前年度の実績値を目標値として設定している。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	9	25	38	12
	活動実績／成果実績(件)	25	38	12	--
↓ 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、従来から決定過程の透明性、消費者参画の機会及び料金の適正性の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、消費者参画の機会及び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	--		実績／目標／見込み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ため、活動指標と同様の根拠で便宜的に目標値を設定している。
	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	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)	9	25	38	12
	活動実績／成果実績(件)	25	38	12	--
	達成率(%)	277.8	152	31.6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	決定過程の透明性、消費者参画の機会及び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、消費者参画の機会及び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。	実績／目標／見込み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、消費者参画の機会及び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	--
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。 ＜有効性＞ 民間データ（POSデータ）の活用により、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、2024年度は都道府県別ベースを追加するなど、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している。 消費者の物価に関する適切な理解を醸成するための周知・啓発に関しては、消費者庁ウェブサイトにおける掲載内容を適宜見直すとともに、SNSを通じた広報や関係省庁との連携等を通じて工夫して実施している。 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、消費者参画の機会及び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	--		
	改善の方向性	引き続き、消費者利益の擁護・増進のために、緊急時の生活関連物資等の価格安定等を図るとともに、公共料金等の適正性の確保を図る。 また、消費者の物価に関する適切な理解を醸成するために、調査結果も活用しつつ、社会情勢の変化に合わせた効果的な周知・啓発を行う。		
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	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	--
その他の指摘事 項	--



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K S P－S P	5,808	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K S P - S P	5,808	9010401049750		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度生活関連物資等の価格動向等の把握のためのデータ提供業務 一般競争契約（最低価格）	5,808	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	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 桑川印刷	26	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		
		株式会社桑川印刷	26	9010001002250		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「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）	12	1	--	--
		「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	1	--	--
	「国民生活安定緊急措置法施行状況報告書」の印刷に係る体裁誤りによる差し替えに伴う負担行為増 随意契約（少額）	3	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
	A	株式会社K S P - S P	令和6年度生活関連物資等の価格動向等の把握のためのデータ提供業務	雑役務費	令和6年度生活関連物資等の価格動向等の把握のためのデータ提供業務	5,808
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6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7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・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、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（以下「審議会」という。）の審議において活用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等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情報提供するとともに厚生労働省及び消費者庁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、検疫所へは厚生労働省を通じて情報提供している。

次に、一日摂取量調査については、使用されている農薬等は多数であるため、使用実態等を踏まえ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、令和6年度は3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、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。

- ・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又は物質について、分析調査等を行っている。諸外国の規制・注意喚起等の調査や、含有量確認のための測定方法を開発することにより、健康被害等が発生した際の早急な対応が可能となる。また、令和6年度には、調査結果を踏まえ、錠剤やカプセル剤等の製造管理及び品質管理に関する指針に新たな枠組みを導入したことで、実効性のある安全な商品供給につながっている。さらに、専門家や関係省庁と連携を取りながら健康被害の未然・防止拡大に向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、本事業の研究結果は、食品衛生基準科学研究の振興を促すために重要な事業であり、国民の健康を守るための適正な研究内容となるよう努めている。

- ・研究評価推進事業については、食品衛生基準科学研究の振興を促すために重要な事業であり、食品衛生基準科学研究費補助金等の各研究事業が適切かつ効果的に実施されるよう努めている。

- ・行政文書電子媒体変換事業については、保存されていた紙媒体資料等の電子化によって食品衛生行政の業務の効率化が図られた。

- ・食品汚染物質の安全性検証推進事業（消費生活復興政策費）については、令和6年度は一日摂取量調査による試料 420 検体を検査し、各地域の食品に含まれる放射性セシウムから受ける線量が現行の基準値の設定根拠となった線量上限 1mSv/年の0.1%程度であることを確認した。

また、食品に含まれる放射性ストロンチウムの濃度は原発事故以前の範囲内、プルトニウムの濃度は検出限界値未満であることを確認した。

調査は福島県及び周辺県とその他の日本の各地域を比較して実施されており、調査結果によってそれらの同等性と安全性が示され食品の安全確保に寄与していることから、被災地の経済活動・市民生活へ直接的な影響を与えるとともに、また、日本全国や海外での食品への信頼を確保する上で極めて有効である。

また、本事業によって得られたデータは、基準値の継続的な検証にも活用できるものである。

(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?policyIds=1038decd-5e64-422d-a4c3-ecd69b4c2a57>

<https://rssystem.go.jp/project/f1a03186-35bd-4628-ae83-fa051752e4f4>

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

<https://rssystem.go.jp/project/f1a03186-35bd-4628-ae83-fa051752e4f4>

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。

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	高江慎一						
	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	2025			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．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が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（摂食指導並びに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が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、精密な汚染物質のばく露量を推定する。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、広範囲にわたる食品について、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

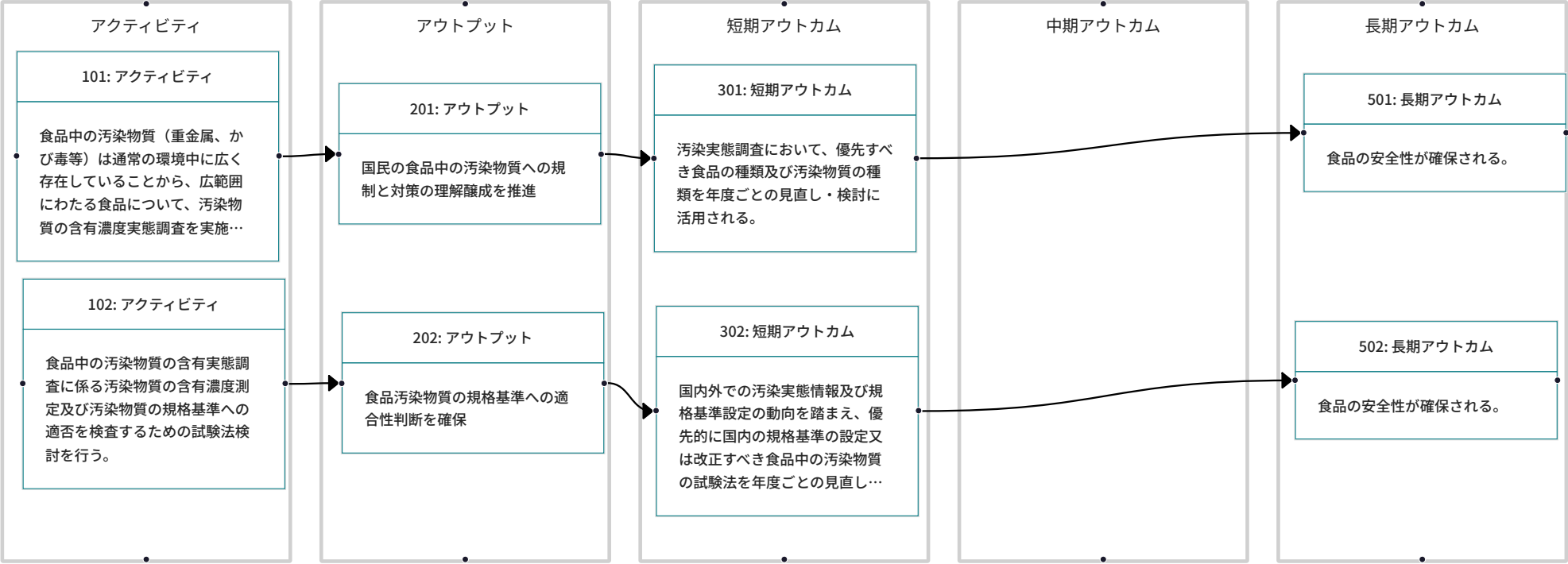
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		55,000	36,000	77,000	67,336	87,336
	当初予算		36,000	76,000	67,125	67,336	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		36,000	76,000	67,125	67,336	--
	執行額		63,000	70,315	65,197	--	--
	執行率		175%	92.5%	97.1%	--	--

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	--	20,000		--		
		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 食品衛生基準政策費 食品等試験検査費			--		66,118	86,099
		当初予算 食品衛生基準政策費 職員旅費			--		576	554
		当初予算 食品衛生基準政策費 庁費			--		328	331
		当初予算 食品衛生基準政策費 委員等旅費			--		192	184
		当初予算 食品衛生基準政策費 諸謝金			--		122	168

主な増減理由	食品中に非意図的に含まれる物質について、国際規格の検討状況も踏まえて分析方法の開発を行うため。	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 101-201-301-501

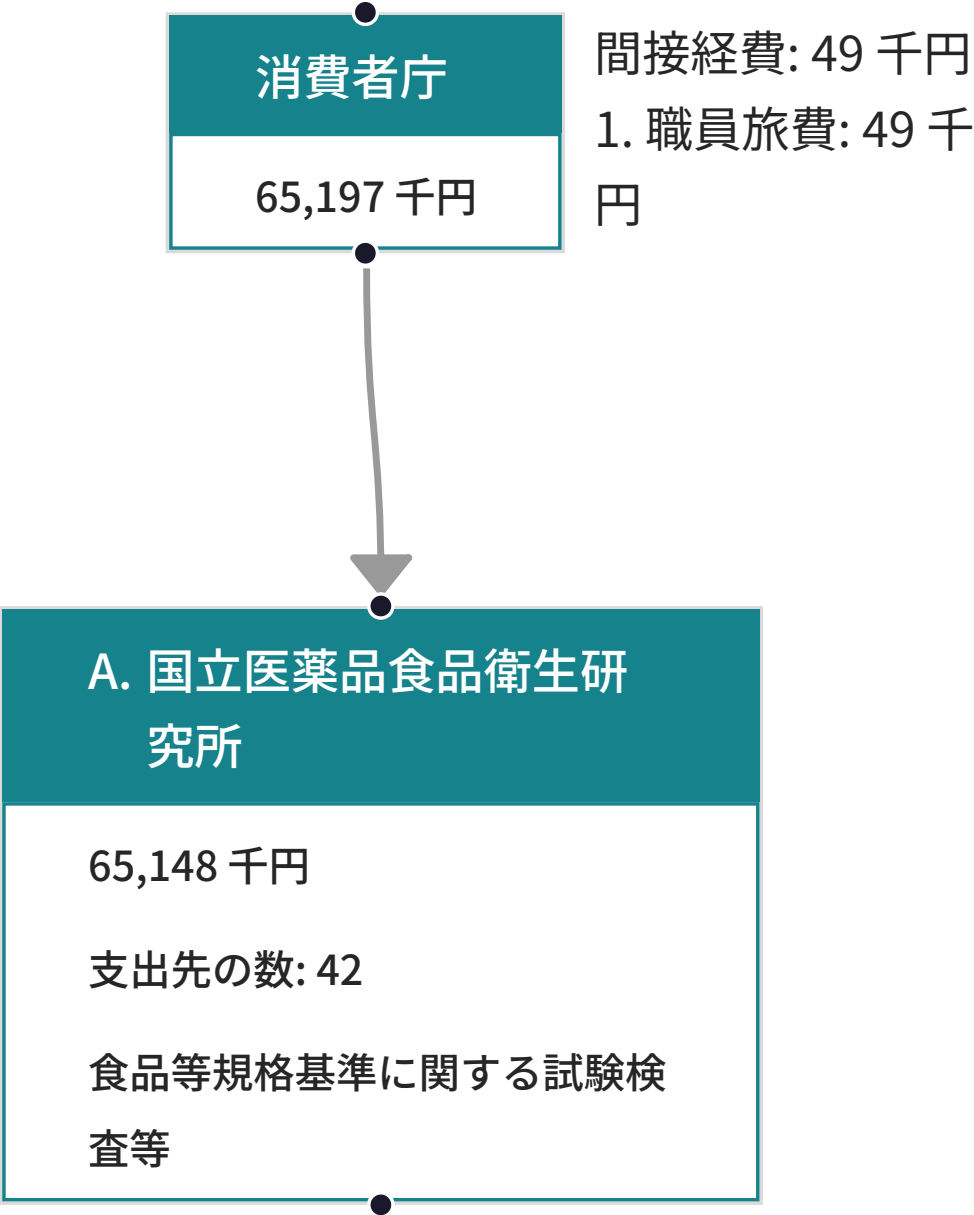
アクティビティ	食品中の汚染物質（重金属、かび毒等）は通常的环境中に広く存在していることから、広範囲にわたる食品について、汚染物質の含有濃度実態調査を実施し、その結果から、国民の汚染物質へのばく露量を推計し、適宜規格基準の設定等に活用する。					
アウトプット	活動目標	国民の食品中の汚染物質への規制と対策の理解醸成を推進		活動指標	食品汚染物質の実態調査（対象物質数）	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・食品中の汚染物質に関する調査実施要領 ・調査実施報告書	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		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			2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(物質)		6	3	6	2
	活動実績／成果実績(物質)		6	4	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、国民の食品への安全・安心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	実施した汚染実態調査結果等が、食品衛生基準審議会等において、規格基準設定に係る審議等に活用されること。	
	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、2024年度の食品衛生基準審議会等において、基準値設定に係る審議資料に活用した。		実績／目標／見込み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等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	--	
↓ 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	科学的根拠を踏まえた規格基準の設定により、食品の安全ひいては安全な食糧安定供給に寄与する。		実績／目標／見込み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	--	

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

アクティビティ	食品中の汚染物質の含有実態調査に係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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	・食品中の汚染物質の含有実態調査に係る試験検査の実施要領 ・試験検査実施報告書
	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		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(物質)	0	1	1	3
	活動実績／成果実績(物質)	0	2	3	--
↓ 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、国民の食品への安全・安心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	実施した試験法検討の結果に基づき、食品中の汚染物質の規格基準への適合性判断等に係る食品衛生基準審議会等での審議に活用されること。
	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、食品衛生基準審議会等の審議資料として活用した。		実績／目標／見込み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	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	--
↓ 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	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。		実績／目標／見込み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	--
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等の審議において活用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等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	引き続き適正な内容が得られるよう事業内容を検証し、予算の効果的・効率的な執行に努めること。
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	引き続き事業内容を検証し、予算の効果的・効率的な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	65,148	42	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		
	丸紅新電力株式会社		9,844	9010001137740		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	電気使用料 一般競争契約（最低価格）		9,844	1	76.1	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社池田理化		7,085	3010001010696		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	濃縮装置一式 一般競争契約（総合評価）		2,497	2	78.3	--
	D Z T MSプレップ（50）P73B 3点 外9点 随意契約（少額）		979	1	--	--
	オクラキング 25本 堀場 300-830091 6点 外9点 随意契約（少額）		766	1	--	--
	ウルトラロングチップ 50-1000ul 1000本～ 4点 外7点ほか 随意契約（少額）		2,843	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	一般財団法人日本食品検査		4,799	7010405001908		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	畜水産食品中のPFOS、PFOA、PFHxS、およびPFNAの分析業務 一般競争契約（最低価格）		4,799	2	85.5	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人A		4,772	99999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	給与・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)	4,772	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
日本空調サービス株式会社		3,000	6180001002699		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
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）		3,000	2	98.3	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社バイオテック・ラボ		2,776	5010601020795		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
純水超純水製造装置 一式 随意契約（少額）		1,356	1	--	--
ロータリーエボレーター N-1300V-WS29 一式 随意契約（少額）		804	1	--	--
シーケンスデータ保存用NAS HDD交換費用 1式 随意契約（少額）		268	1	--	--
Adobe AcrobatPro 2020～ 2点ほか 随意契約（少額）		347	1	--	
支出先名		支出額	法人番号		
個人B		2,744	9999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
給与 その他(事業に係る職員給与)		2,744	--	--	--
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		2,572	3010005018629		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
オクラトキシシンAの分析法の妥当性確認～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）		2,572	1	97.1	--

	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	
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社チヨダサイエンス		2,544	7010001023050		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		誘導結合プラズマ質量分析計修理 一式 一般競争契約（最低価格）		2,544	2	97.6	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		尾崎理化株式会社ほか		25,011	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		その他 その他(--)		25,011	--	--	--
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	役務費	電気使用料		9,844
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

--

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	高江慎一						
	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	2025	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．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、2006年度から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2006年度から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	修正日：8月19日 修正内容：2025年度概算要求額の修正（496,670千円⇒548,199千円） 修正理由：計上すべき予算が計上されていなかったため。			

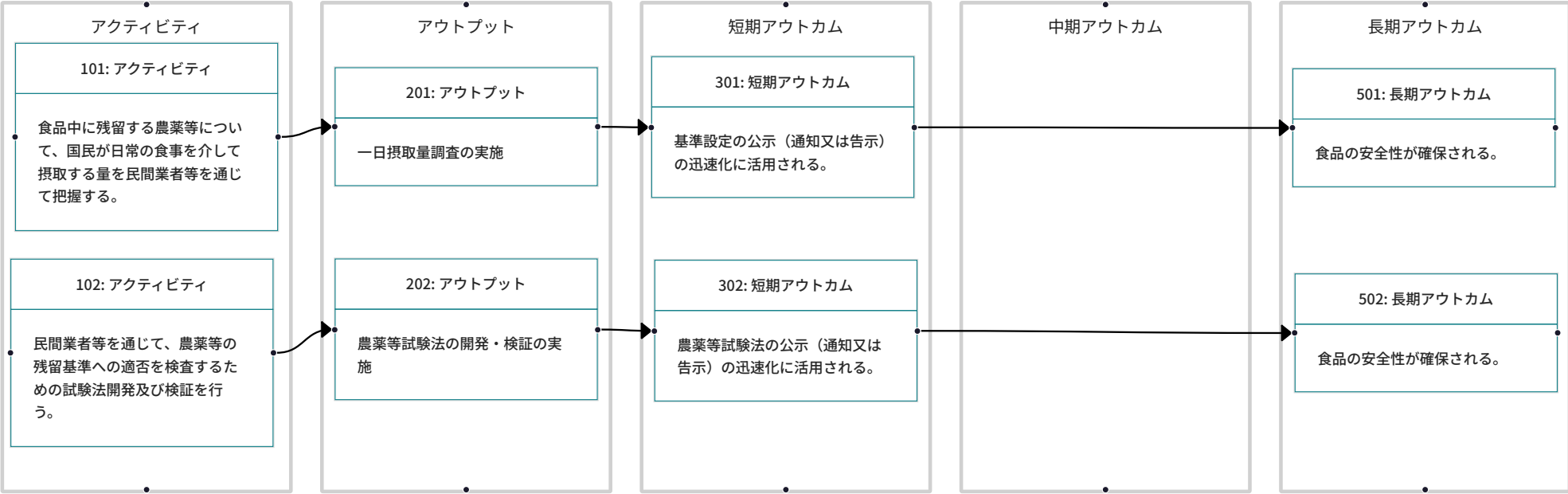
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		603,000	546,200	583,000	496,670	506,731
	当初予算		550,000	503,000	510,909	518,690	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		550,000	503,000	510,909	518,690	--
	執行額		485,000	443,934	409,183	--	--
	執行率		88.2%	88.3%	80.1%	--	--

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	--	40,020		--		
		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			--		3,588	4,246
		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	325,871
		当初予算 食品衛生基準政策費 食品等試験検査費			--		123,879	125,967
		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
		当初予算 食品衛生基準政策費 職員旅費			--		13,843	18,608
		当初予算 食品衛生基準政策費 委員等旅費			--		6,160	6,258
		当初予算 食品衛生基準政策費 諸謝金			--		865	2,700
		当初予算 食品衛生基準政策費 庁費			--		3,984	2,581
	主な増減理由							
システム構築のためデジタル庁一括計上予算に移し替え等を行ったため			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 101-201-301-501

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	食品中に残留する農薬等の一日摂取量調査結果	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	2025年度	2026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	376	--	--
↓ 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	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	目標年度 2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	60	60	60	60	
	活動実績／成果実績(件)	63	65	37	--	
	達成率(%)	105	108	61.7	--	
↓ 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る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。	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度	2026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)	36	27	24	--	--
↓ 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	--		実績／目標／見込み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（※2024年度には、8件分の通知案を作成し、2025年4月に通知した。）	
	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	目標年度 2025年度	
	当初見込み／目標値(件)	15	15	15	15	
	活動実績／成果実績(件)	15	8	0	--	
	達成率(%)	100	53.3	0	--	
↓ 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。					

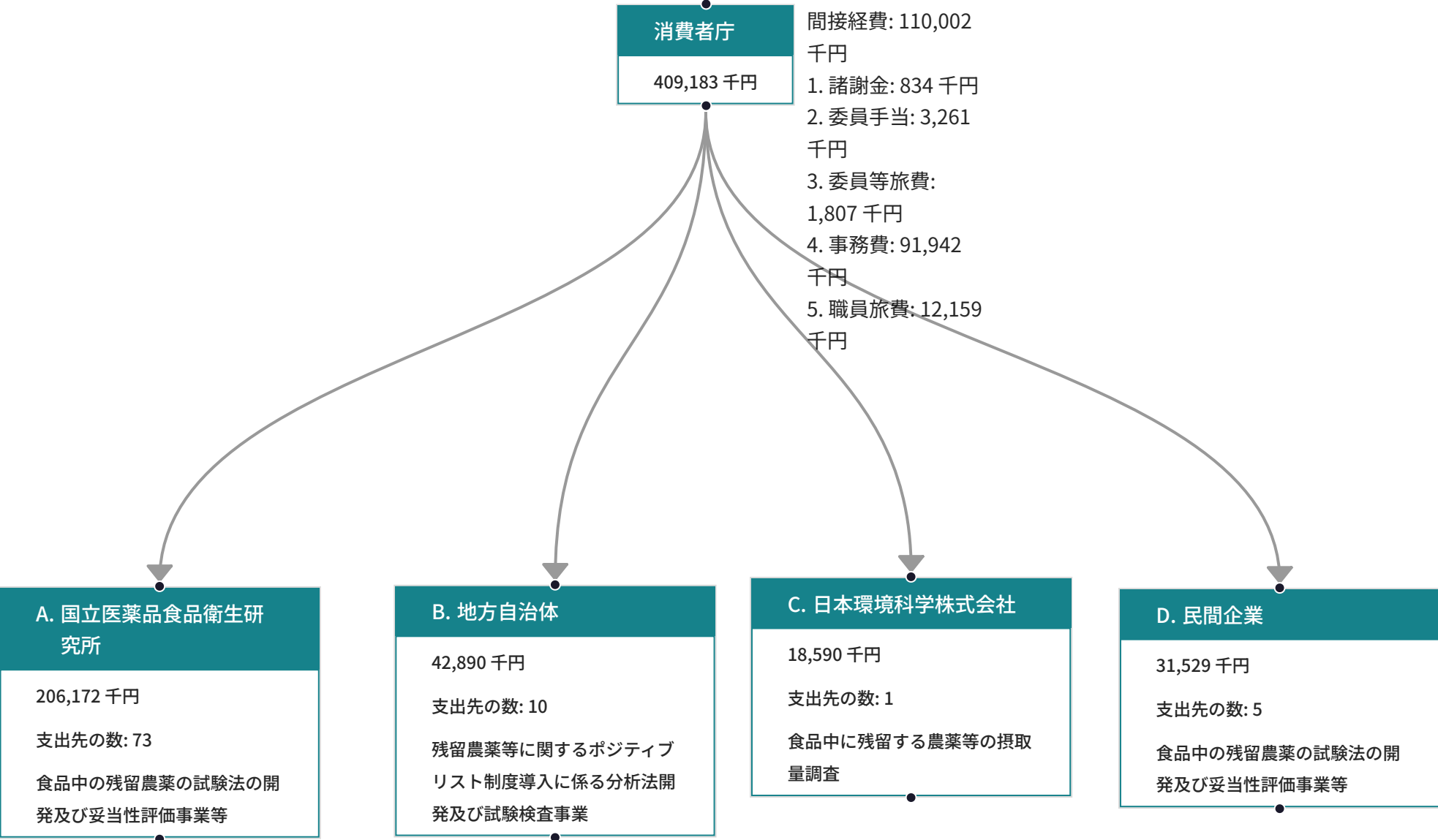
長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	農薬等試験法の開発・検証を実施し、その成果に基づき農薬等試験法の公示を迅速化することは、自治体等における流通食品の農薬等の残留基準への適合確認の適切な実施につながり、その結果、農薬を原因とする食中毒発生の防止につながると考えられる。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	食中毒の報告事例は、原因究明までが困難な場合が多く、このアクティビティの直接の因果関係を明らかにすることができないため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
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情報提供するとともに厚生労働省及び消費者庁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。 （※）2024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、2024年度以降は、各自治体へは消費者庁から、検疫所へは厚生労働省を通じて情報提供している。 ○一日摂取量調査については、使用されている農薬等は多数であるため、使用実態等を踏まえ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。 2019年度及び2020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、2024年度は3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	2024年度については、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、消費者庁において適切に予算を執行し、目標達成に向けて事業を実施できている。		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、目標達成に向けて事業を実施できているため、このまま継続して事業を実施する。 ○2012年度から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	--
	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	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	--

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	国立医薬品食品衛生研究所	206,172	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			
	株式会社バイオテック・ラボ		27,491	5010601020795			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	バイオイナート超高速液体クロマトグラフ 一式 一般競争契約（最低価格）		9,900	3	99.4	--	
	液体クロマトグラフ 一式 一般競争契約（最低価格）		1,500	3	94.1	--	
	キャビネットガラス引戸型 W900×D450×H1050mm 6点 外4点 随意契約（少額）		995	1	--	--	
	オフィスチェア 肘なし 2点 外3点ほか その他(--)		15,096	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	丸紅新電力株式会社		24,086	9010001137740			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	電気使用料 一般競争契約（最低価格）		24,086	1	76.1	--	
	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		14,180	1011001015010			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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）		14,180	5	84.8	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	尾崎理化株式会社		8,851	2021001016122			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
	スパルチオイジン 天然物化学研究用 5mg 1点 外1点 随意契約（少額）	998	1	--	--
	セトキシジム6-OH-M2-SO2 100mg 1点 随意契約（少額）	636	1	--	--
	エキナチン硫酸塩 天然物化学研究用 5mg 1点 外3点 随意契約（少額）	633	1	--	--
	シフルトリンヒョウジュンヒン～ 200MG 1点 外7点 ほか その他(--)	6,585	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
WDB株式会社		7,777	4010001143256		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）	7,777	5	85.8	--
支出先名		支出額	法人番号		
新東産業株式会社		6,431	1010401013301		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	総合庁舎管理業務 一式 一般競争契約（最低価格）	6,000	2	90.5	--
	3F F-4室 3Φ200Vコンセント1回路増設工事 随意契約（少額）	146	1	--	--
	3F F-8室 1Φ200Vコンセント1回路配線工事 随意契約（少額）	129	1	--	--
	3F E-1室 100Vコンセント1回路増設工事ほか その他(--)	156	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
島津サイエンス株式会社		5,871	7010501032617		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	LCMS-8060NX真空系メンテナンス作業 1式 随意契約（少額）	956	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	
	ガスクロマトグラフ質量分析計 一式 一般競争契約（最低価格）	876	3	86	--
	SCIEX7500フロント LC-40B整備付き点検 1式 随意契約（少額）	778	1	--	--
	SplitFlow310 O/H（PMP04291C） 1点ほか その他(--)	3,261	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ワールドインテック	5,760	4290801020346		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）	5,760	5	99.3	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	岩井化学薬品株式会社	5,226	8010001036745		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	電気絶縁用ビニールテープ 幅19mm 10m（ピンク） 2点 外21点 随意契約（少額）	995	1	--	--
	SU BSTFA-TMCS（99：1） 5点 外31点 随意契約（少額）	682	1	--	--
	Ethylenoxide／2-Chloroethanol ～ 3点 外1点 随意契約（少額）	462	1	--	--
	DB-HeavyWAX 30m 1点 外10点ほか その他(--)	3,087	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人Aほか	100,499	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	給与・賞与ほか その他(--)	100,499	--	--	--

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	
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	地方自治体	42,890	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		
名古屋市		5,000	3000020231002		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)		5,000	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
岩手県		5,000	4000020030007		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)		5,000	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
山形県		4,999	5000020060003		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
山形県 その他(支出委任)		4,999	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
愛知県		4,794	1000020230006		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)		4,794	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		

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		
	福島県	4,500	7000020070009			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)	4,500	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	福岡県	4,102	6000020400009			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)	4,102	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	東京都	3,665	8000020130001			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)	3,665	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	埼玉県	3,630	1000020110001			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)	3,630	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	神奈川県	3,600	1000020140007			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
		食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)	3,600	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	北海道		3,600	7000020010006		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務 その他(支出委任)		3,600	--	--	--
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	
C	日本環境科学株式会社		18,590	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		18,590	4390001001525		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）		18,590	3	74.9	--
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	民間企業		31,529	5	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		
	一般財団法人日本食品分析センター		20,130	3011005000295		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品に残留する農薬等の成分である物質（パラコート）の高感度試験法開発検討一式 一般競争契約（総合評価）		6,270	2	75.5	--
	食品に残留する農薬等の成分である物質（エリスロマイシン）の高感度試験法開発検討一式 一般競争契約（総合評価）		6,160	3	82.6	--

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	
	食品に残留する農薬等の成分である物質（ジクロロイソシアヌル酸）の高感度試験法開発検討一式 一般競争契約（総合評価）	5,720	2	65.4	--
	食品に残留する農薬等の成分である物質（メトクロブラミド試験法（畜産物））の試験法検証事業ほか 随意契約（少額）	1,980	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
ユーロフィンQKEN株式会社		6,545	6290001022802		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法の開発・検証に関する試験【LC/MSによる農薬等の一斉試験法Ⅲ（畜水産物）】妥当性評価試験 一般競争契約（最低価格）		3,806	2	59.5	--
食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法の開発・検証に関する試験【LC/MSによる動物用医薬品等の一斉試験法Ⅰ（畜水産物）】妥当性評価試験 一般競争契約（最低価格）		2,739	3	46.3	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社グローバス		3,681	4080001001300		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「令和6年度食品安全分野 外国政府職員招へい交流プログラム」の開催に係る運営等業務一式 一般競争契約（最低価格）		3,681	2	76.6	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社三菱総合研究所		846	6010001030403		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
農薬等の残留基準値に係る情報提供等の検討に関する業務一式 随意契約（少額）		846	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社メディア総合研究所		327	4011001041557		

	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	
			契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
			食品安全関係法令の英訳 随意契約（少額）	327	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	
	A	株式会社バイオテック・ラボ	バイオイナート超高速液体クロマトグラフ 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	9,900	
	B	名古屋市	食品に残留する農薬等の成分である物質の試験法開発・検証業務	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	5,000	
	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	委託費	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	18,590	
	D	一般財団法人日本食品分析センター	食品に残留する農薬等の成分である物質（パラコート）の高感度試験法開発検討一式	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	6,270	
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	高江慎一				
	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	2025	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．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	
	--	--	--		--	

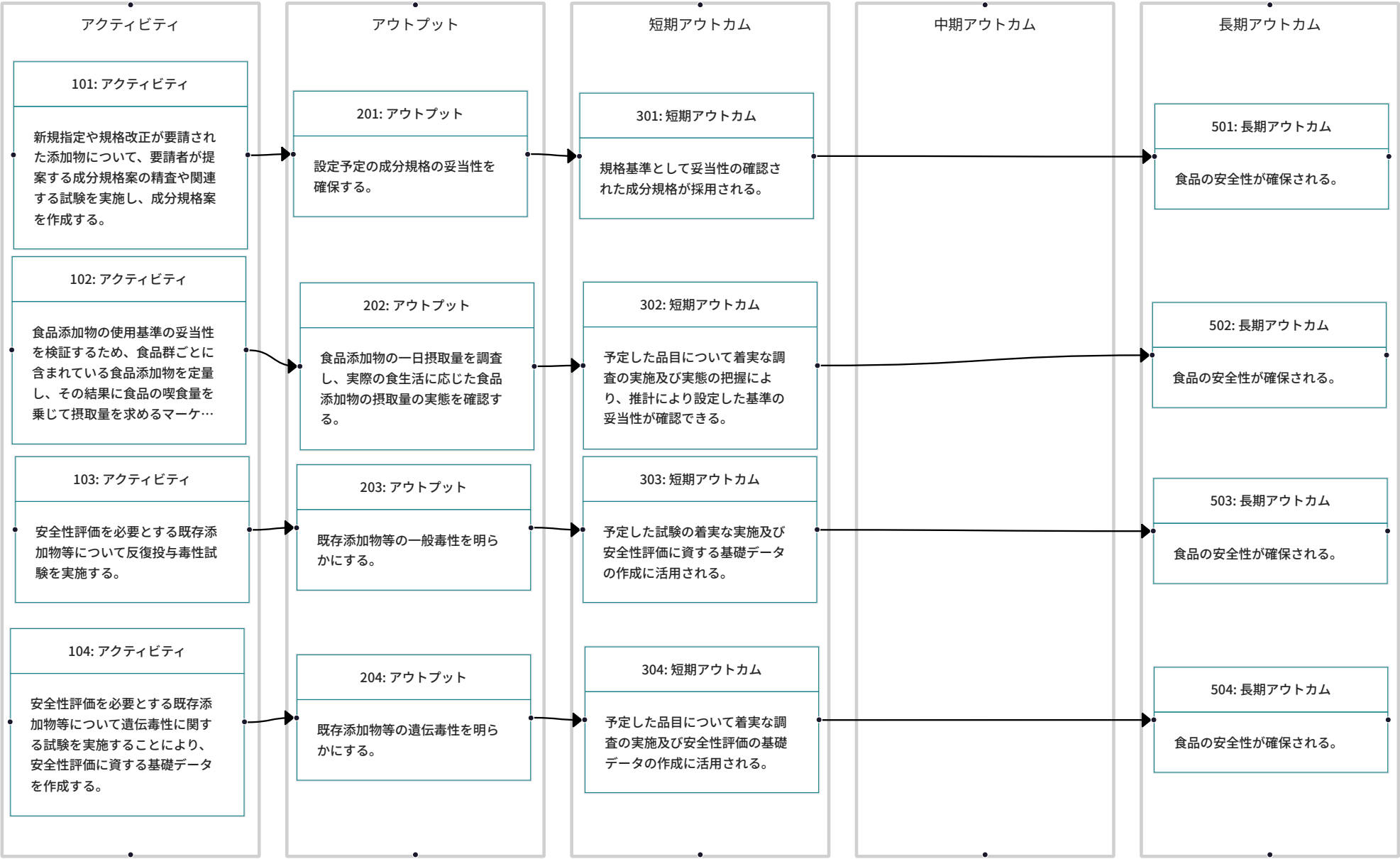
備考	--

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		436,000	322,900	453,000	332,368	419,436	
	当初予算		303,000	275,000	269,436	269,436	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		303,000	275,000	269,436	269,436	--	
	執行額		260,000	248,641	224,157	--	--	
	執行率		85.8%	90.4%	83.2%	--	--	
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	--		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	食品衛生基準政策費 食品等試験検査費		--		264,469	412,240
		当初予算	食品衛生基準政策費 職員旅費		--		1,966	2,898
		当初予算	食品衛生基準政策費 庁費		--		1,577	1,801
		当初予算	食品衛生基準政策費 委員等旅費		--		987	1,676
		当初予算	食品衛生基準政策費 諸謝金		--		437	821
		主な増減理由		食品添加物の更なる安全性確保に向けた諸外国等の制度調査の実施や安全性評価のために必要なデータ等の収集のため。			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 101-201-301-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025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	4	--
↓ 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当たり、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、2022年度に2品目、2023年度に2品目、2024年度に0品目について成分規格の設定及び改正がなされた。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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起因する国民の健康の保護		実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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件及び結着剤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件及び発色剤1件、2024年度に11件の予定に対して甘味料8件の調査を実施した。
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	10	11	11	11
	活動実績／成果実績(件)	10	12	8	--
↓ 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	調査の実施により、実態を把握し基礎データの作成を実施した。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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		実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-503

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	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	2022年度は5件の予定に対して4件、2023年度は5件の予定に対して2件、2024年度は5件の予定に対して2件実施した。
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	5	5	5	5
	活動実績／成果実績(件)	4	2	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	試験の着実な実施により安全性評価に資する基礎データを作成した。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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起因する国民の健康の保護		実績／目標／見込み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	--

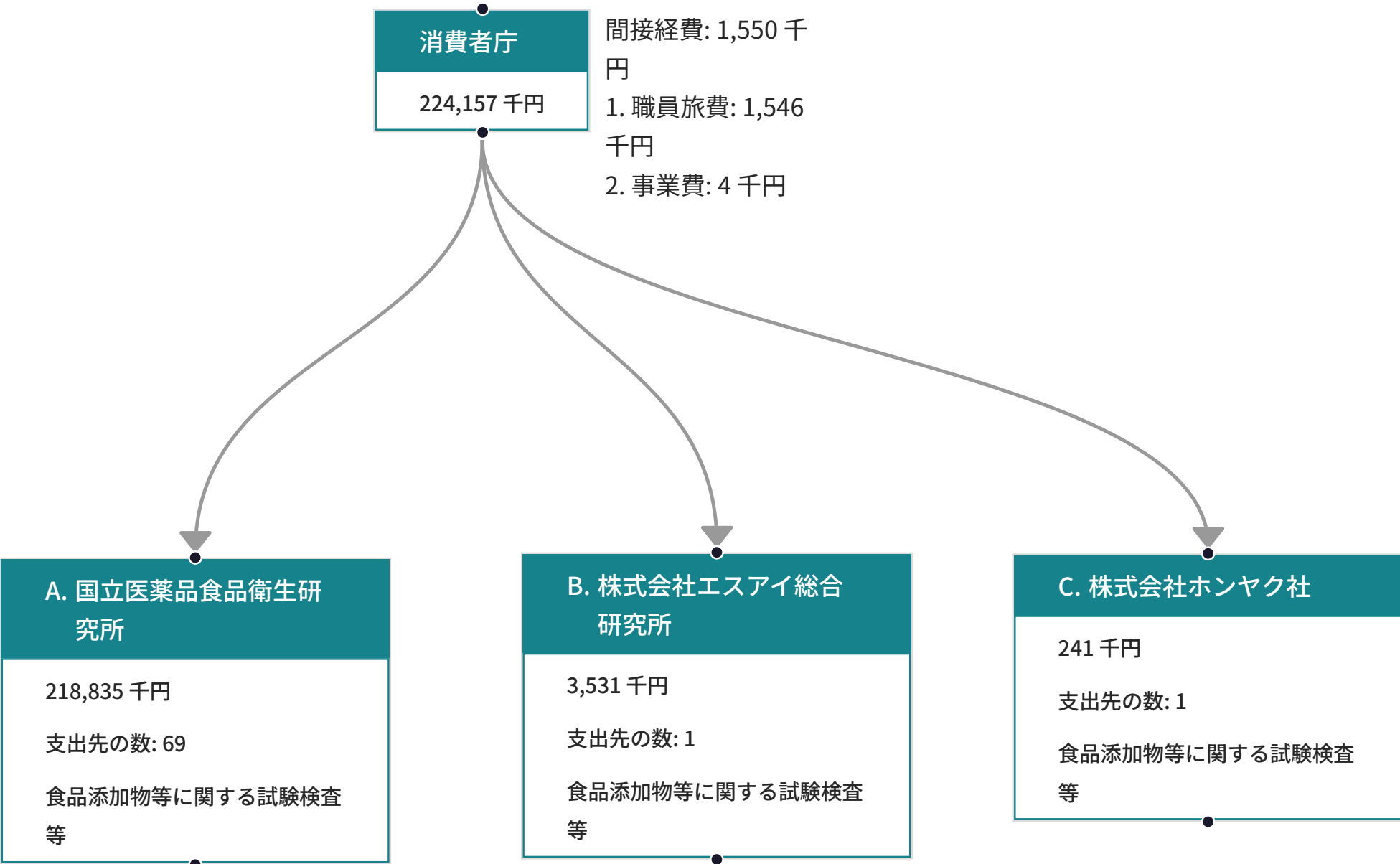
アクティビティからの発現経路 104-204-304-504

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遺伝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	既存添加物等の遺伝毒性を明らかにする。		活動指標	既存添加物等の遺伝毒性試験の実施数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	2022年度は2件の予定に対して2件、2023年度は2件の予定に対して3件、2024年度は2件の予定に対して1件実施した。 ※2022年度の活動実績/成果実績については、遺伝毒性に含まれない試験が1件含まれていたため、今年度報告より2件に修正
	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	2025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	3	1	--
↓ 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	調査の着実な実施により安全性評価に資する基礎データを作成した。		実績／目標／見込み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	--
↓ 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起因する国民の健康の保護		実績／目標／見込み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	--

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	引き続き必要な予算を確保し、予算の効果的・効率的な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		218,835	69	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			
	株式会社バイオテック・ラボ		39,157	5010601020795			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	超高速液体クロマトグラフィー四重極型タンデム質量分析計 一式 一般競争契約（最低価格）		19,000	3	96.7	--	
	ベンチトップマイクロスコープ アップグレード作業 一式 一般競争契約（最低価格）		9,999	3	96.8	--	
	蛍光セルイメージャー 一式 随意契約（少額）		1,408	1	--	--	
	光シート顕微鏡光源 一式ほか その他(--)		8,750	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社池田理化		21,906	3010001010696			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	多検体生細胞リアルタイムルミノメータ 一式 一般競争契約（最低価格）		9,284	2	95	--	
	超高純度水素ガス発生装置 2台 一般競争契約（最低価格）		3,326	2	95.7	--	
	ラボ用オートクレーブ L P S - 5 0 0 1点 随意契約（少額）		776	1	--	--	
	S M R T b e l l a d o p t o r i n d e x p l a t e 1点 外7点ほか その他(--)		8,520	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	丸紅新電力株式会社		20,788	9010001137740			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

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	
	電気使用料 一般競争契約（最低価格）	20,788	1	76.1	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ボゾリサーチセンター		12,386	7011001043906		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
ステビア末に関するラットを用いた反復経口投与試験 一式 一般競争契約（最低価格）		12,386	2	69.8	--
支出先名		支出額	法人番号		
新東産業株式会社		12,088	1010401013301		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
総合庁舎管理業務 一式 一般競争契約（最低価格）		12,000	2	90.5	--
3 F B-10室 100V コンセント2回路増設工事 随意契約（少額）		88	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
尾崎理化株式会社		7,358	2021001016122		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
部分加水分解サポニン、定量用 50mg 一般競争契約（最低価格）		4,026	3	91.5	--
SCREW CAP 9MM W/BONDED～ 5点 外 4点 随意契約（少額）		356	1	--	--
メタノール d4 99.8% 25ML 6点 外1点 随意契約（少額）		342	1	--	--
メタノール d4 99.8% 25ML 5点 外4点ほか その他(--)		2,633	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社安評センター		6,908	4080401022805		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	指定添加物（香料）～（フルフリルフォルメートに関する～遺伝子突然変異試験） 一般競争契約（最低価格）	6,908	1	99.8	--
支出先名		支出額	法人番号		
日本空調サービス株式会社		6,000	6180001002699		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
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）		6,000	2	98.3	--
支出先名		支出額	法人番号		
I N S T E M P L C		5,166	9999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
安全性試験支援プログラム運用ライセンス利用 一式 1ヶ年 一般競争契約（最低価格）		5,166	2	96	--
支出先名		支出額	法人番号		
W D B 株式会社ほか		87,079	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
試験研究行等のための人材派遣業務ほか その他(--)		87,079	--	--	--
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	株式会社エスアイ総合研究所	3,531	1	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		
株式会社エスアイ総合研究所		3,531	1010001133490		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品添加物の使用基準における食品分類の明確化に関する事業 一般競争契約（最低価格）		3,531	1	100	--
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	

	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	株式会社ホンヤク社	241	1	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			
		株式会社ホンヤク社	241	3010401084786			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		食品添加物分析法の英訳事業 随意契約（少額）	241	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
	A	株式会社バイオテック・ラボ	超高速液体クロマトグラファー四重極型タンデム質量分析計 一式	役務費	食品添加物等に関する試験検査等	19,000
	B	株式会社エスアイ総合研究所	食品添加物の使用基準における食品分類の明確化に関する事業	役務費	食品添加物等に関する試験検査等	3,531
	C	株式会社ホンヤク社	食品添加物分析法の英訳事業	役務費	食品添加物等に関する試験検査等	241

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	高江慎一					
	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	2025			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．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年度から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（食品衛生法等の一部を改正する法律案に対する附帯決議（平成30年４月12日参議院厚生労働委員会））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から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

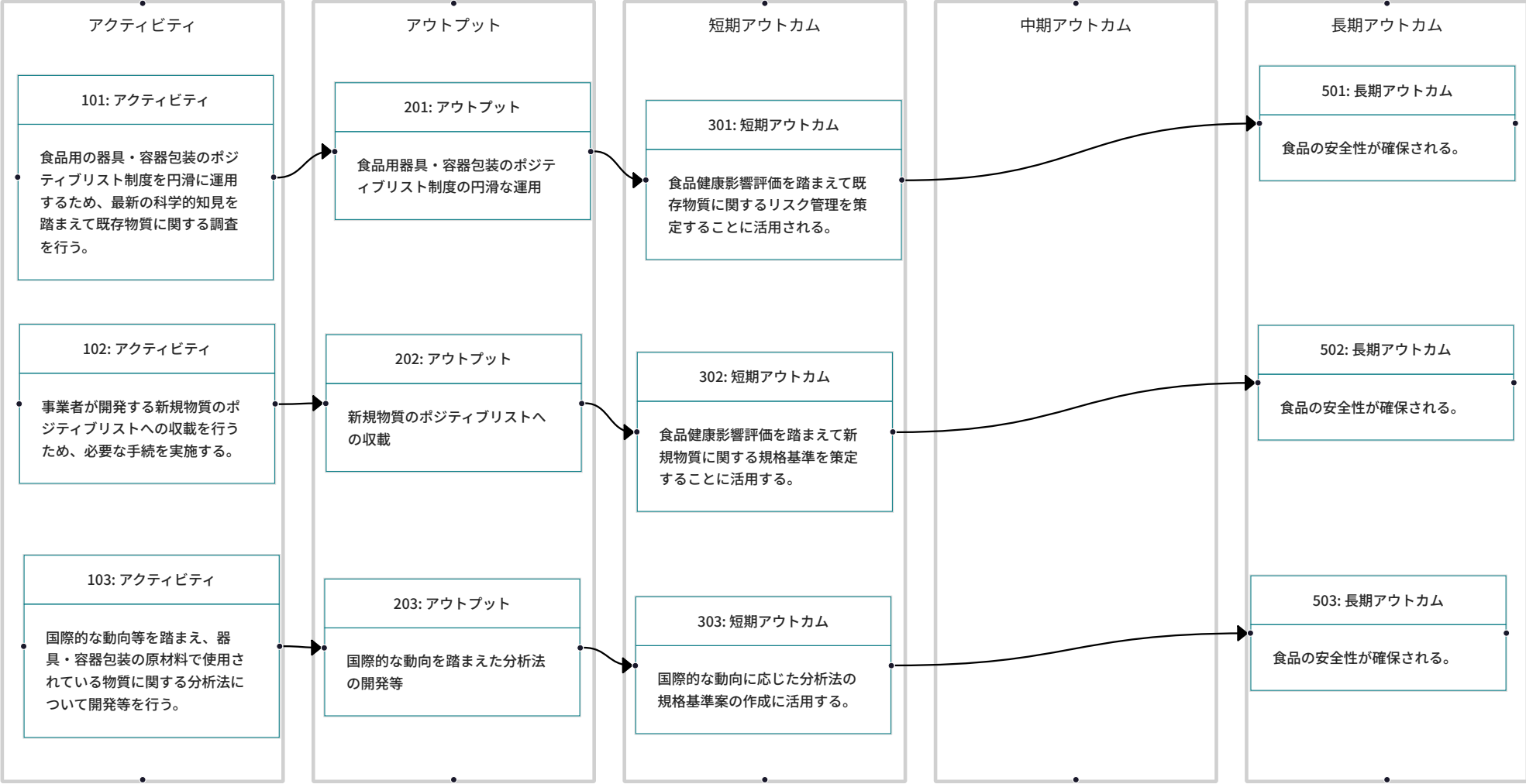
予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026
	要求額		731,000	579,000	587,000	585,265	579,048
	当初予算		594,700	579,000	579,043	579,048	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		594,700	579,000	579,043	579,048	--
	執行額		511,000	493,426	474,763	--	--
	執行率		85.9%	85.2%	82%	--	--

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	575,670
		当初予算 食品衛生基準政策費 職員旅費		--		1,977	1,933
		当初予算 食品衛生基準政策費 委員等旅費		--		576	554
		当初予算 食品衛生基準政策費 諸謝金		--		439	504
		当初予算 食品衛生基準政策費 庁費		--		386	387

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 101-201-301-501

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	--		実績／目標／見込み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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		400	300	250	250
	活動実績／成果実績(件)		733	154	456	--
↓ 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の実施に向け、必要な規格基準を策定する等、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日の厚生労働省薬事・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。		実績／目標／見込み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	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	ポジティブリスト制度の円滑な運用により、食品健康影響評価の結果を踏まえたリスク管理が適切に行われることで、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。		実績／目標／見込み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	--	

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

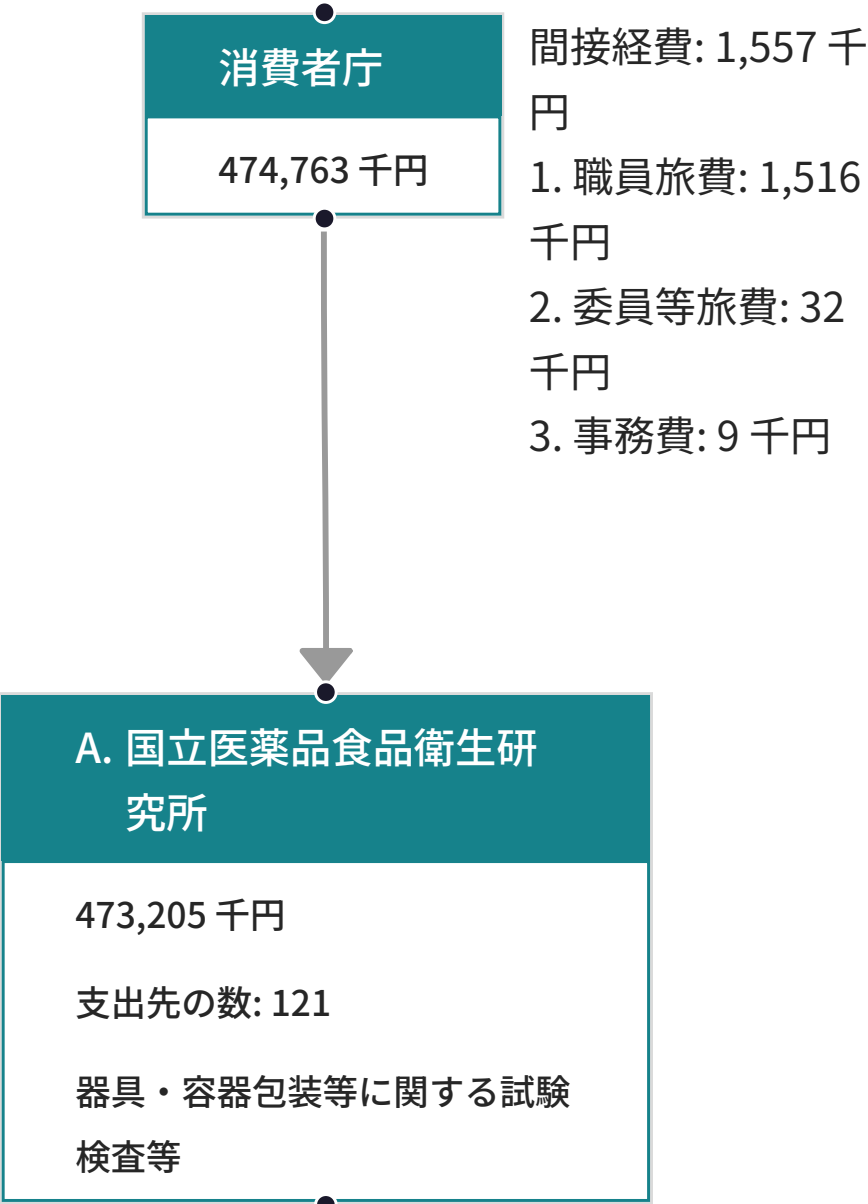
アクティビティ	事業者が開発する新規物質のポジティブリストへの収載を行うため、必要な手続を実施する。			
アウトプット	活動目標	新規物質のポジティブリストへの収載	活動指標	新規物質の基準設定の公示（通知又は告示）件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	2024年度までは事業者からの要請はなかったため、新規物質の収載は行っていない。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2025年度	
	当初見込み／目標値(件)		7	
	活動実績／成果実績(件)		--	
↓ 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の実施に向け、必要な規格基準を策定する等、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	2024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。	実績／目標／見込み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。 2022年度から2024年度まで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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	ポジティブリスト制度の円滑な運用により、食品健康影響評価の結果を踏まえたリスク管理が適切に行われることで、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	2024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。	実績／目標／見込み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	--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-503

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	--		実績／目標／見込み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	2025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開発した分析法を食品衛生基準行政に活用できる。				
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規格基準案の作成に活用する。		成果指標	国際的な動向に応じた分析法の規格基準化検討
	定性的なアウトカムに関する成果実績	食品衛生基準審議会器具・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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	国際的な動向を踏まえて開発した分析法を食品衛生基準行政に活用することで、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	厚生労働省薬事・食品衛生審議会食品衛生分科会器具・容器包装部会及び消費者庁食品衛生基準審議会器具・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。		実績／目標／見込み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	--
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掲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掲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	業務の必要性に鑑み事業の継続は認められるが、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、業務内容に応じて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	引き続き業務内容に応じて、国立医薬品食品衛生研究所への委任額を精査し、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		473,205	121	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		
バイオテック・ラボ株式会社		45,931	9011101060675		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
ベンチトップ顕微鏡 一式 一般競争契約（最低価格）		15,994	3	97.6	--
超高速液体クロマトグラファー四重極型タンデム質量分析計 一式 一般競争契約（最低価格）		3,814	3	96.7	--
滑走式ミクロトーム 一式 随意契約（少額）		1,308	1	--	--
アズワン 3－7 4 1 7－1 3 E S C O バイオクリーンベンチ～ 1点ほか その他(--)		24,815	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社池田理化		37,166	3010001010696		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
中圧・高圧分取クロマトグラフィースystem 一式 一般競争契約（最低価格）		9,601	2	99.7	--
マルチモードプレートリーダー 一式 一般競争契約（最低価格）		3,872	3	92.8	--
超高純度水素ガス発生装置 2台 一般競争契約（最低価格）		2,000	2	95.7	--
キセノン光源 UV－IRセット 一式 ほか その他(--)		21,692	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
島津サイエンス株式会社		28,308	7010501032617		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	リサイクル分取機能付きー質量トリガー分取高速液体クロマトグラフ ー式 一般競争契約（最低価格）	20,000	3	88.7	--
	高速液体クロマトグラフ ー式 一般競争契約（最低価格）	6,000	3	79.1	--
	原子吸光A Aー7 0 0 0 試料溶液吸引エラー修理 1式 随意契約（少額）	471	1	--	--
	D G Uー2 0 A 5 R エラーランプ点灯 修理 1式ほか その他(--)	1,837	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
新東産業株式会社		22,089	1010401013301		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
総合庁舎管理業務 ー式 一般競争契約（最低価格）		22,000	2	90.5	--
4 F 有機化学部居室1 0 0 Vコンセント3ヶ所増設工事 随意契約（少額）		89	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
丸紅新電力株式会社		21,368	9010001137740		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
電気使用料 一般競争契約（最低価格）		21,368	1	76.1	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ボゾリサーチセンター		21,334	7011001043906		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
ラウリン酸アミドに関するラットを用いた反復経口投与試験 ー式 一般競争契約（最低価格）		15,125	1	72	--
ビス（4ーtertーブチル安息香酸）～反復経口投与毒性試験の用量設定試験 一般競争契約（最低価格）		3,179	2	52.1	--

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	
	キシレン及びホルムアルデヒド～に関するラットを用いた反復経口投与試験 一式 一般競争契約（最低価格）	2,893	3	38.1	--
	保存資料の返却・廃棄費用 1 式ほか 一般競争契約（最低価格）	137	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	三協ラボサービス株式会社	12,000	9011701003356		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）	12,000	2	91.8	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	日本空調サービス株式会社	10,495	6180001002699		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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）	10,000	2	98.3	--
	2 階 E－7 室系統エアコン室外機熱交換器交換作業 一式 随意契約（少額）	495	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	日精バイリス株式会社	10,450	3120001086767		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エチレングリコール・3－ヒドロキシ～ラットを用いた反復経口投与試験 一式 一般競争契約（最低価格）	10,450	3	55.4	--
	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ほか	264,065	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品用器具・容器包装に係る会議運営等業務 一式ほか その他(--)	264,065	--	--	--

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	ベンチトップ顕微鏡 一式	役務費	器具・容器包装等に関する試験検査等	15,944
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	高江慎一					
	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	2025	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．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又は物質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	現状：健康食品のうち、市場流通する錠剤やカプセル剤等については、安全性確保のための製造管理及び品質管理に関する指針を作成し、事業者等による自主的な取組を推奨している。また、健康食品に関する健康被害報告等は厚生労働省等から共有される。 課題：健康被害発生の拡大防止を図るためには、健康被害報告等だけでは、施策の根拠として必ずしも十分ではない。このため、安全性が疑われる成分又は物質について分析調査等を実施することが必要である。					
	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又は物質について、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	--	--

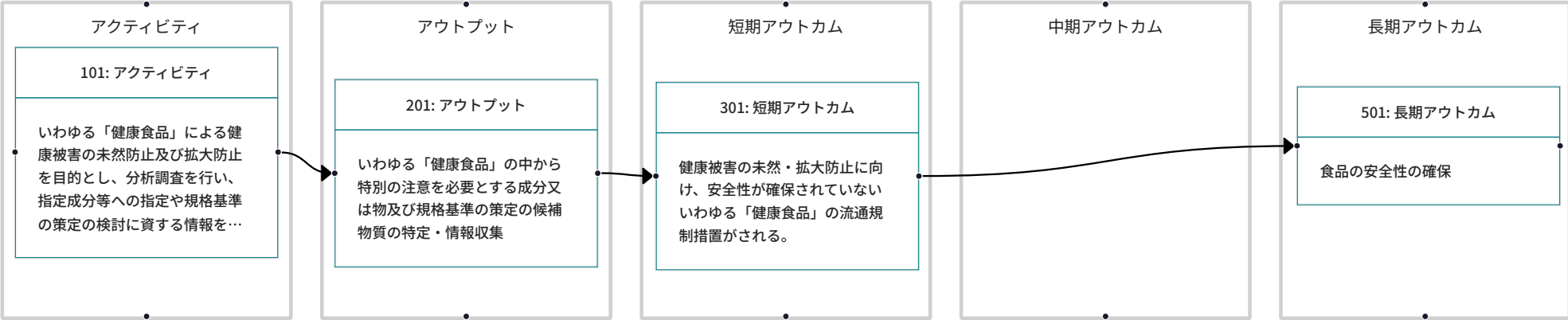
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	「いわゆる「健康食品」・無承認無許可医薬品健康被害防止対応要領について」（課長通知）		https://www.mhlw.go.jp/content/001368533.pdf	
	「錠剤、カプセル剤等食品の原材料の安全性に関する自主点検及び製品設計に関する指針（ガイドライン）」及び「錠剤、カプセル剤等食品の製造管理及び品質管理（GMP）に関する指針（ガイドライン）」について」（課長通知）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/health_food/assets/cms_standards107_241227_02.pdf	
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)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		80,000	75,400	136,000	361,213	137,780	
	当初予算		75,000	120,000	120,098	126,780	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	0	--	--	--	
	計		75,000	120,000	120,098	126,780	--	
	執行額		109,000	117,140	118,886	--	--	
	執行率		145.3%	97.6%	99%	--	--	
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	--		11,000		--	
		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	食品衛生基準政策費 食品等試験検査費		--		120,895	130,508
		当初予算	食品衛生基準政策費 委員等旅費		--		2,712	2,768
		当初予算	食品衛生基準政策費 職員旅費		--		2,566	2,953
		当初予算	食品衛生基準政策費 諸謝金		--		554	1,505
		当初予算	食品衛生基準政策費 庁費		--		53	46
		主な増減理由						
従来にはない新開発食品の最新の科学的知見や諸外国の規制状況の収集、安全性確保に係る体制整備のため。			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 101-201-301-501

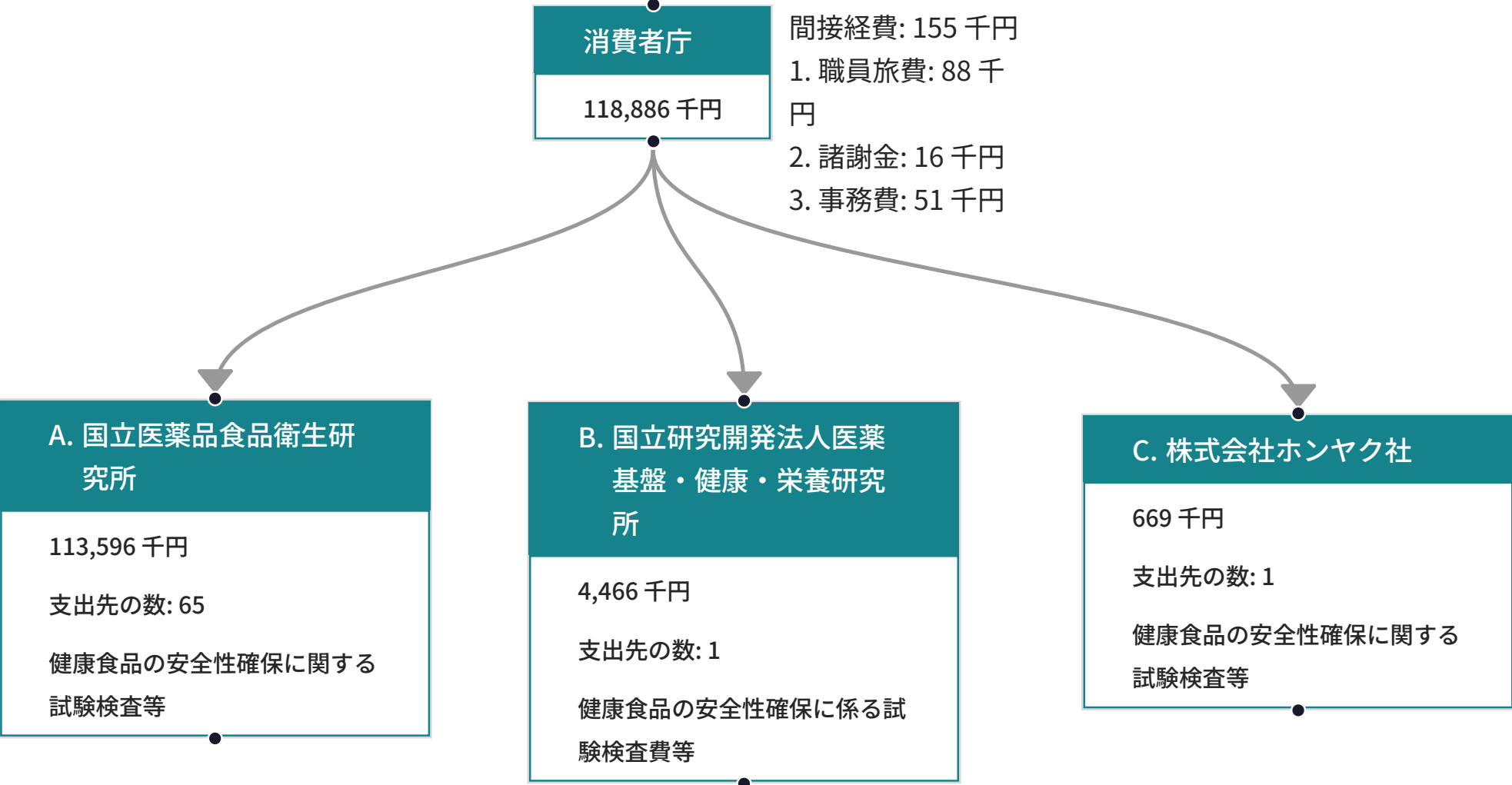
アクティビティ	いわゆる「健康食品」による健康被害の未然防止及び拡大防止を目的とし、分析調査を行い、指定成分等への指定や規格基準の策定の検討に資する情報を収集する。さらに、国内外の健康被害や諸外国の規制、注意喚起の情報を収集し、必要に応じて消費者とリスクコミュニケーションを行う。				
アウトプット	活動目標	いわゆる「健康食品」の中から特別の注意を必要とする成分又は物及び規格基準の策定の候補物質の特定・情報収集		活動指標	健康被害と疑われる事例又は海外規制当局にて危険性が示唆されている、いわゆる「健康食品」に対する分析調査
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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。
	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	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	1
	活動実績／成果実績(件)	2	2	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	いわゆる「健康食品」に関して、指定成分の指定及び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	指定成分の指定・規格基準の策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、四つの成分について、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。		実績／目標／見込み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	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	いわゆる「健康食品」の流通規制等の健康被害の未然・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。		実績／目標／見込み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	--

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、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又は物質について、分析調査等を行っている。諸外国の規制・注意喚起等の調査や、含有量確認のための測定方法を開発することにより、健康被害等が発生した際の早急な対応が可能となる。また、令和6年度には、調査結果を踏まえ、錠剤やカプセル剤等の製造管理及び品質管理に関する指針に新たな枠組みを導入したことで、実効性のある安全な商品供給につながっている。さらに、専門家や関係省庁と連携を取りながら健康被害の未然・防止拡大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。また、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、分析調査等対象の選定に当たっては、関係省庁及び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に努める。		
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	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	--			

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 国立医薬品食品衛生研究所		113,596	65	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		
	株式会社バイオテック・ラボ		30,791	5010601020795		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	リアルタイムPCR装置 一式 一般競争契約（最低価格）		6,797	3	95.8	--
	生体分子精製用クロマトグラフィーシステム 一式 一般競争契約（最低価格）		6,540	2	94.4	--
	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	--
	液体クロマトグラフ 一式ほか その他(--)		11,631	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	島津サイエンス株式会社		24,875	7010501032617		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	ガスクロマトグラフ質量分析計 一式 一般競争契約（最低価格）		16,614	3	86	--
	高速液体クロマトグラフ 一式 一般競争契約（最低価格）		8,261	3	95.1	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	丸紅新電力株式会社		10,513	9010001137740		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	電気使用料 一般競争契約（最低価格）		10,513	1	76.1	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人A		4,523	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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	
	給与・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)	4,523	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人B		4,074	999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
給与・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)		4,074	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人C		4,011	999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
給与・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)		4,011	--	--	--
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		3,746	5010001022137		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
合成生物学を利用した食品等に関する諸外国の法規制制度の調査 随意契約（少額）		968	1	--	--
諸外国における遺伝子組換え食品等～審査法令とリスク～最新情報の確認業務 随意契約（少額）		968	1	--	--
国内外における細胞培養食品の開発動向に関する調査 随意契約（少額）		952	1	--	--
合成生物学を利用した食品に関連した諸外国の研究開発状況の調査ほか 随意契約（少額）		858	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
Elsevier B.V.		3,022	8700150067835		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由

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		
	令和6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 一式 随意契約（その他）(--)	3,022	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人D	2,993	99999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	給与 その他(事業に係る職員給与)	2,993	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社帝国理化ほか	25,049	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	質量分析器及び窒素発生装置の点検作業 一式 ほか その他(--)	25,049	--	--	--	
	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	4,466	1	健康食品の安全性確保に係る試験検査費等		
	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	4,466	9120905002657			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	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）(特命随契)	4,466	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
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	株式会社ホンヤク社	669	1	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			
	株式会社ホンヤク社	669	3010401084786			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	

		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	
			細胞培養食品の海外ガイダンスの和訳業務 随意契約（少額）	669	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
	A	株式会社バイオテック・ラボ	リアルタイムPCR装置 一式	役務費	健康食品の安全性確保に関する試験検査等		6,797
	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		4,466
	C	株式会社ホンヤク社	細胞培養食品の海外ガイダンス の和訳業務	役務費	健康食品の安全性確保に関する試験検査等		669
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	高江慎一					
	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	2025	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．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	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/science/research_grant/index.html					
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			第二条	1	--
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）	https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/6honbun.pdf					
	・「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）	https://www8.cao.go.jp/cstp/kenkyu/taikou201612.pdf					

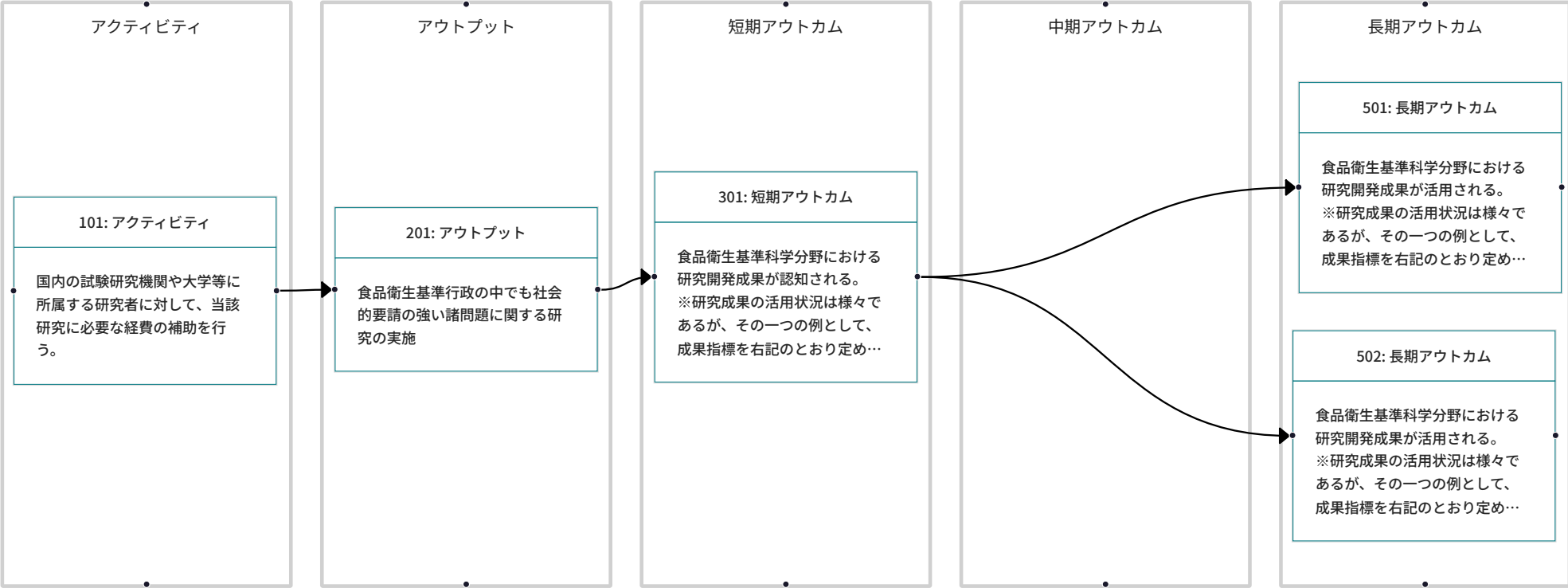
実施方法	補助			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	定額	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026		
	要求額		--	307,000	307,433	348,715		
	当初予算		0	256,195	255,575	--		
	補正予算		--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--		
	計		0	256,195	255,575	--		
	執行額		--	255,027	--	--		
	執行率		--	99.5%	--	--		
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	--		93,140		--	
		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 食品衛生基準科学研究費補助金			--		197,865	291,005
		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			--		57,710	57,710
主な増減理由	科学的知見に基づいた行政施策の推進を確保するとともに、食品安全に関する技術水準の向上を図ることを目的とした研究の強化のため。				その他特記事項		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日から、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 101-201-301-501

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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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 ※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
	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
	当初見込み／目標値(件)		6	6
	活動実績／成果実績(件)		6	--
↓ 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る、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様々であるが、その一つの例として、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） ※目標値は前年度の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	--	実績／目標／見込み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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)		5,605,470	5,108,216
	活動実績／成果実績(件)		5,108,216	--
	達成率(%)		91	--

↓ 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る、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様々であるが、その一つの例として、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	--	実績／目標／見込み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			最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		68	--
	活動実績／成果実績(件)		68	--
	達成率(%)		100	--

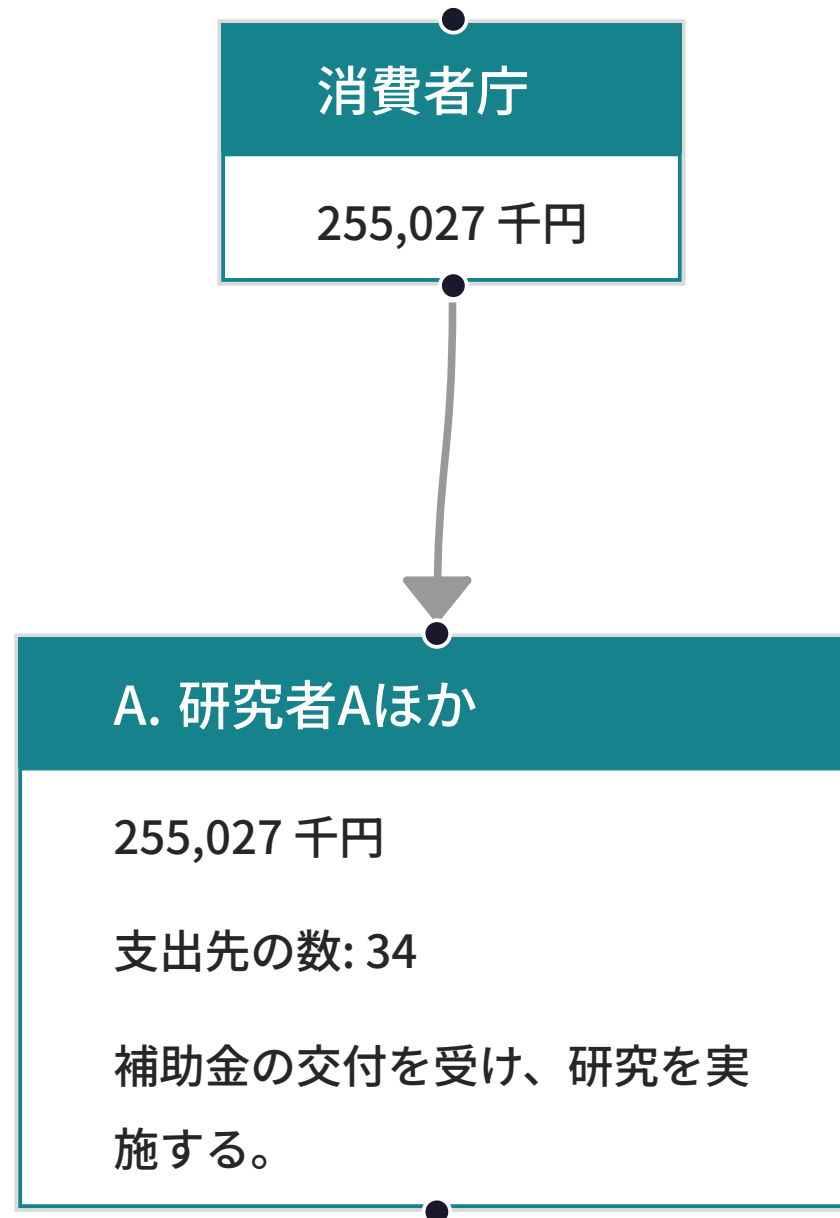
アクティビティからの発現経路 101-201-301-502

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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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 ※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
	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
	当初見込み／目標値(件)	6		6
	活動実績／成果実績(件)	6		--
↓ 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る、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様々であるが、その一つの例として、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） ※目標値は前年度の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	--	実績／目標／見込み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		目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)	5,605,470		5,108,216
	活動実績／成果実績(件)	5,108,216		--
	達成率(%)	91		--

↓ 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る、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課題当たり学会発表数（国内・国際学会）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様々であるが、その一つの例として、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	--	実績／目標／見込み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			最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		7	--
	活動実績／成果実績(件)		7	--
	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	--		
	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	本事業の研究結果については、食品衛生基準科学研究の振興を促すために重要な研究であり、国民の健康を守るための適正な研究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	引き続き、適切に予算を執行し事業を実施する。また、食品の安全を確保し、国民の健康を守るために一層資する研究の推進を図る。		
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	--
	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、引き続き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 研究者Aほか		255,027	34	補助金の交付を受け、研究を実施する。	
	支出先名		支出額	法人番号		
	研究者 A		26,700	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	香料を含む食品添加物の遺伝毒性評価スキームの構築に関する 基盤研究 補助金等交付		26,700	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	研究者 B		20,800	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	新たなバイオテクノロジーを用いて得られた食品の安全性確保 とリスクコミュニケーション推進のための研究 補助金等交付		20,800	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	研究者 C		18,000	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「健康食品」の安全性・有効性情報サイトを活用した健康食品 の安全性確保に関する研究 補助金等交付		18,000	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	研究者 D		14,000	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品及び食品用容器包装に使用されるナノマテリアル等の新規 素材の安全性評価に関する研究 補助金等交付		14,000	0	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			

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	
	研究者 E	13,840	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品行政における国際整合性の確保と食品分野の国際動向に関する研究 補助金等交付	7,240	0	--	--
	残留農薬規制における国際整合を推進するための研究 補助金等交付	6,600	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者 F	12,300	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食事摂取状況等を考慮したいわゆる「健康食品」の安全性確保に資する研究 補助金等交付	12,300	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者 G	11,000	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	フードテックを応用した細胞培養食品の先駆的な調査検討による食品衛生上のハザードやリスクに係る研究-リスクプロファイルの作成とモデル細胞実験系による検証・還元- 補助金等交付	11,000	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者 H	10,800	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品用器具・容器包装等の衛生的な製造管理等の推進に資する研究 補助金等交付	10,800	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者 I	10,600	9999999999999		

	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	
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		「昆虫食」における大規模生産等産業化に伴う安全性確保のための研究 補助金等交付		10,600	0	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		研究者 J		10,327	9999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		食品由来の各種化学物質のばく露評価を目的とした食事調査法に関する研究 補助金等交付		10,327	0	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		その他		106,660	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
その他 補助金等交付		106,660	--	--	--		

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	研究者 A	香料を含む食品添加物の遺伝毒性評価スキームの構築に関する 基盤研究	補助金等	研究の実施	26,700

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

--

研究評価推進事業

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	高江慎一				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	006458	事業開始年度	2024	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025	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．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開発（試験、調査等を含む。）に関する研究開発プログラム、研究開発課題、研究開発機関及び研究者の業績の評価について、個人情報保護の観点に配慮しつつ、外部評価の実施、国際的な視点からの評価の実施、評価結果の公開、研究費等の研究開発資源の配分への適切な反映等を行うことにより、より一層適切かつ効果的な研究開発評価の実施を図ることが必要である。そのため、評価委員会を設置し、研究開発課題の採択に関する事前評価、研究の進捗を評価する中間評価、研究が適切に行われたか等を評価する事後評価を実施する等、食品衛生基準科学研究費補助金等の各研究事業が適切かつ効果的に実施されるための事業を実施しており、引き続き研究開発課題の評価を行う必要がある。				
	事業の概要	評価委員会を設置し、研究開発課題の採択に関する事前評価、研究の進捗を評価する中間評価、研究が適切に行われたか等を評価する事後評価を実施する等、食品衛生基準科学研究費補助金等の各研究事業が適切かつ効果的に実施されるための事業を実施する。				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	--	--		--	--	--
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）	https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/6honbun.pdf				
	・「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）	https://www8.cao.go.jp/cstp/kenkyu/taikou201612.pdf				
実施方法	直接実施					

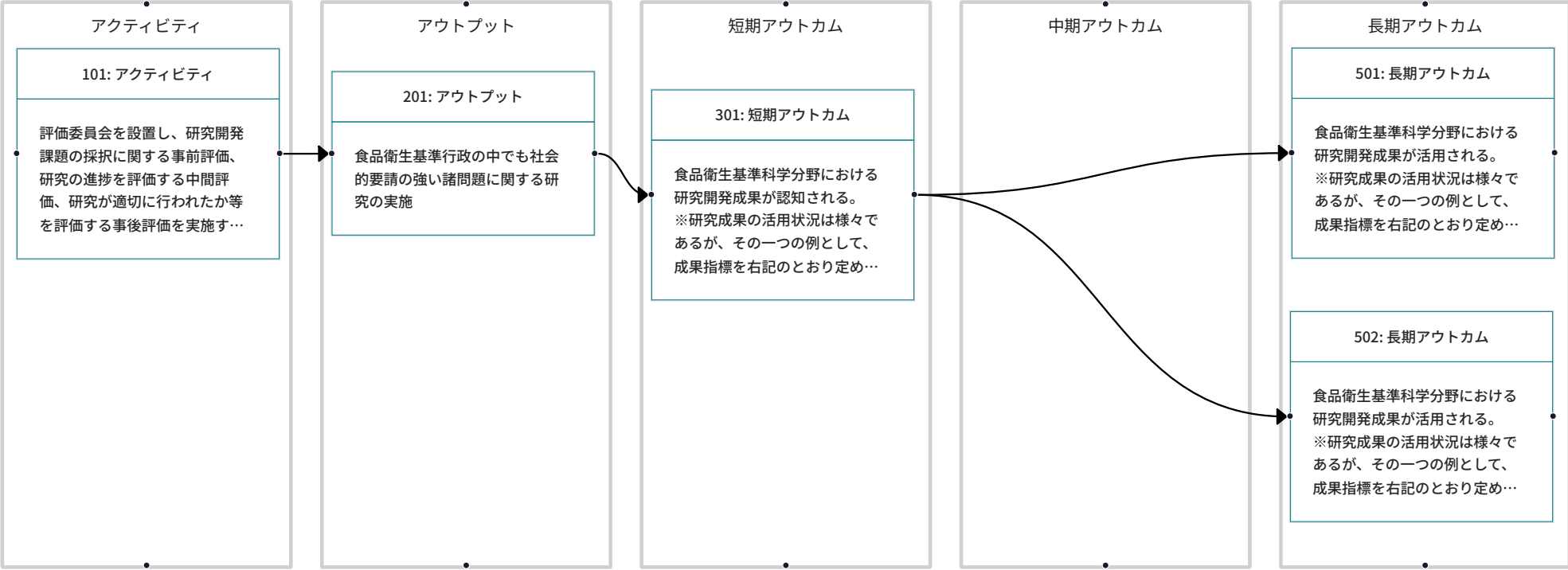
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026		
	要求額		--	6,000	770	770		
	当初予算		0	5,628	770	--		
	補正予算		--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--		
	計		0	5,628	770	--		
	執行額		--	3,488	--	--		
	執行率		--	62%	--	--		
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 委員等旅費			--		502	462
		当初予算 食品衛生基準政策費 諸謝金			--		268	308
	主な増減理由		業務の合理化による予算額の減			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 101-201-301-501

アクティビティ	評価委員会を設置し、研究開発課題の採択に関する事前評価、研究の進捗を評価する中間評価、研究が適切に行われたか等を評価する事後評価を実施する。			
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
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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 ※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。
	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
	当初見込み／目標値(件)		6	6
	活動実績／成果実績(件)		6	--
↓ 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る、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様々であるが、その一つの例として、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） ※目標値は前年度の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	--	実績／目標／見込み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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)		5,605,470	5,108,216
	活動実績／成果実績(件)		5,108,216	--
	達成率(%)		91.1	--

↓ 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る、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様々であるが、その一つの例として、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	--	実績／目標／見込み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			最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		68	--
	活動実績／成果実績(件)		68	--
	達成率(%)		100	--

アクティビティからの発現経路 101-201-301-502

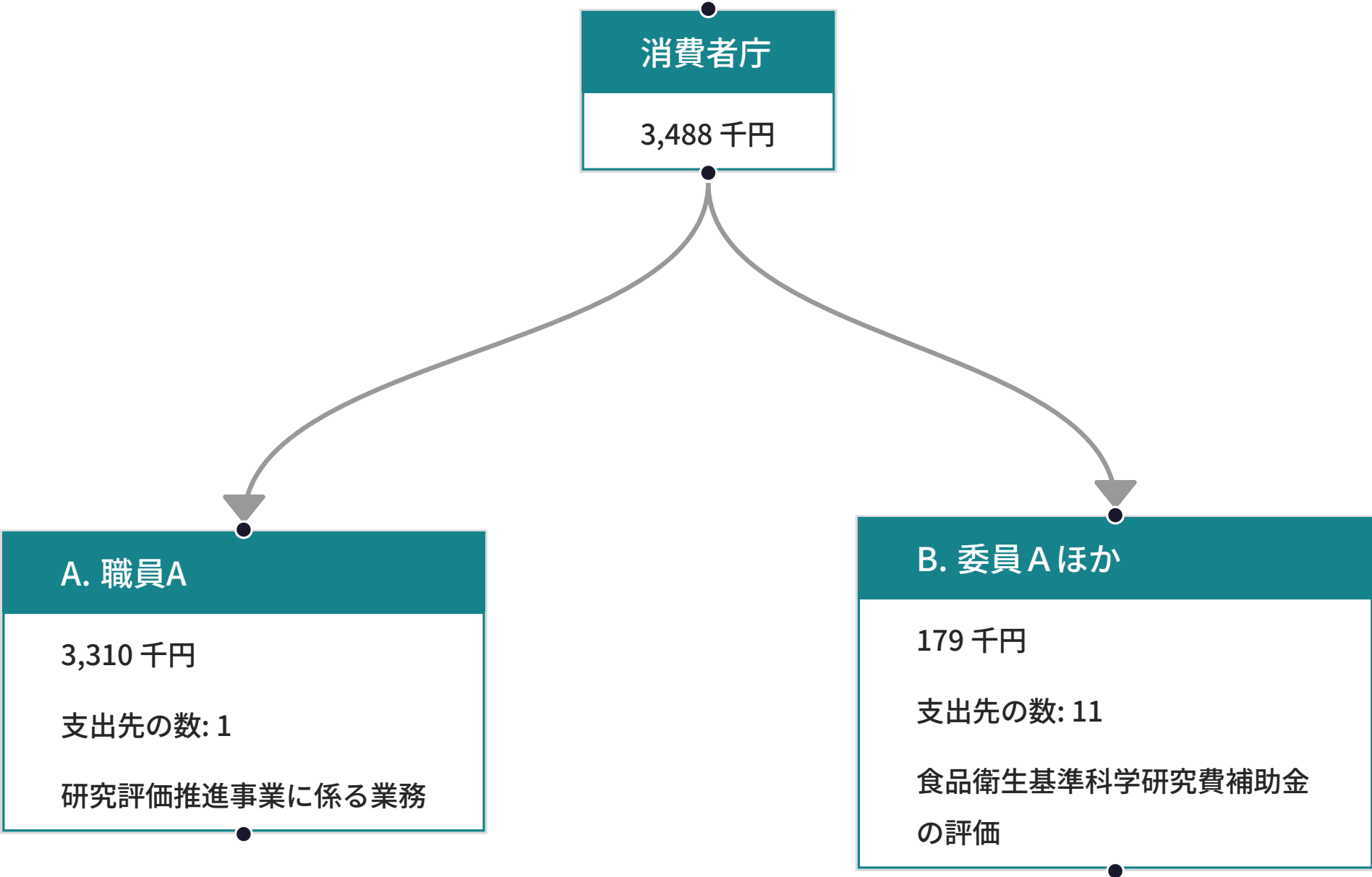
アクティビティ	評価委員会を設置し、研究開発課題の採択に関する事前評価、研究の進捗を評価する中間評価、研究が適切に行われたか等を評価する事後評価を実施する。			
アウトプット	活動目標	食品衛生基準行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究の実施	活動指標	採択件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品衛生基準科学研究データベース ※現状は厚生労働科学研究データベースのみであり、今後データベース掲載に係る変更が生じる可能性があるが詳細は未定。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		6	6
	活動実績／成果実績(件)		6	--
↓ 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る、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様々であるが、その一つの例として、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） ※目標値は前年度の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	--	実績／目標／見込み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	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(件)		5,605,470	5,108,216
	活動実績／成果実績(件)		5,108,216	--
	達成率(%)		91.1	--

↓ 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る、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課題当たり学会発表数（国内・国際学会）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様々であるが、その一つの例として、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	--	実績／目標／見込み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			最終目標年度 2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)		7	--
	活動実績／成果実績(件)		7	--
	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	--		
	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	本事業は食品衛生基準科学研究の振興を促すために重要なものであり、食品衛生基準科学研究費補助金等の各研究事業が適切かつ効果的に実施されるよう努めている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、適切に予算を執行し事業を実施する。また、各事業ごとの研究開発課題の評価を実施し、食品衛生基準科学研究費補助金等の各研究事業が適切かつ効果的に実施されるよう事業の推進を図る。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2025
	対象の理由	前年度に新規に開始した事業		
	所見	①本事業は、研究に対する評価そのものではなく、評価手続の運営に関するものと思われるが、資料を見ていくと、その境界線が曖昧になっており、研究に対する評価の良し悪しを、本事業のアウトカムとなってしまう部分がある。厚生労働省から引き継いだ事業とのことで、従前の事業内容を踏襲したものかとも思われるが、一貫性のある整理が必要と思う。 ②本事業は研究開発の実施事業ではなく、研究評価の実施事業であるため、アウトプットとして、事前評価／中間評価／事後評価の適切性（評価に関わる十分な期間の確保状況等）や、評価の客観性（外部評価者の割合）、評価の透明性（評価結果概要の公表有無等）等に関わる指標設定が想定されるのではないか。なお、仮に研究開発課題の実施に関わる事業（研究開発課題の研究費）であれば、現状のアウトプット、アウトカムが想定されるが、そうであったとしても食品安全科学研究データベースのアクセス件数については、食品安全科学研究のみのアクセス件数に限定することや、論文数ではなく論文の引用数等を設定することも考えられるのではないか。 ③研究に対する評価事業の成果なのだから、それが政策に与える効果を問題にするのか、研究上の何らかのフィードバック効果を期待するのかでも変わってくる。研究それ自体の事業との差をどう見るか。 実際に上がってきた論文、報告書に対する閲覧数を見ないと、当該年度の個別の事業の評価にはならないのではないか。		
	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	業務の合理化により2024年から2025年の予算額を減少させている点は評価できる点である。 事業の内容や研究の評価の方法等を整理していくことも検討されたい。 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	①評価手続の運営に関する事業として明確にわかるよう、指標設定については、適切な指標となるように、今後見直していくものとする。 ②現在のデータベースでは食品安全科学研究のみのアクセス件数に絞ることや論文の引用数等を確認するのが困難であることを踏まえて、御指摘いただいた指標を参考に、今後、適切な指標となるよう見直していくものとする。 ③現在のデータベースでは論文や報告書に対する閲覧数の確認ができないことを踏まえて、指標設定について適切な指標となるよう今後見直していくものとする。		
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	職員A	3,310	1	研究評価推進事業に係る業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	職員A		3,310	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	研究評価推進事業に係る職員給与 その他(職員給与)		3,310	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	委員Aほか	179	11	食品衛生基準科学研究費補助金の評価	
	支出先名		支出額	法人番号		
	委員A		25	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)		25	0	0	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	委員B		20	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)		20	0	0	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	委員C		20	9999999999999		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)		20	0	0	--
	支出先名		支出額	法人番号		

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		
	麹町税務署	18	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)	18	0	0	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	委員D	14	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)	14	0	0	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	委員E	14	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)	14	0	0	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	委員F	14	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)	14	0	0	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	委員G	14	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)	14	0	0	--	
	支出先名	支出額	法人番号			

	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		
	委員H				13	99999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)			13	0	0	--
	支出先名			支出額	法人番号			
	委員I				13	99999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)			13	0	0	--
	支出先名			支出額	法人番号			
	その他				13	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		評価委員会出席謝金 その他(出席謝金)			13	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	職員A	研究評価推進事業に係る職員給与	人件費	研究評価推進事業に係る職員給与	3,310
	B	委員A	評価委員会出席謝金	諸謝金	評価委員会出席謝金	25

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

--

行政文書電子媒体変換事業

基本情報

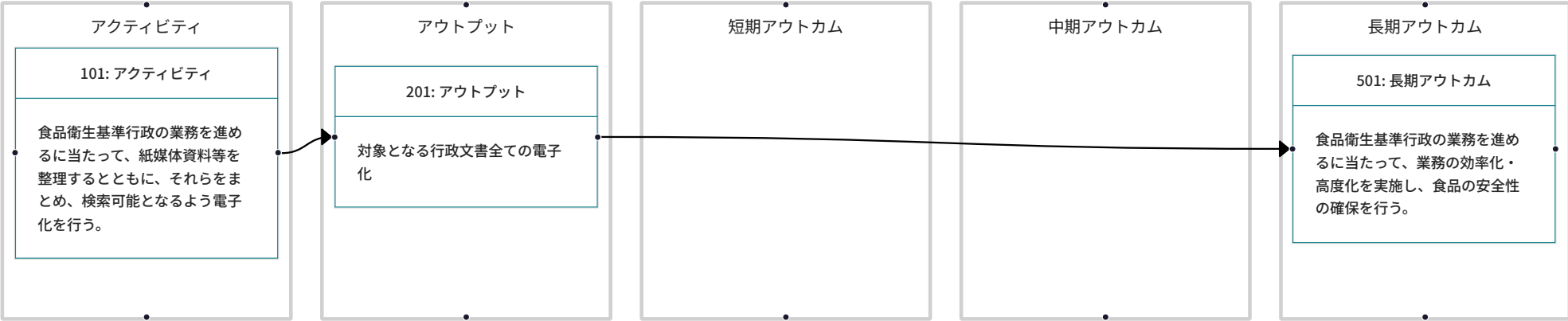
組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 食品衛生基準審査課				
	作成責任者	高江慎一				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	006455	事業開始年度	2024	事業終了（予定）年度	2024
	事業年度	2025		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	1．食品衛生基準政策の推進		（1）食品衛生基準に関する政策の推進		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	食品衛生基準行政の業務を進めるに当たって、業務の効率化・高度化やリモートワークのための環境整備を図るため、これまで単に保存されていた紙媒体資料等を整理するとともに、それらをまとめ、検索可能な電子化作業を行うものである。				
	現状・課題	食品衛生基準行政の業務を進めるに当たっては、紙媒体を含む過去の様々なデータを参照し行っているところ、業務の効率化・高度化やリモートワークのための環境整備を図るため、これまで単に保存されていた紙媒体資料等を整理するとともに、それらをまとめ、検索可能な電子化作業を行う必要がある。				
	事業の概要	庁舎内及び外部倉庫に保管されている食品基準審査課の行政文書等をスキャニングし画像データを作成する。更に画像データを検索する上で必要な情報を作成する。				
	事業概要URL	--				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	--	--		--	--	--
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)			2023	2024	2025	2026	
	要求額		--	19,000	0	--	
	当初予算		0	9,288	0	--	
	補正予算		--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	
	計		0	9,288	0	--	
	執行額		--	4,070	--	--	
	執行率		--	43.8%	--	--	
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 食品衛生基準政策費 食品等試験検査費			--	0	--
主な増減理由	2024年度で終了した事業のため。			その他特記事項	2024年度終了事業		

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 101-201-501

アクティビティ	食品衛生基準行政の業務を進めるに当たって、紙媒体資料等を整理するとともに、それらをまとめ、検索可能となるよう電子化を行う。			
アウトプット	活動目標	対象となる行政文書全ての電子化	活動指標	電子化実施済みの文書量 ※整理が必要な文書収納箱数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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	2025年度	
	当初見込み／目標値(箱)	450	0	
	活動実績／成果実績(箱)	138	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	紙媒体資料等を整理するとともに、それらをまとめ、検索可能となるよう電子化を行うことで、食品衛生基準行政の業務を進める上での業務の効率化・高度化を実施し、食品の安全性のさらなる確保を可能とする。			
長期アウトカム	成果目標	食品衛生基準行政の業務を進めるに当たって、業務の効率化・高度化を実施し、食品の安全性の確保を行う。	成果指標	食品衛生基準行政の業務を進めるに当たり、業務の効率化・高度化を図る。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込み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紙媒体資料等の電子化が、より効果的な施策の推進や制度の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	事業の実施が効果に直結し、途中段階でデータ等を確認しながら事業の改善や執行の工夫を行う余地が乏しいため。
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	保存されていた紙媒体資料等の電子化によって食品衛生行政の業務の効率化が図られた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	厚生労働省から消費者庁への業務の移管時点で文書の整理を行い、電子化する文書を精査した結果、該当文書数が減ったことで執行率が減少しているが、基本的に電子化が必要な文書については全て電子化したことで、食品衛生基準行政の業務の効率化・高度化が図られ、リモートワークのための環境が整備されたと考えている。		
	改善の方向性	--		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2025
	対象の理由	前年度に新規に開始した事業		
	所見	①業務スペースの確保、業務の効率化等の目的で、紙資料のデジタルデータ化は時代の流れと認識するが、その実施に当たっては、紙資料のどの部分をデータ化するかという精査が欠かせない。本来は、消費者庁全体として、紙資料からデジタルデータ化への検討が前提となる場面のように思われる。本事業に関しては、そのような検討過程が全く見えてこない。「対象となる行政文書全ての電子化」という表現(「効果発現経路」)と、「当初見込み/目標値」の450箱、「活動実績/成果実績」の138箱が、それぞれ何を意味するのかも明確でない。厚生労働省からの引継ぎ事業とはいえ、異様に低い落札率も含めて、消費者庁として、明解な説明が求められるところと思う。 ②「予算・執行」欄について、要求額と執行額の乖離が大きい。定型的な委託業務であり、予算要求の段階でより実態に即した金額を設定できるのではないか。また、執行率が43.8%と低く、予定価格の設定についても適宜見直しが必要ではないか。「アクティビティからの発現経路101-201-501」について、活動実績（138箱）が当初見込み（450箱）を下回っている。単年度事業でもあり、当初予定していた事務が適切に執行されたのか「目標年度における効果測定に関する評価」欄等で具体的に記載する必要があるのではないかと。長期アウトカムとして「食品衛生基準行政の業務を進める上での業務の効率化・高度化を実施し、食品の安全性のさらなる確保を可能とする」が設定されている。短期又は中期アウトカムとして、外部要因が大きく参考指標に留まるが「リモートワークの増加率」や「残業時間の減少率」等、「食品衛生基準行政の業務を進める上での業務の効率化・高度化」の状況を示す指標も必要ではないか。 ③短期的成果と長期的なそれとの間の過程が「政策評価」の対象としては十分に整備されたものになっていない。「検索可能な」という点がポイントなのであれば（業務遂行の効率性を狙いとしているのであれば、ポイントであるだろう。）、その観点からの効率性指標のようなものがあった方がいいと思う（ただ具体的に実装可能なものを明確化するのは難しい。）。デジタルイゼーションが国の政策として重要視されているのだから、ここでもその知見をいかしてほしい。		
	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	紙媒体資料を整理し電子化を行った結果、食品衛生基準行政の業務の効率化・高度化やリモートワークのための環境が整備されたことは評価できる点である。 しかし、活動実績（138箱）が当初見込み（450箱）を大きく下回っていることや執行率の低さは改善すべき点である。 今後、同様の事業を行うことがあるならば、事前検討をしっかりとより良い結果が出せるよう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	予定通り終了		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
	詳細	①今後、類似の事業を実施する際は、御指摘いただいたことを踏まえ、分かりやすい活動目標や指標となるよう表現を工夫するとともに、見込みの精査等の事前検討を十分に行い、適切な予算執行に努める。 ②御指摘いただいたことを踏まえ、 ・「目標年度における効果測定に関する評価」欄で具体的に記載を行った。 ・「リモートワークの増加率」等の「食品衛生基準行政の業務を進める上での業務の効率化・高度化」の指標を示すことについては、その時々外部要因等業務の状況を踏まえれば、必ずしも効果を反映するものではないと考えるが、今後、類似の事業を実施する場合には、指標設定を工夫するとともに、予定価格の設定や必要予算額の精査等、事前検討を十分に行い、適切な予算要求・執行に努める。 ③効率性指標を示すことについては、前述の回答のとおり、今後、類似の事業を実施する場合には適切な指標設定ができるよう検討していく。		
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ee	4,070	1	食品衛生基準審査課行政文書電子媒体変換及び溶解処理業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社 e e		4,070	5120001146263		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		食品衛生基準審査課行政文書電子媒体変換及び溶解処理業務一式 一般競争契約（最低価格）		4,070	6	40.5	--

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 e e	食品衛生基準審査課行政文書電子媒体変換及び溶解処理業務一式	委託費	食品衛生基準審査課行政文書電子媒体変換及び溶解処理業務	4,070

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	復興庁						
	事業所管課室	復興庁 予算会計企画班						
	作成責任者	木村公一 高江慎一						
	その他担当組織	消費者庁 食品衛生基準審査課						
基本情報	予算事業ID	000557	事業開始年度	2013		事業終了（予定）年度	2030	
	事業年度	2025			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．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		--	
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	食品中の放射性物質の基準値（平成24年4月施行）について、食品中の放射性物質の含有状況や摂取状況を調査し継続的に検証を行うことにより、食品の安全性を確保する。						
	現状・課題	平成23年3月の東京電力福島第一原子力発電所事故により、近接する地域で生産された食品から放射性物質が検出されたため、食品中の放射性物質の基準値が設定された（平成24年4月施行）。 国民が食品中の放射性物質によって被ばくする線量の実態を知るためには、トータルダイエット調査のような実態に即した試料の測定に基づく推定が必要であるため、食品中の放射性物質の規制の妥当性を検証し、原発事故に起因する放射性物質による、国民の食品に対する不安を解消し、被災地域産品の信頼性の回復及び風評被害を防止するために本事業を開始した。 食品からの放射性物質の暴露量の推定を踏まえ、食品の安全性について検証をするため、定量的な指標を設定することが困難であることが課題である。						
	事業の概要	食品中の放射性物質の含有状況調査及び年齢、地域、季節ごとの実際の食品からの放射性物質の摂取量調査を行う。						
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/food_pollution/criterion						
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	1	--
	食品衛生法				昭和二十二年法律第二百三十三号	第十三条	2	--
関係する計画・通知等	計画・通知名				計画・通知等URL			
	食安発0315第1号食品安全部長通知「食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件について」等				--			

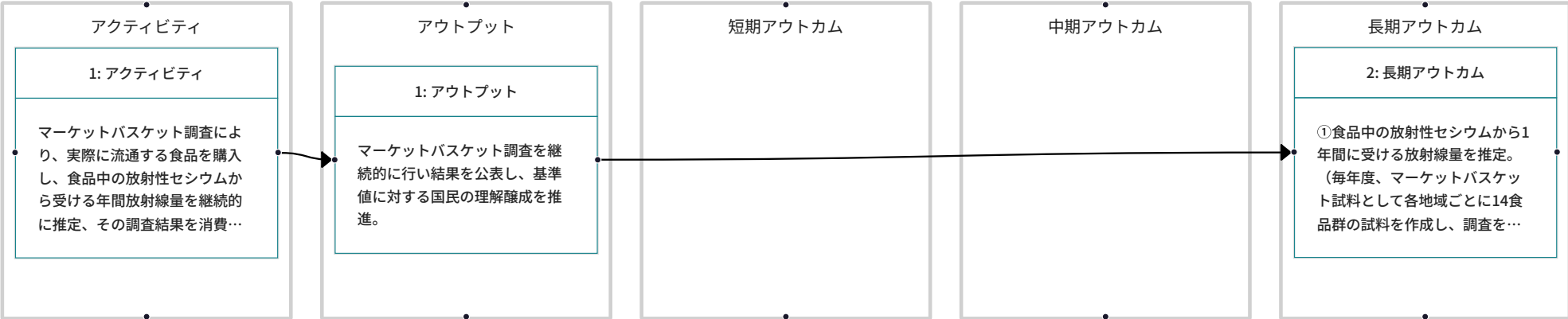
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2022	2023	2024	2025	2026	
	要求額		76,000	76,000	76,000	67,745	67,442	
	当初予算		76,000	76,000	76,143	67,710	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		76,000	76,000	76,143	67,710	--	
	執行額		74,056	62,313	74,873	--	--	
	執行率		97.4%	82%	98.3%	--	--	
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考	
	特別会計	東日本大震災復興	--		--		--	
		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 消費生活復興政策費 その他			--		--	--
		当初予算 消費生活復興政策費 職員旅費			--		595	683
		当初予算 消費生活復興政策費 食品等試験検査費			--		66,815	66,741
		当初予算 消費生活復興政策費 諸謝金			--		24	0
		当初予算 消費生活復興政策費 庁費			--		37	18
		当初予算 消費生活復興政策費 委員等旅費			--		239	0
		会計区分	会計	勘定		要望額		備考
	特別会計	東日本大震災復興	--		--		--	
	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 1-1-2

アクティビティ	マーケットバスケット調査により、実際に流通する食品を購入し、食品中の放射性セシウムから受ける年間放射線量を継続的に推定、その調査結果を消費者庁のHPに掲載する。国民に向けた食品の安全性に関する正確な情報を発信。				
アウトプット	活動目標	マーケットバスケット調査を継続的に行い結果を公表し、基準値に対する国民の理解醸成を推進。		活動指標	マーケットバスケット試料中の放射性セシウム濃度の測定
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込み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	本事業の目的（①基準値設定による安全な食品流通を通じ、国民に安心して食品を摂取してもらうこと②諸外国等に対して国産食品の安全性を説明する根拠とするため、経時的に科学的データを取集すること等）に照らせば、継続的に検証を行うことが国内および海外における国内食品への信頼を確保する上で、極めて重要であり、短期的なアウトカム設定は本事業の性質に相応しくないと考えるため。
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(試料数)	420	420	420	364
	活動実績／成果実績(試料数)	420	420	420	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	マーケットバスケット調査では、実際に流通する食品を購入し各地域の試料の比較も行うため、食品中の放射性セシウムから受ける年間放射線量の推定に加え、福島県及び周辺県とその他の地域を比較することで、同等性と安全性が示され食品の安全確保に寄与する。また、国民へ正確な情報を発信することにより、食品中の放射性物質の基準値に対する国民の理解醸成を推進することができる。				

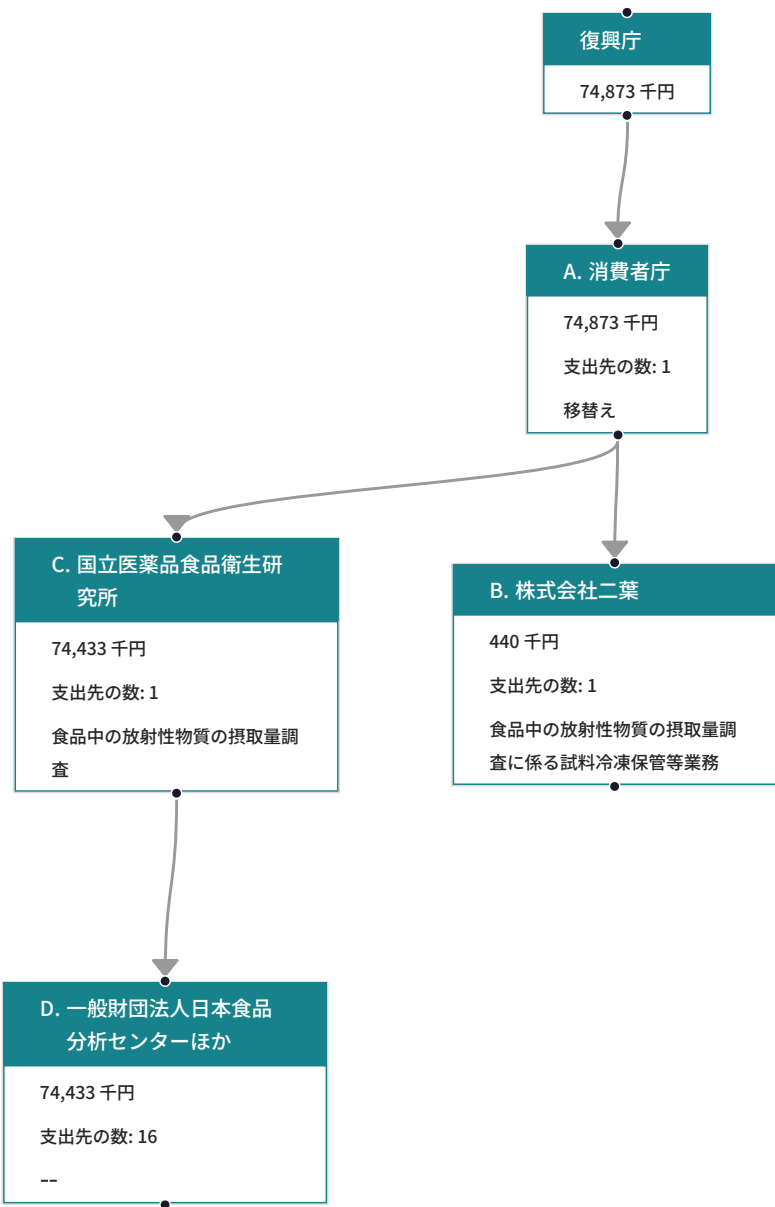
長期アウトカム	成果目標	①食品中の放射性セシウムから1年間に受ける放射線量を推定。(毎年度、マーケットバスケット試料として各地域ごとに14食品群の試料を作成し、調査を実施。調査の結果、食品中の放射性セシウムから1年間に受ける放射線量が極めて小さいことを確認) ②国民へ正確な情報を発信。 ③基準値に対する国民の理解醸成を推進。	成果指標	試料数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	毎年度、マーケットバスケット試料として各地域ごとに14食品群の試料を作成し、調査を実施。 調査の結果、食品中の放射性セシウムから1年間に受ける放射線量が極めて小さいことを確認。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	食品からの放射性物質の暴露量の推定を踏まえ、食品の安全性の継続的な検証が目的であるため、定量的な指標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	本事業の目的（①基準値設定による安全な食品流通を通じ、国民に安心して食品を摂取してもらうこと②諸外国等に対して国産食品の安全性を説明する根拠とするため、経時的に科学的データを取集すること等）に照らせば、継続的に検証を行うことが国内および海外における国内食品への信頼を確保する上で、極めて重要であり、短期的なアウトカム設定は本事業の性質に相応しくないと考えるため。
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6年度は一日摂取量調査による試料420検体を検査し、各地域の食品に含まれる放射性セシウムから受ける線量が現行の基準値の設定根拠となった線量上限 1mSv/年の0.1%程度であることを確認した。また、食品に含まれる放射性ストロンチウムの濃度は原発事故以前の範囲内、プルトニウムの濃度は検出限界値未満であることを確認した。 ○調査は福島県及び周辺県とその他の日本の各地域を比較して実施されており、調査結果によってそれらの同等性と安全性が示され食品の安全確保に寄与していることから、被災地の経済活動・市民生活へ直接的な影響を与えるとともに、また、日本全国や海外での食品への信頼を確保する上で極めて有効である。また、本事業によって得られたデータは、基準値の継続的な検証にも活用できるものである。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	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、なお一層効率的かつ効果的に事業が実施されるよう、調査方法や頻度等について検証する		
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	2024
	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	適切な予算執行に努めるとともに、引き続き、なお一層効率的かつ効果的に事業が実施されるよう、調査方法や頻度等について検証すること。
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	効率的かつ効果的な事業が実施できるよう必要な予算を確保するとともに、引き続き、適正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	消費者庁	74,873	1	移替え	
		支出先名	支出額	法人番号		
		消費者庁	74,873	5000012010024		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		移替え その他(--)	74,873	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	株式会社二葉	440	1	食品中の放射性物質の摂取量調査に係る試料冷凍保管等業務	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社二葉	440	2010401026062		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		食品中の放射性物質の摂取量調査に係る試料冷凍保管等業務 随意契約（その他）(--)	440	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	国立医薬品食品衛生研究所	74,433	1	食品中の放射性物質の摂取量調査	
		支出先名	支出額	法人番号		
		国立医薬品食品衛生研究所	74,433	9999999999999		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		食品中の放射性物質の摂取量調査 その他(支出委任)	74,433	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	
	D	一般財団法人日本食品分析センターほか	74,433	16	--	
		支出先名	支出額	法人番号		

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	
	一般財団法人日本食品分析センター	23,133	3011005000295		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	平均的食事からの放射性物質摂取量推定のための試料調整一式 随意契約（その他）（--）	22,209	0	0	--
	マーケットバスケット試料（油脂類）の灰化試料作製 随意契約（少額）	924	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	9,996	2010001190770		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	ガス使用料 一般競争契約（最低価格）	9,996	3	52.7	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社千代田テクノル	8,964	7010001004851		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	低バックグラウンドα／β線自動測定装置 一式 随意契約（その他）（--）	8,580	0	0	--
	中型灰化炉定期点検 一式 随意契約（少額）	384	0	0	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	尾崎理化株式会社	8,294	2021001016122		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	ハミルトンシリンジ ７０５Ｎ ５０μｌ ６点 外１１点 随意契約（少額）	764	0	0	--
	特注ガラスアダプター 透明摺り ネジ付き １本入 １２点 随意契約（少額）	671	0	0	--
	蒸留水－Plus－ LC／MS用 １Ｌ ２４点 外９点 随意契約（少額）	575	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	
	DB-5MS 60m 0.32mm 0.25um 3点ほか その他(--)	6,284	0	0	--
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		5,392	1011001015010		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
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）		5,392	5	84.8	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人A		4,926	9999999999999		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
給与 その他(--)		4,926	0	0	--
支出先名		支出額	法人番号		
ミリオンテクノロジーズ・キャンベラ株式会社		3,500	9010501030346		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
波高分析装置利用のためのデータ処理装置更新作業 一式 随意契約（公募）		2,035	0	0	--
既設放射能測定装置 3式 点検・再校正 一式 随意契約（少額）		996	0	0	--
Ge半導体検出器用重量計の設置 一式 随意契約（少額）		275	0	0	--
無停電電源装置 1点 随意契約（少額）		195	0	0	--
支出先名		支出額	法人番号		
丸紅新電力株式会社		3,000	9010001137740		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
電気使用料 一般競争契約（最低価格）		3,000	1	76.1	--

	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	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社池田理化		2,408	3010001010696		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	CONSUM GREEN BASKETmQ IQ7005 ～ 1点 外3点 随意契約（少額）	825	0	0	--	
	超純水製造装置修理 一式 随意契約（少額）	812	0	0	--	
	iCAP7400 Duoプロアクティブサポートプラン 一式 随意契約（少額）	520	0	0	--	
	プレフィルター（温風乾燥用）～ 1点 外5点ほか 随意契約（少額）	252	0	0	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人B	1,575	9999999999999			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	給与 その他(--)	1,575	0	0	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	その他	3,245	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
水道使用料ほか その他(--)	3,245	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
	B 株式会社二葉	食品中の放射性物質の摂取量調査に係る試料冷凍保管等業務	役務費	食品中の放射性物質の摂取量調査に係る試料冷凍保管等業務一式		440
	D 一般財団法人日本食品分析センター	平均的食事からの放射性物質摂取量推定のための試料調整一式	役務費	平均的食事からの放射性物質摂取量推定のための試料調整一式		22,209

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

--