

消費者政策企画・立案

基本情報

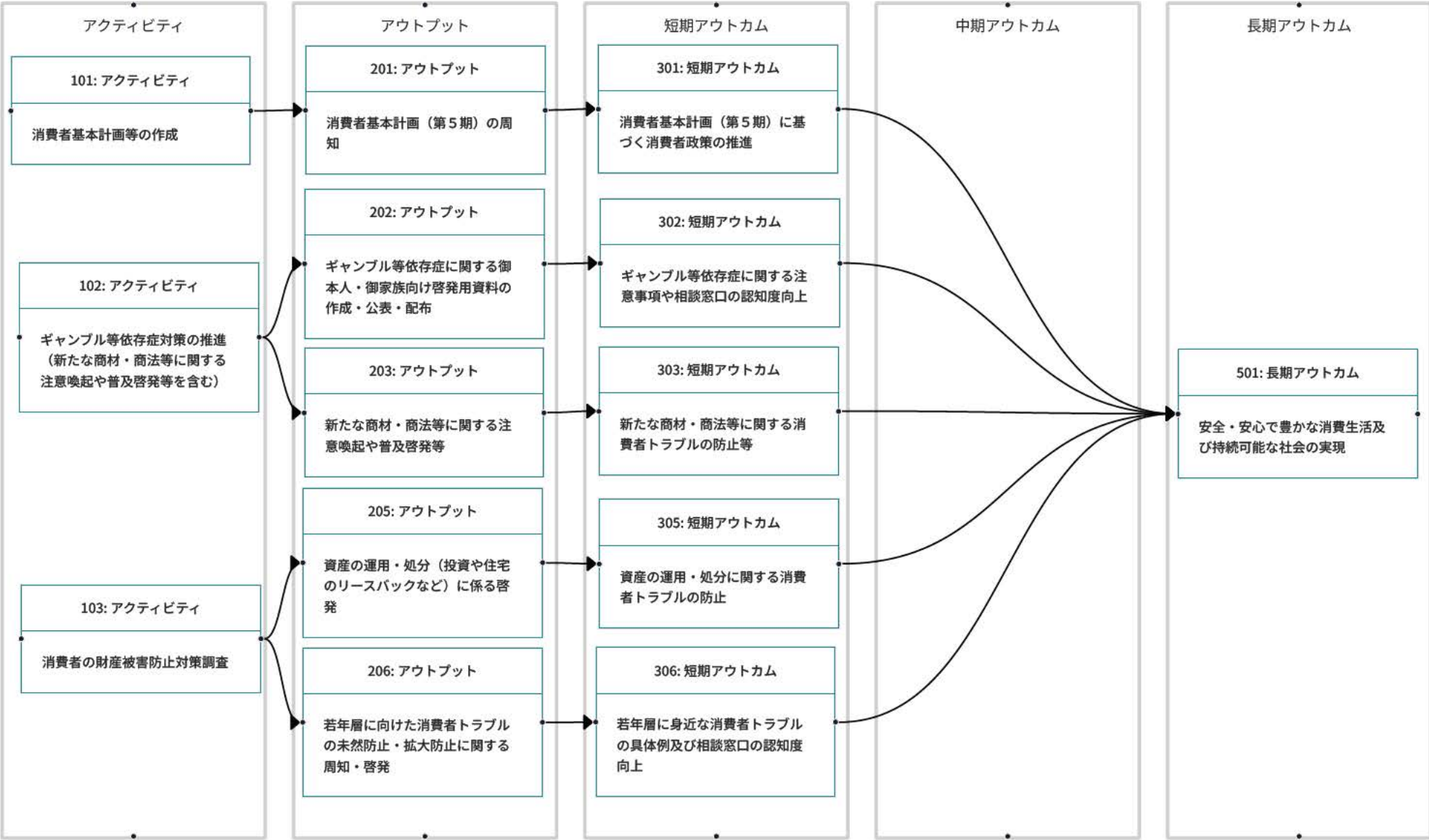
組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者政策課				
	作成責任者	鮎澤良史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000456	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2026	事業区分		前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	1．消費者政策の推進		（1）消費者政策企画・立案		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	デジタル技術の進展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)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		51,500	58,268	109,195	114,280	193,809		
	当初予算		51,000	71,178	83,078	85,698	--		
	補正予算		--	46,648	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	46,648	--	--		
	予備費等		--	--	△21,884	--	--		
	計		51,000	117,826	107,842	85,698	--		
	執行額		43,766	59,639	40,174	--	--		
	執行率		85.8%	50.6%	37.3%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		--		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費				--		85,237	193,661
		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				--		304	98
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		157	50
主な増減理由	消費者への効果的な注意喚起を行うとともに、諸外国における悪質商法対策の制度等を調査・分析することで、詐欺的な悪質商法に関する政府としての対応強化を図るための費用が必要となったため。				その他特記事項	食品ロスの削減の推進のための事業が緊急的に必要となったため、「食品ロスの削減の推進」（消費者教育推進課）へ流用の上、執行した。 また、食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進のための事業が緊急的に必要となったため、「食品安全に関するリスクコミュニケーション等の推進」（消費者安全課）へ流用の上、執行した。 さらに、食品表示制度に関する調査事業・普及啓発事業が緊急的に必要となったため、「食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用」（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



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	消費者基本計画等の作成			
アウトプット	活動目標	消費者基本計画（第５期）の周知	活動指標	資料の地方自治体等への配布数
	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		2025年度		2026年度
	当初見込み／目標値(冊)	12,069		0
	活動実績／成果実績(冊)	12,069		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者基本計画（第５期）に基づく施策の推進			
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年目を目途に中間点検を実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者基本計画（第５期）の具体的な点検手法に関する検討を進めている。	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	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	点検結果を踏まえた施策の推進			
長期アウトカム	成果目標	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	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	寄与度を測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 102-202-302-501

アクティビティ	ギャンブル等依存症対策の推進（新たな商材・商法等に関する注意喚起や普及啓発等を含む）				
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地方公共団体及び大学附属病院、国立病院機構等への配布数
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	25,250	25,500	25,860	25,700
	活動実績／成果実績(枚)	25,250	25,500	25,860	--
↓ 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	ギャンブル等依存症に関する注意事項や相談窓口について、地方公共団体及び大学附属病院、国立病院機構等への配布を通じて、消費者に周知した。		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	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	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	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	寄与度を測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 102-203-303-501

アクティビティ	ギャンブル等依存症対策の推進（新たな商材・商法等に関する注意喚起や普及啓発等を含む）			
アウトプット	活動目標	新たな商材・商法等に関する注意喚起や普及啓発等	活動指標	注意喚起や普及啓発等を行った商材・商法等の数
	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			2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)		0	0
	活動実績／成果実績(件)		2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	新たな商材・商法等に関する消費者トラブル等に関する消費者の認知度向上			
短期アウトカム	成果目標	新たな商材・商法等に関する消費者トラブルの防止等	成果指標	新たな商材・商法等に関する消費者トラブルの防止等
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和7年度の実績は以下のとおり。 ・賃貸住宅のLPガス料金の適正化に向けた制度改正の周知するため、消費者庁ウェブサイト に資料を掲載した。 ・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を周知するため、事業者団体等へ資料を10,000枚配布した。	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	社会情勢を踏まえて、迅速に注意喚起や普及啓発等を行う必要があるため、その内容や対象者については事前に予測することが困難であるため。また、注意喚起や普及啓発等を行う内容は多岐に渡るため、その成果を定量的に評価することは難しいため。	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	新たな商材・商法等に関する消費者の意識・行動の変容			
長期アウトカム	成果目標	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	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	寄与度を測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 103-205-305-501

アクティビティ	消費者の財産被害防止対策調査			
アウトプット	活動目標	資産の運用・処分（投資や住宅のリースバックなど）に係る啓発	活動指標	啓発資料の地方自治体・消費生活センター等への配布数
	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			2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)		19,040	0
	活動実績／成果実績(枚)		20,570	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	適切な資産の運用・処分のためのリテラシーの向上			
短期アウトカム	成果目標	資産の運用・処分にに関する消費者トラブルの防止	成果指標	資産の運用・処分にに関する消費生活相談の動向
	定性的なアウトカムに関する成果実績	資産の運用・処分にに関する消費生活相談情報を注視した。	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	消費生活相談情報は相談者の申告に基づいており、実態を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	資産の運用・処分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	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	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	寄与度を測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 103-206-306-501

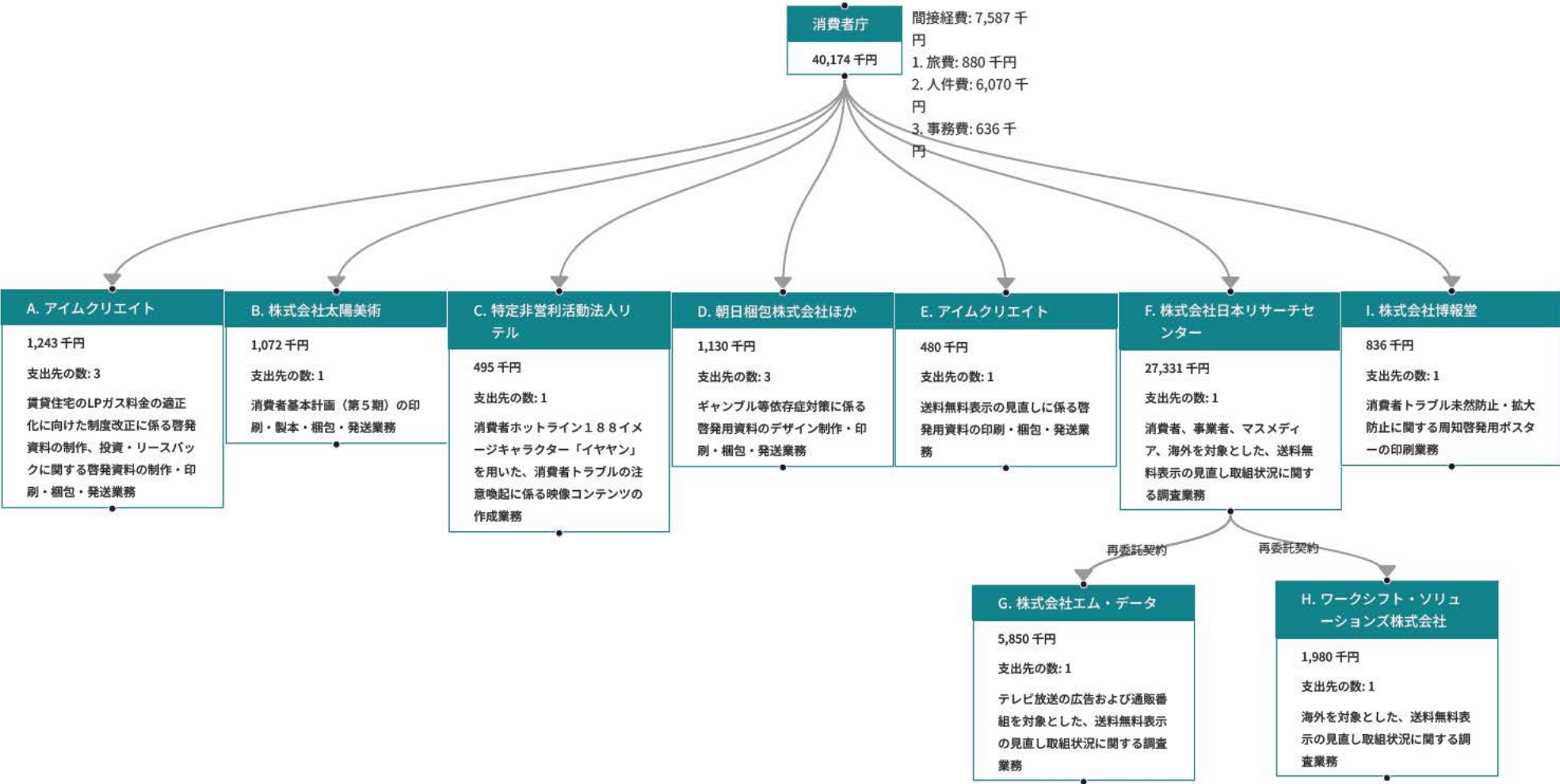
アクティビティ	消費者の財産被害防止対策調査			
アウトプット	活動目標	若年層に向けた消費者トラブルの未然防止・拡大防止に関する周知・啓発	活動指標	地方公共団体や関係機関へのポスターの配布数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	17,800	1,247	0
	活動実績／成果実績(枚)	17,800	1,247	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	地方公共団体や関係機関に配布			
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	新生活の始まりに向けて注意すべき点を具体的な事例とともに紹介するとともに、相談窓口を記載した注意喚起資料「新生活を彩る様々な『契約』をする前に押さえておきたいポイント」を作成し、地方公共団体等に周知した。	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	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	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	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	寄与度を測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	第5期消費者基本計画は令和7年度からの5年間における消費者政策の大綱を示すものであり、消費者政策の計画的な推進を図るため、本計画の周知は必要である。特に、地方公共団体は、国の施策に準じて施策を講ずる責務を有することから、国が策定した消費者政策の大綱の内容を把握することは必要である。 本計画では、閣議決定から3年目を目途に中間点検を実施することとされており、消費者政策の実施の状況を検証・評価・監視するためにも、点検手法の構築は不可欠である。 また、多様な属性の消費者に対し、社会情勢等を踏まえた内容での周知・啓発、様々な媒体を活用した周知・啓発は、消費者の利益の擁護及び増進の観点で有効であると考えられる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	消費者基本計画（第5期）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効率的に業務を遂行していく。 特に、決定から3年目を目途に行う中間点検に向けて、消費者政策の実施の状況に関する適切な検証・評価・監視を行えるよう、外部の知見も活用して具体的な点検手法を構築していく。 また、消費者トラブルの動向等を踏まえ、周知・啓発における実効性の向上を図っていく。		
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	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	・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。 ・引き続き、各活動に係る定性的な成果実績を適切に整理するとともに、アウトプットからアウトカムに至る効果発現経路の妥当性を継続的に検証していただきたい。
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、事業の必要性・効率性・有効性を検討した上で、適切な予算執行を行ってまいりたい。 あわせて、各活動に係る定性的な成果実績を整理するとともに、効果発現経路の妥当性を検証してまいりたい。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			

その他の指摘事項	--
----------	----



支出先上位者リスト (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	アイムクリエイト	1,243	3	賃貸住宅のLPガス料金の適正化に向けた制度改革に係る啓発資料の制作・投資・リースバックに関する啓発資料の制作・印刷・梱包・発送業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		アイムクリエイト		1,243	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
		新規の啓発資料のデザイン・イラスト制作業務及び既存の啓発資料の修正業務 随意契約（少額）		495	1	--	--
		投資及びリースバックに関する啓発資料の印刷業務 随意契約（少額）		435	1	--	--
		投資及びリースバックに関する啓発資料の印刷業務、梱包業務及び発送業務 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		
	B	株式会社太陽美術	1,072	1	消費者基本計画（第5期）の印刷・製本・梱包・発送業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社太陽美術		1,072	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
		「消費者基本計画」の印刷・製本及びこん包・発送業務 随意契約（少額）		1,072	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	特定非営利活動法人リテル	495	1	消費者ホットライン188イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		特定非営利活動法人リテル		495	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

支出先ブロック名			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イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務 随意契約（少額）	495	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	朝日梱包株式会社ほか		1,130	3	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・梱包・発送業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	朝日梱包株式会社		562	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・配送業務 随意契約（少額）		562	2	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	アイムクリエイト		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
	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）		330	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社太陽美術		238	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
	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の印刷業務 随意契約（少額）		238	3	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
E	アイムクリエイト		480	1	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷・梱包・発送業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	アイムクリエイト		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

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷・梱包発送 随意契約（少額）	480	3	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
F	株式会社日本リサーチセンター		27,331	1	消費者、事業者、マスメディア、海外を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社日本リサーチセンター		27,331	5010001062587		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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」表示見直し取組状況調査等業務 一般競争契約（総合評価）		27,331	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	
G	株式会社エム・データ		5,850	1	テレビ放送の広告および通販番組を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社エム・データ		5,850	1010401060459		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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」表示見直し取組状況調査等業務 その他(再委託契約)		5,850	--	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
H	ワークシフト・ソリューションズ株式会社		1,980	1	海外を対象とした、送料無料表示の見直し取組状況に関する調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	ワークシフト・ソリューションズ株式会社		1,980	7010401107873		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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」表示見直し取組状況調査等業務 その他(再委託契約)		1,980	--	--	--
支出先ブロック名			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		
	I	株式会社博報堂	836	1	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の印刷業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社博報堂		836	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	
	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の印刷業務 随意契約（少額）		836	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	アイムクリエイト	新規の啓発資料のデザイン・イラスト制作業務及び既存の啓発資料の修正業務	雑役務費	投資及びリースバックに関する啓発資料のデザイン・イラスト制作業務、賃貸住宅のLPガス料金の適正化に向けた制度改正に係る啓発資料のデザイン修正業務	495
	B	株式会社太陽美術	「消費者基本計画」の印刷・製本及びこん包・発送業務	雑役務費	消費者基本計画（第５期）の印刷・製本・梱包・発送業務	236
	--	--	--	印刷製本費	消費者基本計画（第５期）の印刷・製本・梱包・発送業務	836
	C	特定非営利活動法人リテル	消費者ホットライン１８８イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務	雑役務費	消費者ホットライン１８８イメージキャラクター「イヤヤン」を用いた、消費者トラブルの注意喚起に係る映像コンテンツの作成業務	495
	D	朝日梱包株式会社	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・配送業務	雑役務費	ギャンブル等依存症対策に係る啓発用資料の梱包・配送業務	562
	E	アイムクリエイト	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷・梱包発送	印刷製本費	送料無料表示の見直しに係る啓発用資料の印刷業務	273
	--	--	--	雑役務費	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	206
	F	株式会社日本リサーチセンター	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	雑役務費	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	27,331
	G	株式会社エム・データ	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	雑役務費	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	5,850
	H	ワークシフト・ソリューションズ株式会社	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	雑役務費	「送料無料」表示見直し取組状況調査等業務	1,980
	I	株式会社博報堂	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の印刷業務	印刷製本費	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の印刷業務	561
	--	--	--	雑役務費	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の印刷業務	275
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	福島徹					
	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	2026	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7年度は8,608件）やPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム。令和7年度は約97万件）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	--					

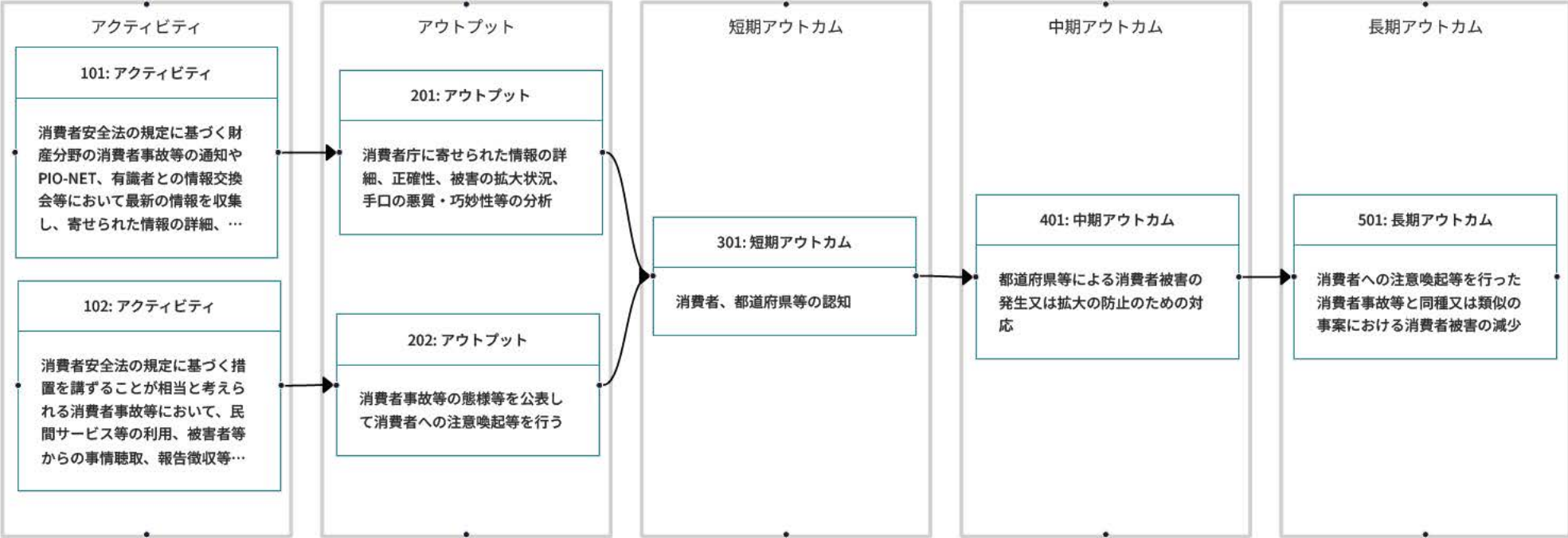
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		26,000	26,346	26,568	27,894	133,061
	当初予算		26,000	26,485	27,989	28,063	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		26,000	26,485	27,989	28,063	--
	執行額		15,393	15,737	18,195	--	--
	執行率		59.2%	59.4%	65%	--	--

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		--	14,139	97,008
		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		--	8,638	26,803
		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	3,548
		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		--	1,101	3,004
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	546	661
	主な増減理由			悪質商法に関する端緒情報を収集・分析し、被害が拡大する前の早期に手口公表など注意喚起を行い、被害の発生・拡大防止を図るための費用が必要となったため。	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 101-201-301-401-501

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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)	10,663	8,990	8,608	--
↓ 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： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/release/2026/index.html ただし、令和7年度までの財産分野の注意喚起等に係るウェブサイトアクセス数及び報道状況を踏まえ、最近の傾向に合わせて消費者等の認知状況をより広く把握する観点から、令和8年度以降は消費者庁ウェブサイトに加え、Xを含めたアクセス数を成果指標とすることとしている。 消費者庁公式X： https://x.com/caa_shohishacho
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	500,000
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	221,579	--
	達成率(%)	--	164.1	42	--
↓ 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、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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	16	19	16	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者事故等の態様等を公表して消費者への注意喚起等を行うとともに、当該消費者事故等に関する情報を都道府県等に情報提供することで、消費者、都道府県等に注意喚起等の内容を認知させる。				
短期アウトカム	成果目標	消費者、都道府県等の認知		成果指標	消費者庁ウェブサイトの財産分野の注意喚起等（消費者安全法に基づくもの）ページのアクセス数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/release/2026/index.html ただし、令和7年度までの財産分野の注意喚起等に係るウェブサイトアクセス数及び報道状況を踏まえ、最近の傾向に合わせて消費者等の認知状況をより広く把握する観点から、令和8年度以降は消費者庁ウェブサイトに加え、Xを含めたアクセス数を成果指標とすることとしている。 消費者庁公式X： https://x.com/caa_shohishacho
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	--	527,025	527,025	500,000
	活動実績／成果実績(件)	527,025	864,828	221,579	--
	達成率(%)	--	164.1	42	--

↓ 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、2025年度中においては、約9万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	--				
	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	書面点検	最終実施年度	2026		
	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） アウトプット指標である「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」は微減である中、短期アウトカムである「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」が24年度から翌年度にかけて極端に減っている。中期、長期のアウトカム指標が定量的に測れないというのであれば、短期のそれが重要な意味を持ってくる「ロジックモデル」になっているのであるから、分析と対応を慎重に行うべき。 （２） アクティビティ101と102が短期アウトカムにおいて共通の指標につながっているが、そもそもアクティビティが短期アウトカムへの因果としてつながる必要があるが、アクティビティ101と102とそのアウトプットが、「アクセス数」の増減にどう因果が働いているか、の省察を。もし因果として流れているというのであれば、EBPMという視点からはどちらの要素がどう影響しているのか、という分析も問題になる。 （３） 消費者、自治体等への情報共有、注意喚起が事業内容なのであれば、その他の評価指標もあっていいのではないか。（自治体等からのWEB等についてのメールなどでの問い合わせ件数、相談件数など） （４） 本事業の意義と必要性については十分認めるところ。				
	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	--	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。 ・外部有識者の所見を踏まえ、成果指標の実績値の推移及びその変動要因を継続的に把握・分析し、事業効果の検証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	2024年度のウェブサイトのアクセス数の急増については、「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）の掲載ページの閲覧数が2024年度中、「約75万件」に上っており、極端に多く閲覧されていたことが 原因であるが、当該事業者の拠点が摘発されたという報道以降、閲覧件数が急減し、2025年度の同閲覧数は「約7万件」となったため、アクセス数全体と しても2025年度の数値が2024年度比で大きく減少する結果となっている。 また、消費者、自治体等への情報共有、注意喚起が事業内容なのであれば、その他の評価指標（自治体等からのWEB等についてのメールなどでの問い合わ せ件数、相談件数など）があってもよいのではないかとのご指摘について、過去の公表における実態として、自治体等からの問い合わせ・相談は僅少であ り、必ずしも自治体における情報の活用度や認知度を表すものではないと思われる。他方で、消費者庁公式Xにおける注意喚起を各地の自治体アカウントが リポスト（引用展開）をしているという実態も踏まえ、Xのアクセス数が自治体等における情報の活用度にある程度関係するのではないかとと思われるこ とから、今回、Xのアクセス数も指標の一部としたところである。 行政事業レビュー推進チームの所見におけるご指摘を踏まえ、調査事案に係る端緒情報の収集や事情聴取に必要な経費等の予算については、必要なものに ついて有効かつ適切な方法で執行していくとともに、成果指標の実績値の推移とその変動要因を継続的に把握しつつ、成果指標となるウェブサイト及びX の閲覧件数を向上させていくことに努めて参る所存である。		
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

18,195 千円

- 間接経費: 18,195 千円
- 1. 人件費: 11,700 千円
 - 2. 諸謝金: 17 千円
 - 3. 旅費: 2,262 千円
 - 4. 事務費: 4,216 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

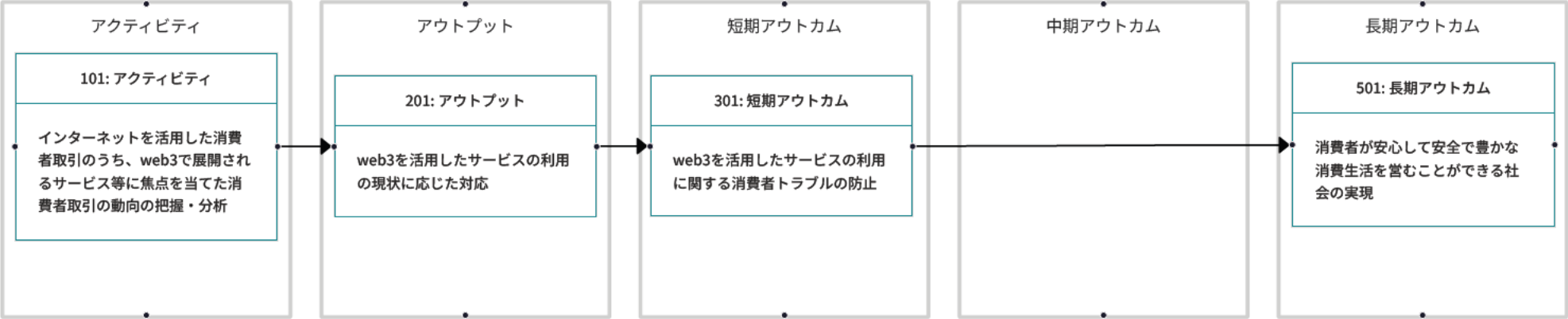
組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁 消費者政策課				
	作成責任者	鮎澤良史				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000459	事業開始年度	2015	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2026		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	1．消費者政策の推進		(3) 新たな消費者トラブル等の動向調査		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	イン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	インターネットを活用した消費者取引の形態や被害に遭う消費者像等が多様化し、消費者トラブルが加速度的に複雑化・多様化している。そのため、消費者被害の把握・対応という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	インターネットを活用した消費者取引のうち、web3で展開されるサービス等に焦点を当てて消費者取引の動向を把握・分析し、対策の必要性等を判断するための基礎的資料を得る。				
	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)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		13,000	13,278	13,276	13,274	10,145	
	当初予算		13,000	13,278	13,276	13,274	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	△13,278	--	--	--	
	計		13,000	--	13,276	13,274	--	
	執行額		8,800	0	10,049	--	--	
	執行率		67.7%	--	75.7%	--	--	
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			--		13,274	10,145
主な増減理由	令和9年度では、主に令和8年度調査で整理することとした消費者トラブルのリスクや論点について更なる調査・分析を行い、今後の未然防止・拡大防止に向けた施策に必要な事項を整理して、より実効性のある調査とする予定。 これまでに実施した調査内容等も踏まえ、調査旅費等を減額している。				その他特記事項	--		

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり

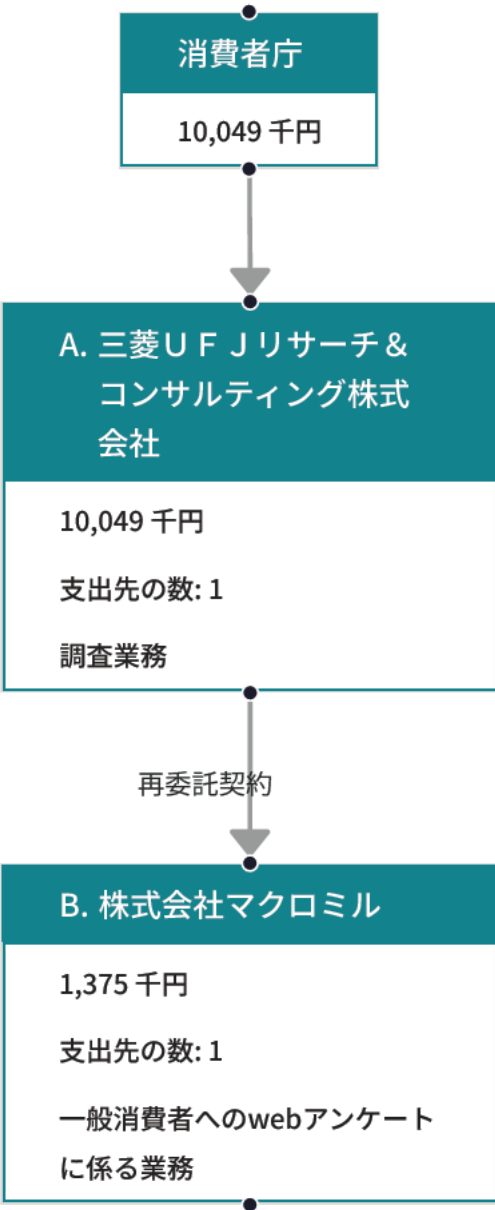


アクティビティからの発現経路 101-201-301-501

アクティビティ	インターネットを活用した消費者取引のうち、web3で展開されるサービス等に焦点を当てた消費者取引の動向の把握・分析			
アウトプット	活動目標	web3を活用したサービスの利用の現状に応じた対応	活動指標	調査対象とするweb3に係るサービス分野数
	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			2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)		5	5
	活動実績／成果実績(件)		5	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	分析結果を踏まえた対応			
短期アウトカム	成果目標	web3を活用したサービスの利用に関する消費者トラブルの防止	成果指標	web3を活用したサービスの利用に関する消費者トラブルの顕在化の状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	web3を活用したサービスの利用については、依然、普及途上にあると判断される。	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	サンプル調査による傾向把握であり、定量化は困難であるため。	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	分析結果を踏まえた対応			
長期アウトカム	成果目標	消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現	成果指標	web3を活用したサービスの利用に関する消費者トラブルの動向
	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	寄与度を測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、技術革新に伴う新たなインターネット取引の形態を対象とするものであり、社会状況の変化等を踏まえた消費者行政の推進に不可欠である。 また、取引形態やサービスの内容、消費者への普及状況等は刻々と変化することから、消費者トラブルの動向を継続的に把握する必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	今回の調査結果を踏まえつつ、技術革新や社会状況等の変化に伴う消費者取引の動向に注視していく。		
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	・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。 ・引き続き、調査結果を踏まえた定性的な成果実績を適切に整理するとともに、事業の有効性及び成果の検証に継続的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、定性的な成果実績を適切に整理、事業の成果を検証、事業の必要性・効率性・有効性を検討したうえで、適切な予算執行に努めていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト (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			10,049	1	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			10,049	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	
		web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）			10,049	2	--	予定価格の推知を防ぐため、落札率は非公開とした。	
	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割			
	B	株式会社マクロミル			1,375	1	一般消費者へのwebアンケートに係る業務		
		支出先名			支出額	法人番号			
		株式会社マクロミル			1,375	7010001247946			
		契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務 その他(再委託契約)			1,375	--	--	--	
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	web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務	雑役務費		web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務		10,049	
	B	株式会社マクロミル	web3の普及を踏まえたインターネット取引に伴う消費者トラブルの潜在性に関する調査業務	雑役務費		一般消費者へのwebアンケートに係る業務		1,375	
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	2026	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関しては、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、法を適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、法を適正に運用する。あわせて、法人等及び個人に対し、説明会や動画等を通じて、法の規定や趣旨について説明や周知啓発を実施し、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

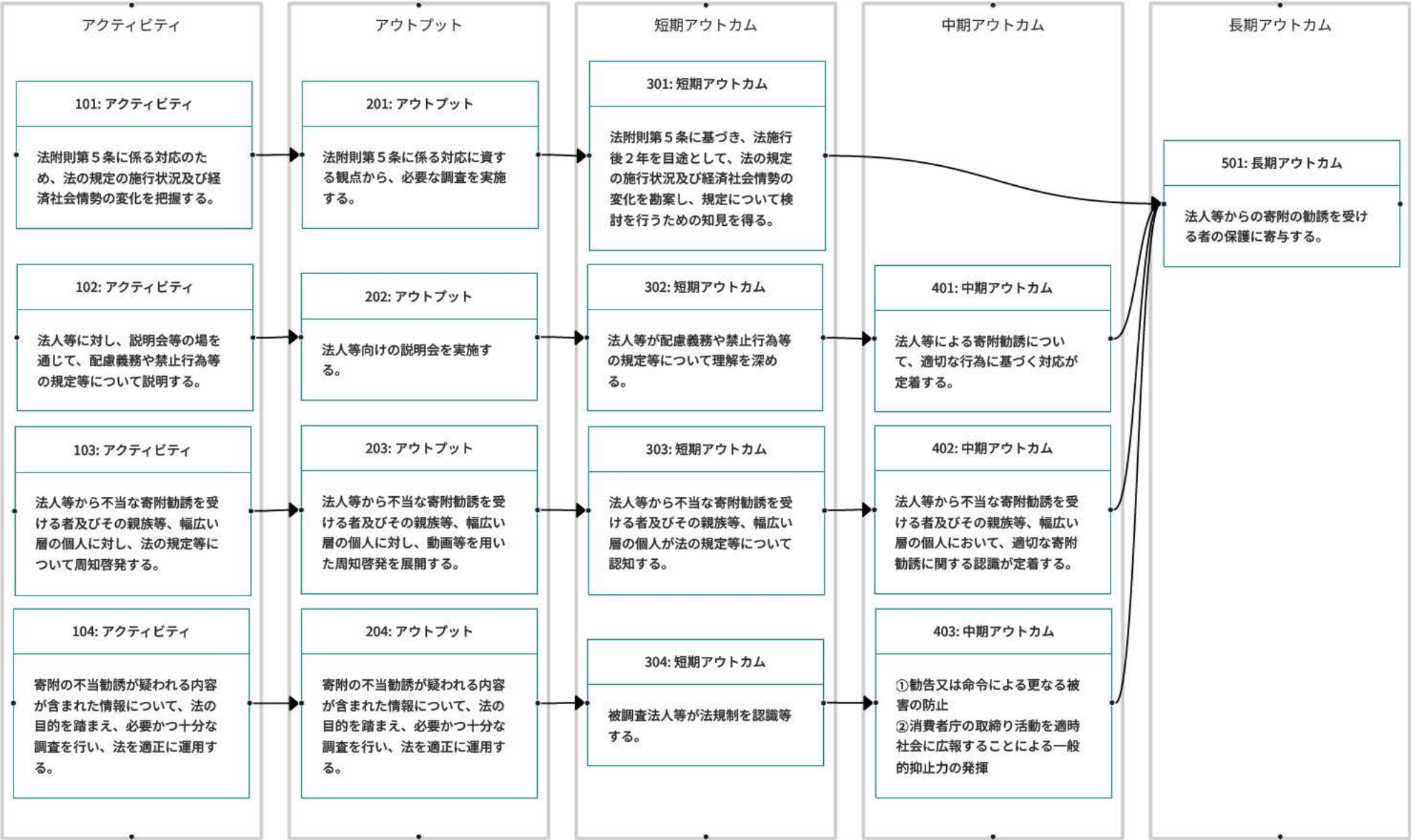
予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		--	70,000	63,000	44,000	54,032
	当初予算		77,000	70,000	63,000	42,638	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	△800	--	--
	計		77,000	70,000	62,200	42,638	--
	執行額		63,262	25,774	34,537	--	--
	執行率		82.2%	36.8%	55.5%	--	--

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	--	13,000		--	
		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		--		38,332	49,568
		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		--		4,107	4,266
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--		199	198

主な増減理由	法附則第5条に係る検討の結果、法の周知啓発については更なる充実を図るとされたことを踏まえ、誰もが利用する場所での実効性の高い周知啓発や幅広い層への周知啓発等を行うための費用が必要となったため。	その他特記事項	緊急案件の初期調査の対応等により、職員旅費が不足したため、「生命身体事故等の原因調査・再発防止のための提言」（消費者安全課）に流用の上執行した。
--------	--	---------	--

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 101-201-301-501

アクティビティ	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。				
アウトプット	活動目標	法附則第 5 条に係る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）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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
	当初見込み／目標値(回)	1	2	0	0
	活動実績／成果実績(回)	1	2	0	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	法附則第 5 条に係る対応に資する調査を実施することで、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行うための知見を得る。				
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	令和 6 年度までに実施した調査等により得られた知見を踏まえ、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律附則第 5 条に係る報告書」を令和 7 年 9 月に公表した。		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	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 8 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にどの程度寄与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	--

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	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	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	500	200	150	100
	活動実績／成果実績(人)	550	194	53	--
↓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等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等について理解を深める。		成果指標	法人等における配慮義務や禁止行為等の規定等についての理解度
	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）	法人等向けの説明会について、法人等関係者合計53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26名からの回答を得た。アンケート結果において、参加法人等の種別割合は、多い順に、社会福祉法人23.1%、NPO法人19.2%、営利法人及び学校法人15.4%であった。また、参加法人等の80.8%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92.3%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	2026年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	99	97	92	--
	達成率(%)	123.8	121.3	115	--
↓後続アウトカムへのつながり	法人等が配慮義務や禁止行為等の規定等について理解を深めることで、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	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8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	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上で、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8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にどの程度寄与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	--

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	法人等から不当な寄附勧誘を受ける者及びその親族等、幅広い層の個人に対し、法の規定等について周知啓発する。				
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、幅広い層の個人に対し、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）	令和6年度に作成した若年層向けの啓発動画をYouTube広告及びTVer広告、令和5年度に作成した広報動画を電車内及び駅構内の映像広告に掲載した。 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：653,719回 (TVer広告) 目標値：250,000回 成果実績値：250,922回 ※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るため、比較をする際には留意されたい。 なお、個人向けの周知啓発については、このほか、新たに啓発カード及びB3ポスターの作成・公表や、全国の路線バスや郵便局、国公立病院等におけるポスターの掲出・配布及びパンフレットの配布等も行った。
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	650,000	900,000	900,000	900,000
	活動実績／成果実績(回)	681,012	931,958	904,641	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	動画等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、幅広い層の個人が法の規定等について認知する。				

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、幅広い層の個人が法の規定等について認知する。	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、幅広い層の個人における法の規定等の認知度
	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、幅広い層の個人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、幅広い層の個人が法の規定等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、幅広い層の個人において、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、幅広い層の個人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	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、幅広い層の個人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、幅広い層の個人において、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8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にどの程度寄与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	--

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、法を適正に運用する。				
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、法を適正に運用する。		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）	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	97	56	49	--
↓ 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、法を適正に運用することで、被調査法人等における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	被調査法人等における法規制の認識等
	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8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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)		--	0	0
	活動実績／成果実績(件)		--	0	--
	達成率(%)		--	100	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	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 を通じ、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8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に どの程度寄与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	--
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	--			

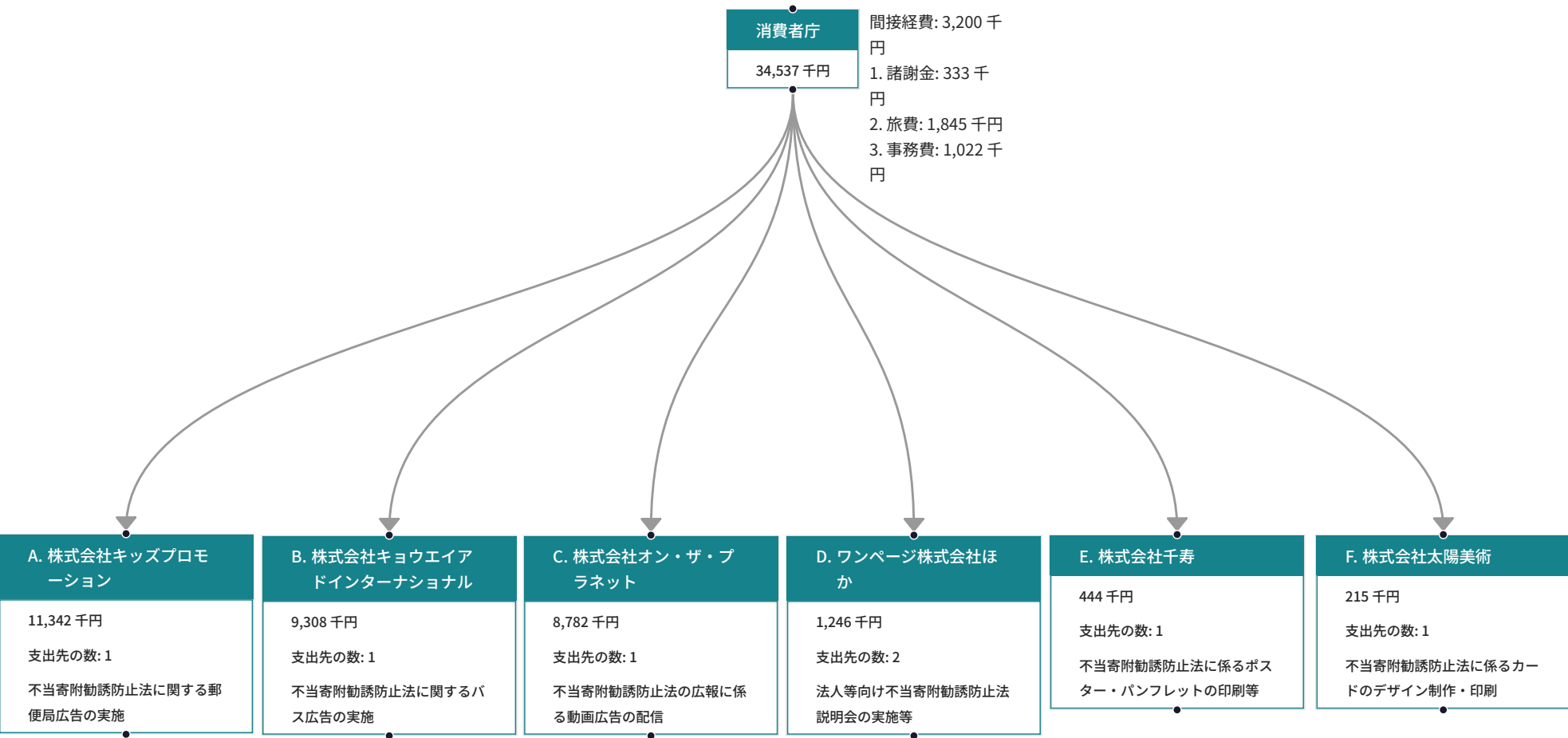
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和7年度においては、主に、①法附則第5条に係る対応、②法人等向けの説明会、③個人向けの周知啓発及び④寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査を実施した。 具体的には、①について、令和6年度までに実施した調査等により得られた知見を踏まえ、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律附則第5条に係る報告書」を令和7年9月に公表した。法の全面施行から2年を経過した時点において、法改正すべき立法事実は認められなかったが、今後、相当程度の期間における事案の蓄積状況を注視し、必要に応じて検討していくとともに、法の周知啓発及び執行に関しては更なる充実を図っていくこととする旨の、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護に寄与するための検討結果が得られた。 ②について、これまでの実施状況も踏まえながら、引き続き法人等向けの説明会を実施したところ、法人等関係者合計53名の参加があり、アンケート結果において、参加法人等の種別割合は、多い順に、社会福祉法人23.1%、NPO法人19.2%、営利法人及び学校法人15.4%であった。また、参加法人等の80.8%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92.3%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、法人等向けの説明会を実施することにより、法人等における配慮義務や禁止行為等の規定等についての理解の深まりや適切な行為に基づく対応の定着について、一定の効果が認められると考える。 ③について、令和6年度に作成した若年層向けの啓発動画を令和8年1月19日～3月15日の期間においてYouTube広告及びTVer広告、令和5年度に作成した広報動画を令和8年2月23日～3月15日の期間において電車内及び駅構内の映像広告に掲載し、YouTube広告では65万回以上、TVer広告では25万回以上の視聴回数を獲得した。さらに、新たに啓発カード及びB3ポスターの作成・公表や、全国の路線バスや郵便局、国公立病院等におけるポスターの掲出・配布及びパンフレットの配布等も行った。以上から、動画等を用いた周知啓発を展開することにより、個人における法の規定等についての認知や適切な寄附勧誘に関する認識の定着について、一定の寄与を果たしたものと考ええる。 ④について、消費者庁ウェブサイト、全国の消費生活センター等、靈感商法等対応ダイヤルの3つの窓口を設け、これらを中心に端緒情報を収集し、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報について、所要の調査を行った。令和7年度は、調査対象情報として49件を受理し、勧告又は命令を実施した事件はなかった。以上から、法を適正に運用することにより、法人等による不当な寄附勧誘の抑止に一定の効果が認められると考える。 上記①～④の令和7年度の実施については、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、寄附勧誘対策室として業務を実施していくに当たり、いずれも必要なものであったと考えられる。また、①の法附則第5条に基づく検討の結果、法の周知啓発及び執行に関しては更なる充実を図っていくこととしたことを踏まえ、②～④について、従来からの取組に加えて、新たな啓発資料の作成や周知場所の拡大、より安心して情報をお寄せいただくための情報提供フォームの改善など、各種取組のブラッシュアップを行うことができた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	①勧告又は命令による更なる被害の防止（再犯の有無）及び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）について、目標年度である2025年度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かった。当該結果には様々な要因があり得るため、その評価は一概には困難であるが、これまでの取組に一定の効果は認められると考えられ、引き続き注視してまいりたい。		
	改善の方向性	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、法人等及び個人に対する法の規定等の説明や周知啓発について、各種取組を継続するとともに、これまでの取組状況や法附則第5条に基づく検討の結果等を踏まえ、引き続き、誰もが利用する場所での実効性の高い周知啓発や幅広い層への周知啓発の実施等、更なる充実を図っていく。また、寄附の不当勧誘が疑われる内容が含まれた情報の調査についても、法附則第5条に基づく検討の結果等を踏まえ、調査不能とならないための方策等の更なる充実を図りつつ、引き続き必要かつ十分な調査を行い、法を適正に運用していく。		
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	・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。 ・個人向け周知啓発に係る短期・中期アウトカムについて、成果実績の把握方法を検討することとしているところ、その検討状況及び取組の成果を継続的に把握し、事業効果の検証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。あわせて、周知啓発について、引き続き成果実績の把握方法を検討し、事業効果の継続的な検証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	株式会社キッズプロモーション	11,342	1	不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告の実施		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社キッズプロモーション		11,342	8011101027948			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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に関する郵便局広告等実施業務 一般競争契約（最低価格）		11,342	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		
	B	株式会社キョウエイアドインターナショナル	9,308	1	不当寄附勧誘防止法に関するバス広告の実施		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社キョウエイアドインターナショナル		9,308	4011101005486			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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に関するバス広告等実施業務 一般競争契約（最低価格）		9,308	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		
	C	株式会社オン・ザ・プラネット	8,782	1	不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告の配信		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社オン・ザ・プラネット		8,782	7012301007484			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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動画広告配信業務 一般競争契約（最低価格）		8,782	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		
	D	ワンページ株式会社ほか	1,246	2	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会の実施等		
	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		
	ワンページ株式会社	750	4180001127416			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に係る運営支援等業務 一般競争契約（最低価格）	750	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			
	株式会社三榮廣告社	496	2010001016942			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に関する新聞広告等業務 随意契約（少額）	496	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	株式会社千寿	444	1	不当寄附勧誘防止法に係るポスター・パンフレットの印刷等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社千寿	444	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ポスター」の印刷等 随意契約（少額）	334	1	--	--	
	不当寄附勧誘防止法に係るポスターの印刷等 随意契約（少額）	82	1	--	--	
	不当寄附勧誘防止法「家族向けパンフレット」の印刷 随意契約（少額）	29	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	215	1	不当寄附勧誘防止法に係るカードのデザイン制作・印刷		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社太陽美術	215	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	

支出先ブロック名			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に係る啓発カードのデザイン等制作・印刷業務 随意契約（少額）	215	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	株式会社キッズプロモーション	不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告等実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に関する郵便局広告等実施業務	11,342
	B	株式会社キョウエイアドインターナショナル	不当寄附勧誘防止法に関するバス広告等実施業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法に関するバス広告等実施業務	9,308
	C	株式会社オン・ザ・プラネット	不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告配信業務	雑役務費	不当寄附勧誘防止法の広報に係る動画広告配信業務	8,782
	D	ワンページ株式会社	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に係る運営支援等業務	雑役務費	法人等向け不当寄附勧誘防止法説明会に係る運営支援等業務	750
	E	株式会社千寿	「不当寄附勧誘防止法ポスター」の印刷等	印刷製本費	「不当寄附勧誘防止法ポスター」の印刷	171
	--	--	--	雑役務費	「不当寄附勧誘防止法ポスター」の梱包・発送	163
	F	株式会社太陽美術	不当寄附勧誘防止法に係る啓発カードのデザイン等制作・印刷業務	印刷製本費	不当寄附勧誘防止法に係る啓発カードのデザイン等制作・印刷業務	215

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	落合英紀				
	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	2026	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」の活用に加え、マスコットキャラクター（ここりす、てりす及びとりす）を用いた啓発動画を作成した。 ・差止請求、被害回復の事例を紹介する「消費者団体訴訟制度成果事例集」を作成した。 ・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11.9%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

実施方法	直接実施
------	------

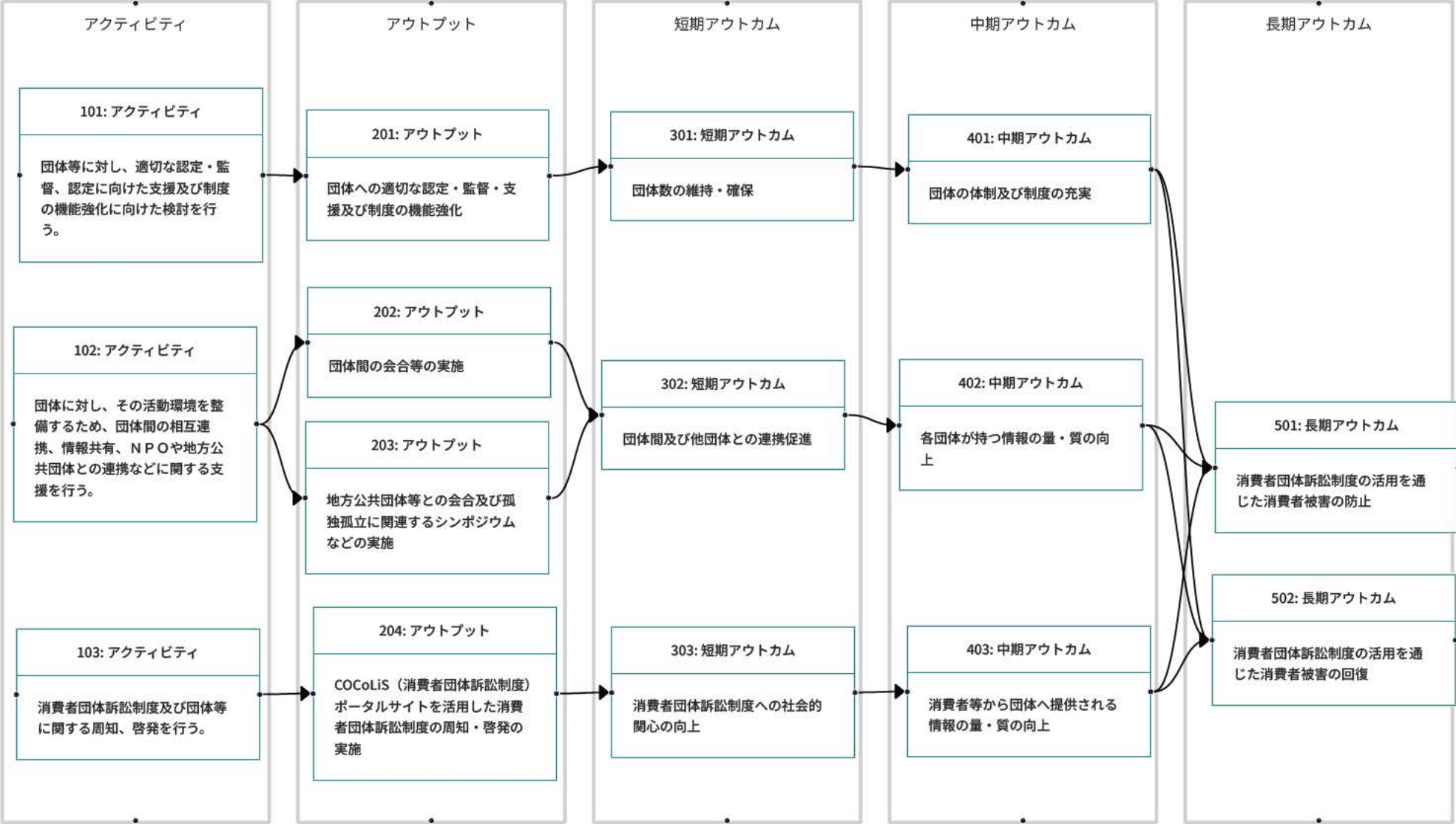
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		101,500	104,000	145,878	105,006	116,106	
	当初予算		74,000	88,883	106,733	95,000	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		74,000	88,883	106,733	95,000	--	
	執行額		45,022	60,953	102,627	--	--	
	執行率		60.8%	68.6%	96.2%	--	--	
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	--		19,700		--	
		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			--		7,069	7,229
		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			--		1,861	1,977
		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			--		445	467
		当初予算 消費者政策調査費			--		85,625	106,433
	主な増減理由	消費者裁判手続特例法の見直しに向けた実態把握や調査・研究を行うための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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	28	30	30	32
	活動実績／成果実績(団体)	30	30	31	--
↓ 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		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	5	7	10	4
	活動実績／成果実績(件)	5	7	11	--
	達成率(%)	100	100	110	--
↓ 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		2023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(件)	50	50	50	50	
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--	
	達成率(%)	56	108	48	--	

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	28	30	30	32
	活動実績／成果実績(団体)	30	30	31	--
↓ 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		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	5	7	10	4
	活動実績／成果実績(件)	5	7	11	--
	達成率(%)	100	100	110	--
↓ 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/trial/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		2023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(件)	2	2	2	2	
	活動実績／成果実績(件)	0	0	2	--	
	達成率(%)	0	0	100	--	

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	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	19	15	14	--
↓ 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		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47	
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--	
	達成率(%)	102.2	108.7	--	
↓ 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		2023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(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--
	達成率(%)	56	108	48	--

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	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	16	16	16	16
	活動実績／成果実績(回数)	19	15	14	--
↓ 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		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47	
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--	
	達成率(%)	102.2	108.7	--	
↓ 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/trial/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		2023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(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	2	--
	達成率(%)	0	0	100	--

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	2026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		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47	
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--	
	達成率(%)	102.2	108.7	--	
↓ 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		2023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(件)	50	50	50	50
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--
	達成率(%)	56	108	48	--

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	2026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		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度	
	当初見込み／目標値(団体)	46	46	47	
	活動実績／成果実績(団体)	47	50	--	
	達成率(%)	102.2	108.7	--	
↓ 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/trial/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		2023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(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	0	0	2	--
	達成率(%)	0	0	100	--

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	2026年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	0	15	20	26
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	26	--
↓ 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：11.9％（2025年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：9.1％（2025年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：10.2％（2025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		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度	
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	1,500,000	
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	1,232,000	--	
	達成率(%)	1,546.3	123.2	--	
↓ 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		2023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(件)	50	50	50	50	
	活動実績／成果実績(件)	28	54	24	--	
	達成率(%)	56	108	48	--	

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	COCO LiS（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	COCO LiS（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COCO LiS（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	2026年度
	当初見込み／目標値(コンテンツ)	0	15	20	26
	活動実績／成果実績(コンテンツ)	14	20	26	--
↓ 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	COCO LiS（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：11.9％（2025年度） ・参考指標②適格消費者団体の認知度：9.1％（2025年度） ・参考指標③特定適格消費者団体の認知度：10.2％（2025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		2024年度	目標年度 2025年度	2026年度	
	当初見込み／目標値(件)	80,000	1,000,000	1,500,000	
	活動実績／成果実績(件)	1,237,000	1,232,000	--	
	達成率(%)	1,546.3	123.2	--	
↓ 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/trial/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			2023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(件)		2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)		0	0	2	--
	達成率(%)		0	0	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。 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に鑑みると、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有効性は高く、引き続き重要である。 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を実施した事案も確認されており、改善の効果が発現しつつある。さらに、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、2025年度：27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、2025年度：24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。

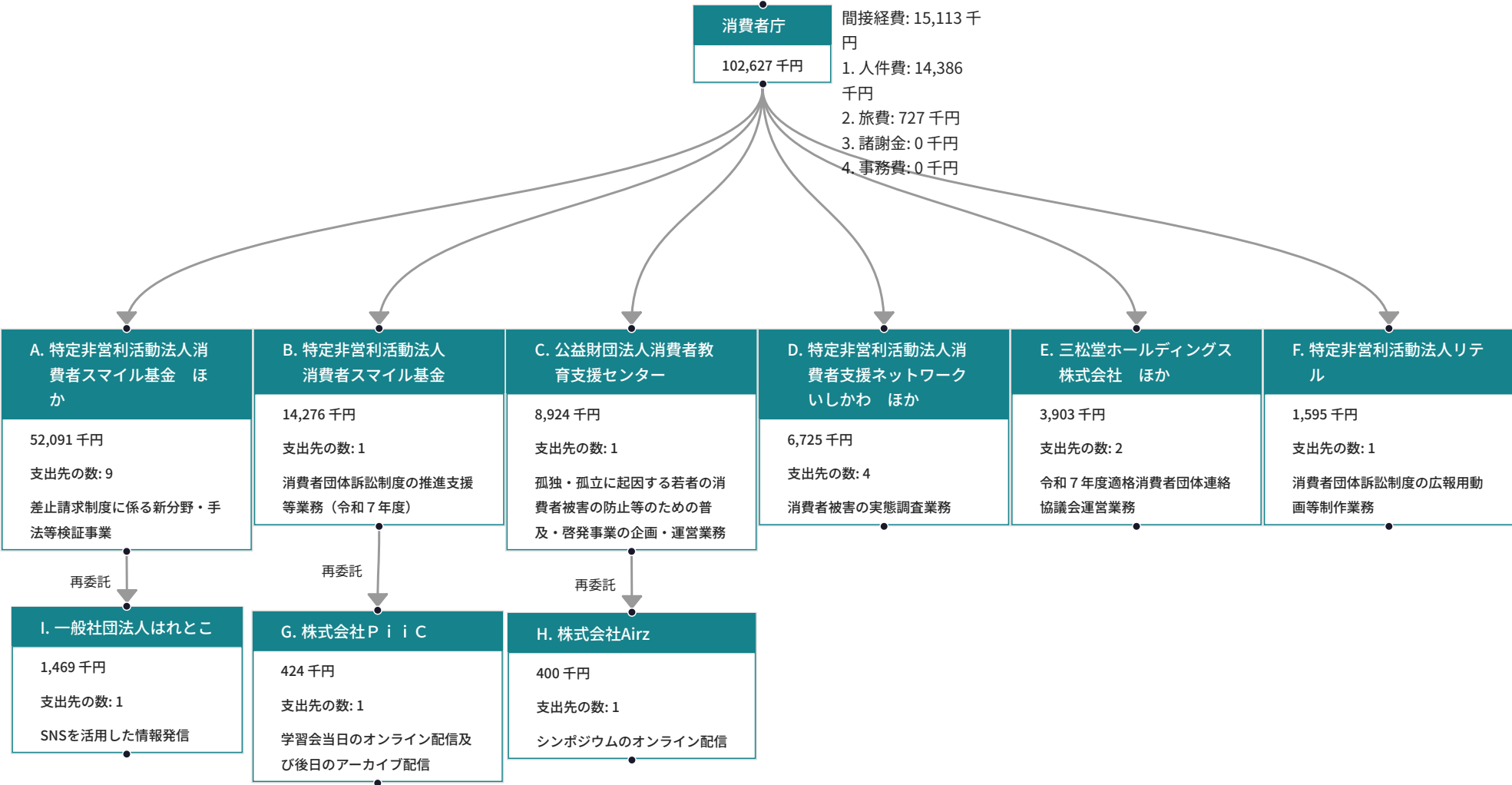
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2024
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・一般競争入札（総合評価落札方式）の一者応札については、その要因を分析し、一者応札の解消に努めること。 ・令和5年度に実施された公開プロセスにおいてEBPMの観点からの指摘がなされているところ、長期アウトカムの成果指標（差止請求に係る一定の結論が得られた件数）の実績値が年度間で大きく変動していることから、その変動要因を継続的に把握し、事業効果の検証に努めていただきたい。
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	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。また、長期アウトカムの成果指標の実績値については、事案の発生数によるため、年度間で変動するものであるが、引き続き事業効果の検証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	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。 ・差止請求、被害回復の事例を紹介する「消費者団体訴訟制度成果事例集」を作成した。 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	特定非営利活動法人消費者スマイル基金　ほか	52,091	9	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業	
	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		17,629	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
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分7】 （適格消費者団体と地方公共団体等の協働関係構築手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）		10,979	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分9】(AIを活用した不当契約条項の情報収集を図る手法等の調査・検証) 一般競争契約（総合評価）		6,651	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北海道		10,118	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
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分3】 （専門人材の開拓・育成に係る新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）		5,080	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分1】 （新分野の差止請求可否の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）		5,038	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		5,500	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
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分5】 （適格消費者団体同士の連携・協力を図る新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）		5,500	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		

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	特定非営利活動法人消費者支援機構関西	5,335	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
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分４】 （事業者との協働体制を図る新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	5,335	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市民サポートちば	5,234	9040005019362		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分２】 （情報収集に関する新手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	5,234	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		
	公益社団法人全国消費生活相談員協会	4,869	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
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分８】 （消費生活相談員等への差止請求制度の周知・活用を図る手法等の調査） 一般競争契約（総合評価）	4,869	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ネットおかやま	3,407	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
	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分６】 （適格消費者団体の活動及び差止請求制度の認知向上を図る広報手法の調査・検証） 一般競争契約（総合評価）	3,407	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	特定非営利活動法人 消費者スマイル基金	14,276	1	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和７年度）	
	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	
	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	14,276	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7年度） 随意契約（その他）(特命随意契約)	14,276	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	公益財団法人消費者教育支援センター	8,924	1	孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務	
	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	8,924	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
	孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務 一般競争契約（総合評価）	8,924	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ワークいしかわ ほか	6,725	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ワークいしかわ	1,800	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
	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）	1,800	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ネット北海道	1,769	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
	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）	1,769	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	
	特定非営利活動法人消費者機構日本	1,650	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
	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）	1,650	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機構関西	1,506	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
	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）	1,506	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	三松堂ホールディングス株式会社 ほか	3,903	2	令和7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		
	三松堂ホールディングス株式会社	2,038	8010001017167		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度適格消費者団体連絡協議会（令和7年9月開催）運営業務 一般競争契約（最低価格）	2,038	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		
	株式会社映音企画	1,864	1011801046007		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度適格消費者団体連絡協議会（令和8年3月開催）運営業務 一般競争契約（総合評価）	1,864	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	
F	特定非営利活動法人リテル	1,595	1	消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務	
	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		
	特定非営利活動法人リテル	1,595	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用動画等制作業務 随意契約（少額）	1,595	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		
G	株式会社P i i C	424	1	学習会当日のオンライン配信及び後日のアーカイブ配信		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社P i i c	424	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	
	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和7年度） その他(再委託)	424	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
H	株式会社Airz	400	1	シンポジウムのオンライン配信		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社A i r z	400	8011001129357			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務 その他(再委託)	400	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
I	一般社団法人はれとこ	1,469	1	SNSを活用した情報発信		
	支出先名	支出額	法人番号			
	一般社団法人はれとこ	1,469	2260005010677			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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	
		差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分6】 （適格消費者団体の活動及び差止請求制度の認知向上を図る広報手法の調査・検証） その他(再委託)	1,469	--	--	--
費目・使途 (単位：千円)		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	特定非営利活動法人消費者スマイル基金	差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分7】 （適格消費者団体と地方公共団体等の協働関係構築手法の調査・検証）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者スマイル基金に差止請求制度に係る新分野・手法等検証事業【事業区分7】（適格消費者団体と地方公共団体等の協働関係構築手法の調査・検証）を委託	10,979
	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7年度）	雑役務費	消費者団体訴訟制度の推進支援等業務（令和7年度）	14,276
	C	公益財団法人消費者教育支援センター	孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務	雑役務費	公益財団法人消費者教育支援センターに孤独・孤立に起因する若者の消費者被害の防止等のための普及・啓発事業の企画・運営業務を委託	8,924
	D	特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわ	消費者被害の実態調査業務（中部地方）	雑役務費	特定非営利活動法人消費者支援ネットワークいしかわに消費者被害の実態調査業務（中部地方）を委託	1,800
	E	三松堂ホールディングス株式会社	令和7年度適格消費者団体連絡協議会（令和7年9月開催）運営業務	雑役務費	三松堂ホールディングス株式会社に令和7年度適格消費者団体連絡協議会運営業務を委託	2,038
	F	特定非営利活動法人リテル	消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務	雑役務費	特定非営利活動法人リテルに消費者団体訴訟制度の広報用動画等制作業務を委託	1,595
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	落合英紀				
	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	2026	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、内閣総理大臣からの諮問を受けて、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、令和7年7月に同委員から答申が出された。本答申を踏まえ、令和7年11月から「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催し、同検討会及びワーキンググループにおいて、多岐にわたる検討事項について、論点の整理及び具体的な検討を進めている。 【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				
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	--					

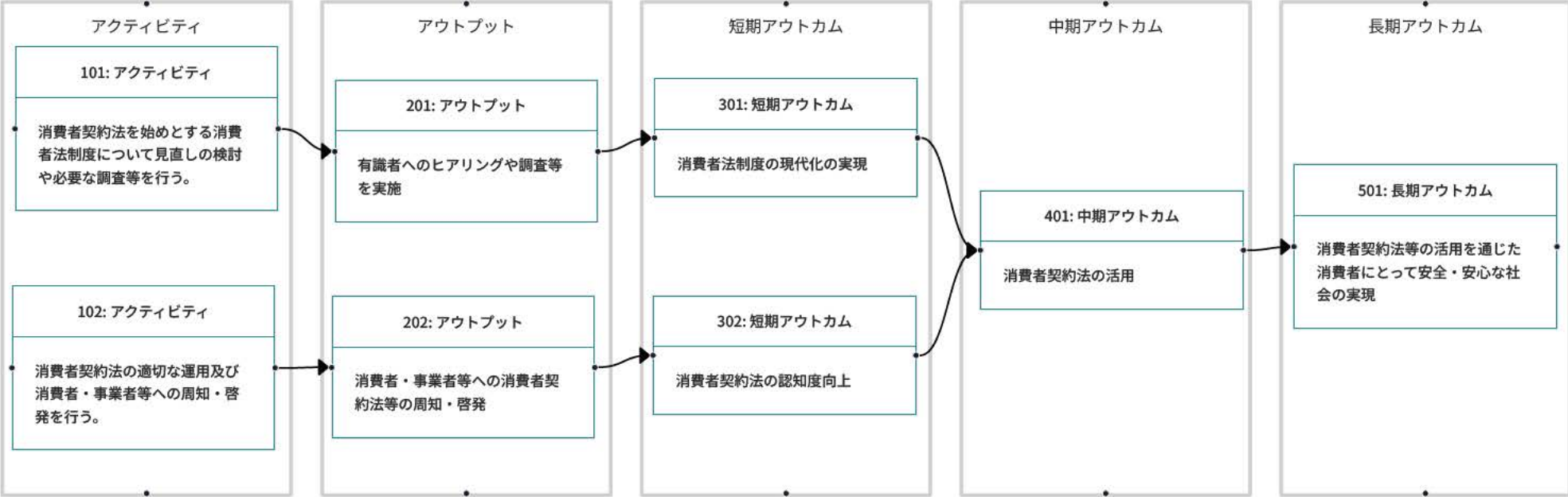
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		66,300	95,000	62,738	71,185	175,746
	当初予算		38,000	74,371	59,362	60,786	--
	補正予算		--	--	43,000	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	43,000	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		38,000	74,371	102,362	103,786	--
	執行額		19,948	47,346	70,617	--	--
	執行率		52.5%	63.7%	69%	--	--

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	--	98,793		--		
		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			--		33,972	134,638
		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			--		21,208	35,412
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		3,270	3,198
		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			--		723	767
		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	786
		当初予算 委員等旅費			--		921	945
		前年度から繰越し --			--		43,000	--
		主な増減理由						
	消費者契約法に関する広報媒体の刷新に加え、消費者被害の未然防止等をより実効的にするため、説明会の開催や、時宜に応じた広報・啓発活動をSNSやWEBを通じて行い、消費者だけでなく事業者も含めた幅広い層の国民への周知を図るための費用について、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７年７月には同委員会から答申が出され、本答申を踏まえ、同年11月から、「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催している。
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	30	30	30	30
	活動実績／成果実績(回)	28	65	26	--
↓ 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：124件（令和７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、令和7年度には、風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律の一部を改正する法律（令和7年法律第45号）の施行を踏まえて、消費者庁ウェブサイトに掲載している、いわゆる「デート商法」に関する通知の内容を全国の地方自治体及び消費生活センター等に改めて周知した。
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	0	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	12	18	31	--
↓ 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/ ・令和7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		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(%)	40	50	50	50
	活動実績／成果実績(%)	32.3	30.3	29.1	--
	達成率(%)	80.8	60.6	58.2	--

↓ 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	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

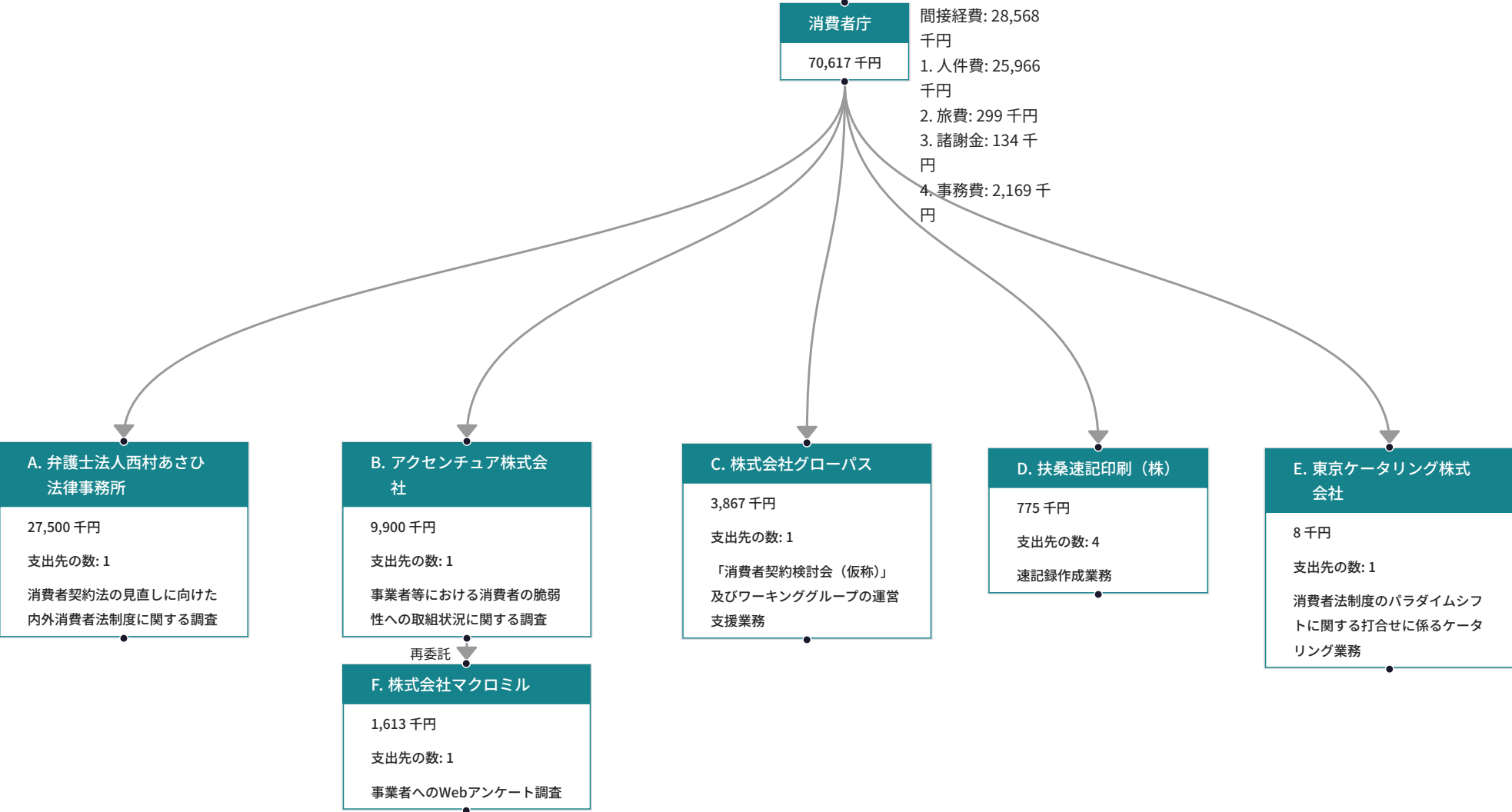
点検・評価

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6年の消費生活相談件数は前年より減少したものの（90.0万件）、年間90万件前後で推移しており、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（2024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、社会的背景を捉まえた適切な取組であると考える。 また、前述のとおり、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中においては、現行の消費者契約法も十分に活用されることで足下の消費者被害を防止していく必要がある。令和7年度は風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律の一部を改正する法律（令和7年法律第45号）の施行を踏まえて、消費者庁ウェブサイトに掲載している、いわゆる「デート商法」に関する通知の内容を全国の地方自治体及び消費生活センター等に改めて周知した。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、本答申を踏まえて令和7年11月から「現代社会における消費者取引の在り方を踏まえた消費者契約法検討会」を開催しており、同検討会及びワーキンググループにおいて、多岐に渡る検討事項について論点の整理及び具体的な検討を進めている。 また、周知・啓発については、関連事業において、消費者等に適格消費者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月から運用開始したCOCOliS（消費者団体訴訟制度）ポータルサイト（https://cocolis.caa.go.jp/）を活用しつつ、広報媒体の刷新や説明会の開催等、より効果的な周知・広報の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	・一般競争入札（総合評価落札方式）の一者応札については、その要因を分析し、一者応札の解消に努めること。 ・消費者契約法の認知度の実績値が低下傾向にあることから、周知・啓発に係る取組の実施状況と認知度の推移との関係を継続的に把握し、その要因を分析していただきたい。
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	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。また、消費者契約法の認知度の推移を把握し、分析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	弁護士法人西村あさひ法律事務所	27,500	1	消費者契約法の見直しに向けた内外消費者法制度に関する調査		
	支出先名	支出額	法人番号			
	弁護士法人西村あさひ法律事務所	27,500	7010405010909			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者契約法の見直しに向けた内外消費者法制度に関する調査 一般競争契約（総合評価）	27,500	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	アクセンチュア株式会社	9,900	1	事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査		
	支出先名	支出額	法人番号			
	アクセンチュア株式会社	9,900	7010401001556			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査 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		
C	株式会社グローパス	3,867	1	「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキンググループの運営支援業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社グローパス	3,867	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	
	「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキンググループの運営支援業務 一般競争契約（最低価格）	3,867	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		
D	扶桑速記印刷（株）	775	4	速記録作成業務		
	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		
	扶桑速記印刷株式会社	775	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（12月分） 一般競争契約（最低価格）	334	2	84.7	--	
	速記録作成（1月分） 一般競争契約（最低価格）	221	2	84.7	--	
	速記録作成（3月分） 一般競争契約（最低価格）	138	2	84.7	--	
	速記録作成（11月分） 一般競争契約（最低価格）	82	2	84.7	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E	東京ケータリング株式会社	8	1	消費者法制度のパラダイムシフトに関する打合せに係るケータリング業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	東京ケータリング株式会社	8	3011001030453			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者法制度のパラダイムシフトに関する打合せに係るケータリング業務 随意契約（少額）	8	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	株式会社マクロミル	1,613	1	事業者へのWebアンケート調査		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社マクロミル	1,613	7010001247946			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	事業者等における消費者の脆弱性への取組状況に関する調査 その他(再委託)	1,613	--	--	--	

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	弁護士法人西村あさひ法律事務所	消費者契約法の見直しに向けた 内外消費者法制度に関する調査	雑役務費	消費者契約法の見直しに向けた内外消費者 法制度に関する調査を委託	27,500
	B	アクセンチュア株式会社	事業者等における消費者の脆弱 性への取組状況に関する調査	雑役務費	事業者等における消費者の脆弱性への取組 状況に関する調査を委託	9,900
	C	株式会社グローパス	「消費者契約検討会（仮称）」 及びワーキンググループの運営 支援業務	雑役務費	「消費者契約検討会（仮称）」及びワーキ ンググループの運営支援業務を委託	3,867
	F	株式会社マクロミル	事業者等における消費者の脆弱 性への取組状況に関する調査	雑役務費	事業者へのWebアンケート調査を委託	1,613
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

--

消費者教育充実・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	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	2026	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）消費者教育充実・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	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。 また、持続可能な社会の実現を目指すためには、事業者の取組だけでなく、消費者側も持続可能な社会の実現に寄与する商品・サービス又は事業者を選択して消費を行うなど、主体的な取組を行うことが求められる。このような公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため、消費者に対する啓発、地方公共団体・事業者等の活動を通じた機運の醸成等を行う。					
	現状・課題	○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。 ○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上昇傾向にあり、実践する意向のある消費者や、日常的に実践する消費者も一定数いる。 ○エシカル消費の普及啓発とともに、消費者の実践を促すための情報発信や地方公共団体や事業者等の取組への支援が必要。					
	事業の概要	上記事業目的を達成するため、「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 ○エシカル消費の実践に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・取組事例の共有等）の実施 ○エシカル消費（サステナブルファッションを含む）の普及啓発に向けた情報発信					
	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		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	予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額・執行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・執行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・執行額を記載している。					

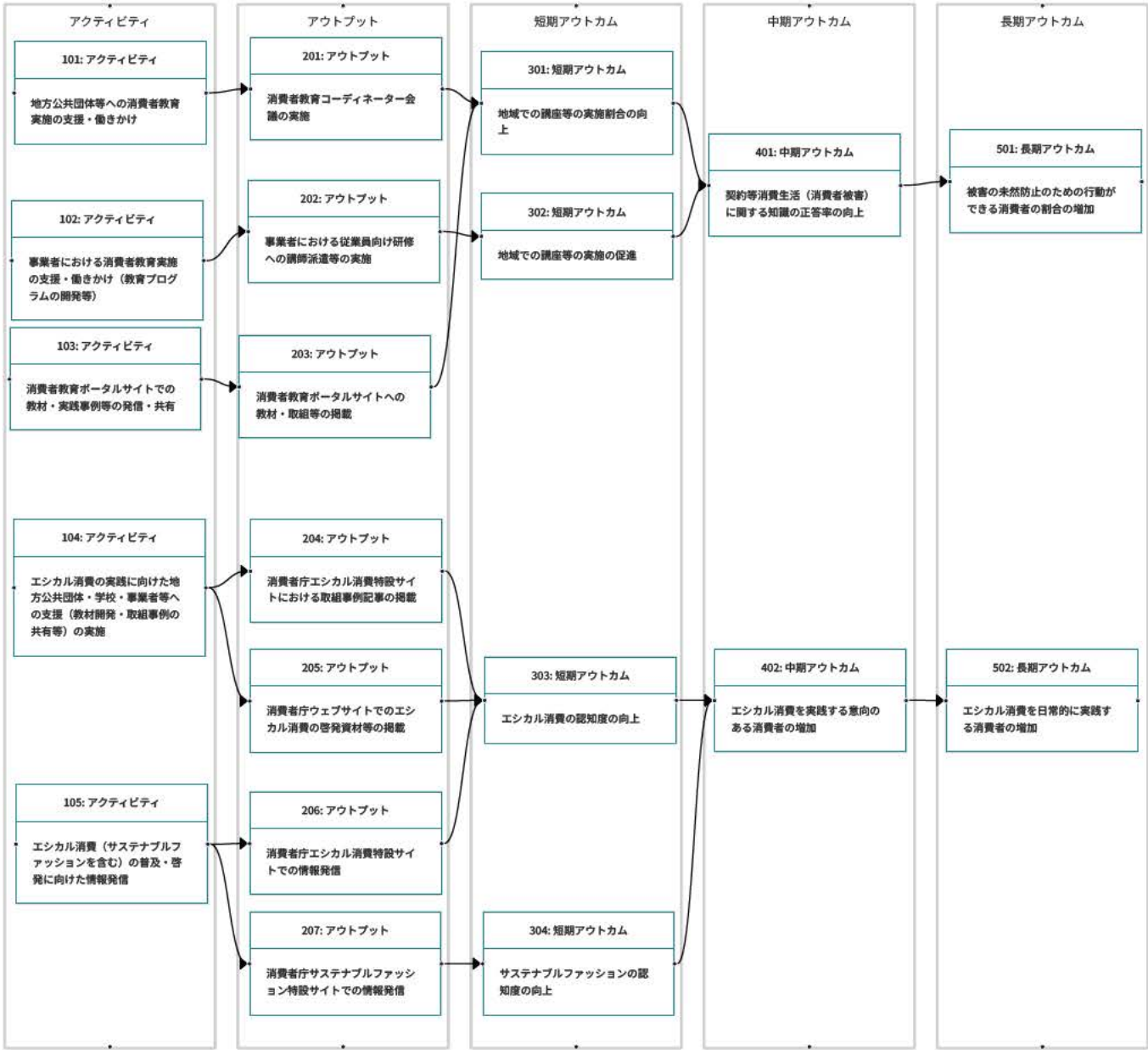
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	81,000	87,000	82,282	88,042	159,784
	当初予算	75,000	68,675	82,510	83,930	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	120,000	--	--	--	--
	予備費等	--	--	1,626	--	--
	計	195,000	68,675	84,136	83,930	--
	執行額	133,885	49,241	102,050	--	--
	執行率	68.7%	71.7%	121.3%	--	--

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	--	70,000		--		
		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			--		60,961	135,845
		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			--		14,139	14,218
		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			--		3,312	3,312
		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			--		2,314	2,545
		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			--		1,225	1,196
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費			--		1,017	1,657
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費			--		523	568
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		209	202
		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			--		126	140
		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			--		104	101
主な増減理由	新規要求として、社会変化を捉えたプッシュ型の消費者教育展開・実証事業に係る経費70,000(千円)を計上しているため、増額となっている。			その他特記事項	エシカル消費の啓発のための事業が緊急的に必要となったため、「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」(参事官(調査研究・国際担当))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	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）	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 令和７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	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	100	150	300	300
	活動実績／成果実績(人)	146	290	99	--
↓ 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 令和７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	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	40	55	55	55
	活動実績／成果実績(%)	50	51	52	--
	達成率(%)	125	92.7	94.5	--
↓ 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７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		38	40	42	42
	活動実績／成果実績(%)		38.8	39.2	38.3	--
	達成率(%)		102.1	98	91.2	--
↓ 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７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和７年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.9% 令和７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 26.1%	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		48	49	50	50
	活動実績／成果実績(%)		46.6	48	45.9	--
	達成率(%)		97.1	98	91.8	--

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）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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
	当初見込み／目標値(社)	60	220	300	300
	活動実績／成果実績(社)	108	416	184	--
↓ 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7年度は対象地域を3地域とし、講師派遣の他に、自社での研修実施が困難な事業者向けに集合研修を実施。				
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 令和7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	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	10	10	15
	活動実績／成果実績(%)	6.3	5.4	11.1	--
	達成率(%)	--	54	111	--
↓ 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７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		38	40	42	42
	活動実績／成果実績(%)		38.8	39.2	38.3	--
	達成率(%)		102.1	98	91.2	--
↓ 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７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和７年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.9% 令和７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 26.1%	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		48	49	50	50
	活動実績／成果実績(%)		46.6	48	45.9	--
	達成率(%)		97.1	98	91.8	--

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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	380,000	550,000	1,000,000	1,000,000
	活動実績／成果実績(件)	531,627	891,030	754,704	--
↓ 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 令和7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	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	40	55	55	55
	活動実績／成果実績(%)	50	51	52	--
	達成率(%)	125	92.7	94.5	--
↓ 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７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		38	40	42	42
	活動実績／成果実績(%)		38.8	39.2	38.3	--
	達成率(%)		102.1	98	91.2	--
↓ 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７年度消費生活意識調査（第４回） ※令和４年度から実施している調査 【その他の成果指標】 令和７年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.9% 令和７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 26.1%	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		48	49	50	50
	活動実績／成果実績(%)		46.6	48	45.9	--
	達成率(%)		97.1	98	91.8	--

アクティビティからの発現経路 104-204-303-402-502

アクティビティ	エシカル消費の実践に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・取組事例の共有等）の実施				
アウトプット	活動目標	消費者庁エシカル消費特設サイトにおける取組事例記事の掲載		活動指標	消費者庁エシカル消費特設サイトにおける取組事例記事数（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	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	15	15	15	15
	活動実績／成果実績(件)	11	15	9	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁エシカル消費特設サイトにおいて、事業者、有識者による取組事例等の記事を掲載することにより、エシカル消費に関する認知度が向上する。				
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費の認知度の向上		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） 令和７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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	27.1	--
	達成率(%)	91.6	85.6	84.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が向上することによって、エシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。				

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増加		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７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	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(%)	--	--	32	40	
	活動実績／成果実績(%)	--	--	45.9	--	
	達成率(%)	--	--	143.4	--	
↓ 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を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。					
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増加		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７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	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	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	--	78	78	
	活動実績／成果実績(%)	--	--	74.7	--	
	達成率(%)	--	--	95.8	--	

アクティビティからの発現経路 104-205-303-402-502

アクティビティ	エシカル消費の実践に向けた地方公共団体・学校・事業者等への支援（教材開発・取組事例の共有等）の実施				
アウトプット	活動目標	消費者庁ウェブサイトでのエシカル消費の啓発資材等の掲載		活動指標	消費者庁ウェブサイト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	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	48,000	53,000	53,000	53,000
	活動実績／成果実績(人)	52,341	34,413	39,859	--
↓ 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、各地域における講座の実施等の啓発活動を増加させることができ、それによってエシカル消費に関する認知度が向上する。				
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費の認知度の向上		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） 令和７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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	27.1	--
	達成率(%)	91.6	85.6	84.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が向上することによって、エシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。				

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増加		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７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	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(%)	--	--	32	40	
	活動実績／成果実績(%)	--	--	45.9	--	
	達成率(%)	--	--	143.4	--	
↓ 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を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。					
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増加		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７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	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	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	--	78	78	
	活動実績／成果実績(%)	--	--	74.7	--	
	達成率(%)	--	--	95.8	--	

アクティビティからの発現経路 105-206-303-402-502

アクティビティ	エシカル消費（サステナブルファッションを含む）の普及・啓発に向けた情報発信				
アウトプット	活動目標	消費者庁エシカル消費特設サイトでの情報発信		活動指標	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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	26,000	7,200,000	7,200,000	7,200,000
	活動実績／成果実績(件)	313,210	5,107,392	6,839,051	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁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、有識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。当該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向上する。				
短期アウトカム	成果目標	エシカル消費の認知度の向上		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） 令和7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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	32	32	32	32
	活動実績／成果実績(%)	29.3	27.4	27.1	--
	達成率(%)	91.6	85.6	84.7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	エシカル消費の認知度が向上することによって、エシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。				

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増加		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７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	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(%)	--	--	32	40	
	活動実績／成果実績(%)	--	--	45.9	--	
	達成率(%)	--	--	143.4	--	
↓ 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を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。					
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増加		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７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	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	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	--	78	78	
	活動実績／成果実績(%)	--	--	74.7	--	
	達成率(%)	--	--	95.8	--	

アクティビティからの発現経路 105-207-304-402-502

アクティビティ	エシカル消費（サステナブルファッションを含む）の普及・啓発に向けた情報発信				
アウトプット	活動目標	消費者庁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	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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	30,000	320,000	320,000	320,000
	活動実績／成果実績(件)	313,305	215,305	176,078	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁サステナブルファッション特設サイトでは、サステナブルファッションを必要とする背景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。当該サイトのアクセス数が増加することにより、サステナブルファッションの認知度が向上する。				
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の向上		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） 令和7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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	45	45	45	45
	活動実績／成果実績(%)	42.7	40.4	38.3	--
	達成率(%)	94.9	89.8	85.1	--
↓ 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認知度が向上することによって、サステナブルファッションを含めたエシカル消費を実践する意向を持つことに繋がる。				

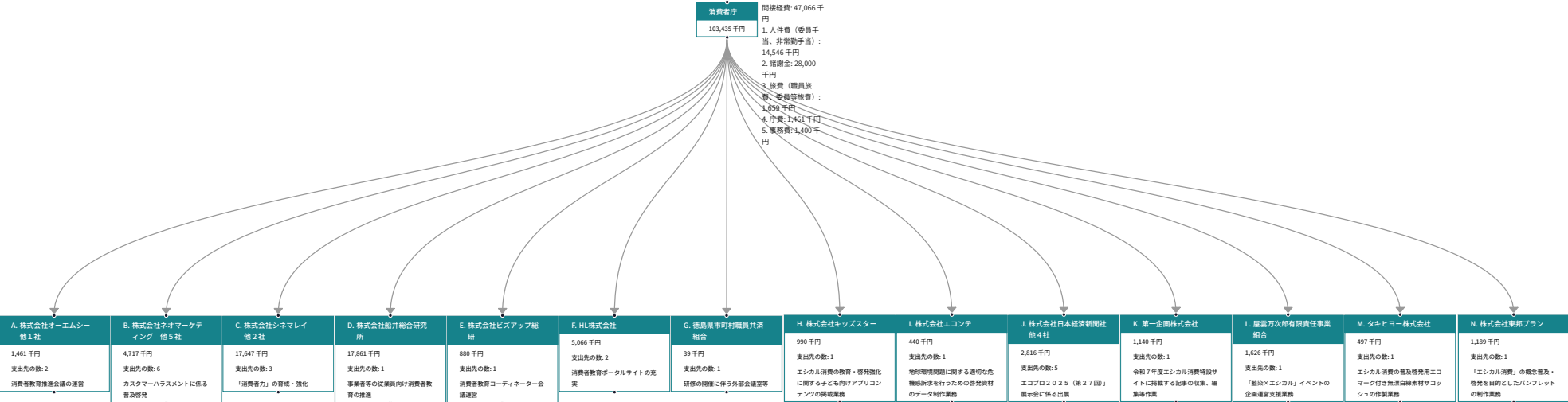
中期アウトカム	成果目標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の増加		成果指標	エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	令和７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	--	32	40
	活動実績／成果実績(%)		--	--	45.9	--
	達成率(%)		--	--	143.4	--
↓ 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を持つ消費者が増加することによって、エシカル消費を日常的に実践する消費者が増加する。					
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増加		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７年度消費生活意識調査（第２回） なお、令和７年度調査から調査票・集計方法を見直したため、過年度実績との比較が困難であることから、2025年度実績のみを記載している。	
	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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	--	78	78
	活動実績／成果実績(%)		--	--	74.7	--
	達成率(%)		--	--	95.8	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--				
	URL	--				
	該当箇所	--				

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づき、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開発、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。 また、エシカル消費については、イベント等の開催、情報発信に努めるとともに、持続可能な社会を将来世代に引き継いでいくためには、消費者自らが環境に配慮した消費行動を選択していくことが重要であることから、2025年度は消費者月間のテーマを「明日の地球を救うため、消費者にできること グリーン志向消費〜どのグリーンにする？〜」とし、関連する教育・啓発等の事業を集中的に実施することによって、全国的な機運醸成に繋げた。		
	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。 エシカル消費やサステナブルファッションについては、引き続き消費者、事業者、行政等の多様な主体が連携して取り組めるよう、引き続き積極的な情報発信等に努める。		
	改善の方向性	引き続きメリハリのある予算要求をしつつ、事業の優先順位を見極めた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	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	・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。 ・消費生活に関する知識の正答率や被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合など、目標値を下回っている指標について、その要因を継続的に分析し、事業効果の検証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、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	株式会社オーエムシー 他1社	1,461	2	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		1,250	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）		1,250	1	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	扶桑速記印刷株式会社		211	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	
	消費者教育推進会議に係る速記料（共同調達） 一般競争契約（最低価格）		211	2	84.7	--	
	支出先ブロック名		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 他5社	4,717	6	カスタマーハラスメントに係る普及啓発		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社ネオマーケティング		1,365	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	
	カスタマーハラスメントに係る消費者の意識（心理、行動）に 関する調査にかかる業務（アンケート調査） 随意契約（少額）		1,365	1	--	--	
	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		
	一般社団法人ココロバランス研究所	830	5011005009079		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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に係る消費者の意識（心理、行動）に関する調査票の設計と分析に係る業務 随意契約（少額）	830	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	朝日梱包株式会社	569	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
	「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」の梱包・発送業務 随意契約（少額）	569	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社ワコー	488	2010001032733		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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増刷業務 随意契約（少額）	488	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	秋田協同印刷株式会社	475	4410001000284		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／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印刷業務 随意契約（少額）	475	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	株式会社シネマレイ 他2社	17,647	3	「消費者力」の育成・強化	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社シネマレイ	15,399	6180001059376		

支出先ブロック名		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	
	「消費者力」育成・強化のためのV R動画等のコンテンツ制作・普及に関する業務 一般競争契約（最低価格）	15,399	2	57.3	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社リプロネクスト	1,358	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V Rゴーグルの増刷 随意契約（少額）	1,358	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	カディンチェ株式会社	890	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V R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）	890	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	株式会社船井総合研究所	17,861	1	事業者等の従業員向け消費者教育の推進		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社船井総合研究所	17,861	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	
	事業者等の従業員向け消費者教育研修プログラムの普及・啓発 に関する業務 一般競争契約（総合評価）	17,861	1	62.5	社内の人員確保が困難であったため	
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		
E	株式会社ビズアップ総研	880	1	消費者教育コーディネーター会議運営		
	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	
	株式会社ビズアップ総研	880	2010401054369		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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）	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	
F	HL株式会社	5,066	2	消費者教育ポータルサイトの充実	
	支出先名	支出額	法人番号		
	HL株式会社	3,080	9080101017084		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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）	3,080	3	36.4	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	第一企画株式会社	1,986	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
	消費者教育ポータルサイトに掲載する記事の収集、取材、原稿編集に関する業務 一般競争契約（最低価格）	1,986	5	46.2	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	徳島県市町村職員共済組合	39	1	研修の開催に伴う外部会議室等	
	支出先名	支出額	法人番号		
	徳島県市町村職員共済組合	39	3700150057576		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	研修の開催に伴う外部会議室等の使用 随意契約（少額）	39	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		
H	株式会社キッズスター	990	1	エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社キッズスター	990	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	
	エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務 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		
I	株式会社エコンテ	440	1	地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社エコンテ	440	8011001103312			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務 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		
J	株式会社日本経済新聞社 他 4 社	2,816	5	エコプロ 2 0 2 5（第 2 7 回）」展示会に係る出展		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社日本経済新聞社	1,386	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 2 0 2 5（第 2 7 回）」展示会に係る出展使用料 随意契約（少額）	1,386	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ピコトン	899	6011201011795			

支出先ブロック名		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」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）	899	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社日経イベント・プロ	459	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
	「エコプロ2025（第27回）」展示会に伴う会場備品レンタル 随意契約（少額）	459	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社近鉄コスモス	67	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）	67	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	三井住友海上火災保険株式会社	5	6010001008795		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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2025」の消費者庁ブースにおける体験用タブレット端末に対する物産保険 随意契約（少額）	5	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	第一企画株式会社	1,140	1	令和7年度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	1,140	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

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
		令和7年度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）	1,140	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	屋雲万次郎有限責任事業組合		1,626	1	「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	屋雲万次郎有限責任事業組合		1,626	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	
	「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務 随意契約（少額）		1,626	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		
M	タキヒヨー株式会社		497	1	エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	タキヒヨー株式会社		497	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	
	エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務 随意契約（少額）		497	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		
N	株式会社東邦ブラン		1,189	1	「エシカル消費」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社東邦ブラン		1,189	6020001071256			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務 随意契約（少額）		1,189	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	1,250
	B	株式会社ネオマーケティング	カスタマーハラスメントに係る消費者の意識（心理、行動）に関する調査にかかる業務（アンケート調査）	雑役務費	カスタマーハラスメントに係る消費者の意識（心理、行動）に関する調査にかかる業務（アンケート調査）	1,365
	C	株式会社シネマレイ	「消費者力」育成・強化のためのVR動画等のコンテンツ制作・普及に関する業務	雑役務費	「消費者力」育成・強化のためのVR動画等のコンテンツ制作・普及に関する業務	15,399
	D	株式会社船井総合研究所	事業者等の従業員向け消費者教育研修プログラムの普及・啓発に関する業務	雑役務費	事業者等の従業員向け消費者教育研修プログラムの普及・啓発に関する業務	17,861
	E	株式会社ビズアップ総研	「令和7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7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	880
	F	H L 株式会社	「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	3,080
	G	徳島県市町村職員共済組合	研修の開催に伴う外部会議室等の使用	借料・損料	研修の開催に伴う外部会議室等の使用	39
	H	株式会社キッズスター	エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務	雑役務費	エシカル消費の教育・啓発強化に関する子ども向けアプリコンテンツの掲載業務	990
	I	株式会社エコンテ	地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務	雑役務費	地球環境問題に関する適切な危機感訴求を行うための啓発資材のデータ制作業務	440
	J	株式会社日本経済新聞社	「エコプロ2025（第27回）」展示会に係る出展使用料	雑役務費	「エコプロ2025（第27回）」展示会に係る出展使用料	1,386
	K	第一企画株式会社	令和7年度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	令和7年度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	1,140
	L	屋雲万次郎有限責任事業組合	「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務	雑役務費	「藍染×エシカル」イベントの企画運営支援業務	1,626
	M	タキヒヨー株式会社	エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務	雑役務費	エシカル消費の普及啓発用エコマーク付き無漂白綿素材サコッシュの作製業務	497
	N	株式会社東邦プラン	「エシカル消費」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務	雑役務費	「エシカル消費」の概念普及・啓発を目的としたパンフレットの制作業務	1,189

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

--

消費者に対する普及啓発

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	田中誠						
	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	2026			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）消費者に対する普及啓発			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	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。 ○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。 ○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				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	予算要求の整理と行政事業レビューに記載する予算額・執行額の整理をそろえることに伴い、本シートでは、消費者支援功労者表彰及び消費者月間事業についての予算額・執行額を記載している。			

予算・執行

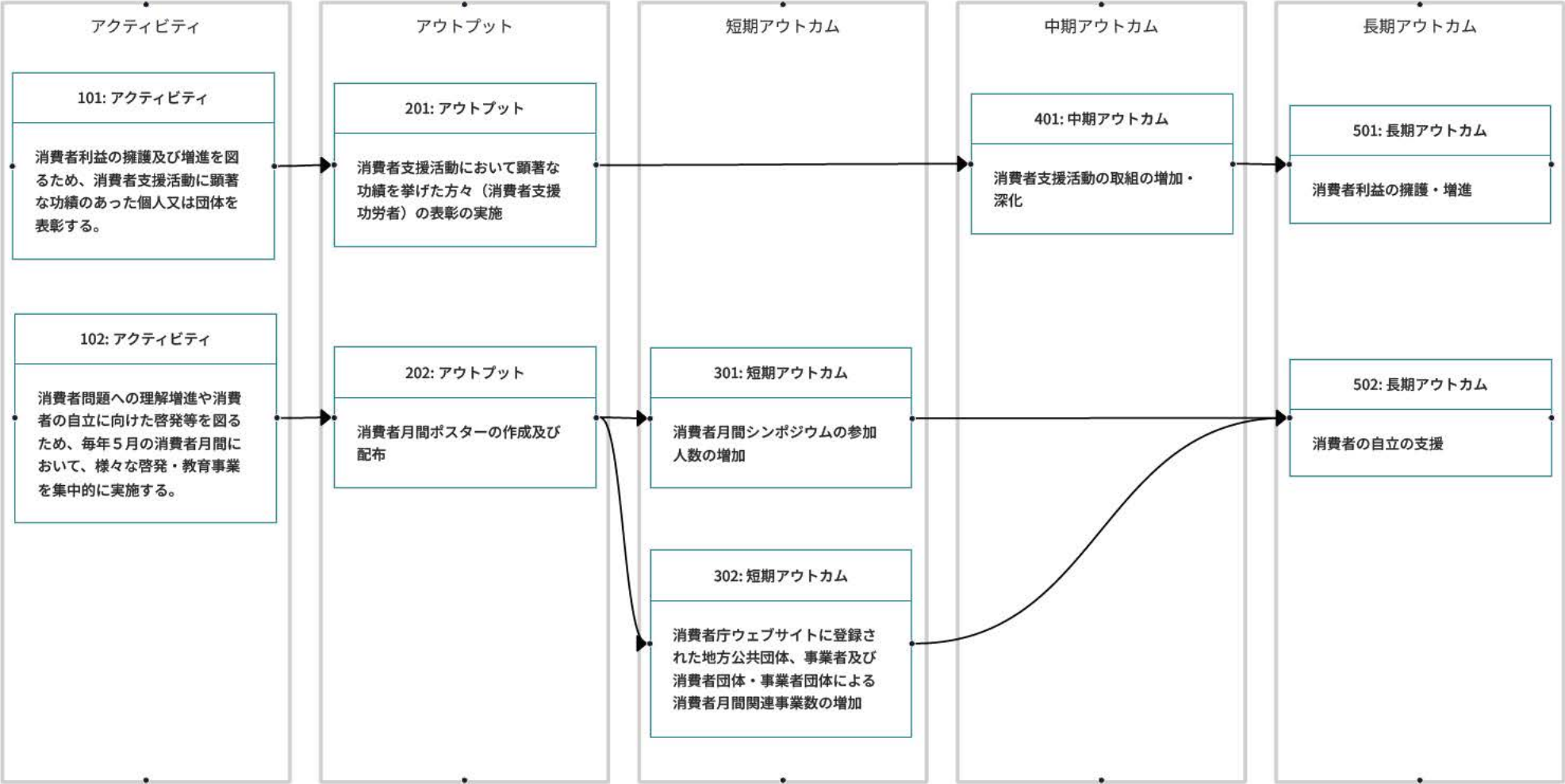
予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		11,800	--	14,618	14,261	6,871
	当初予算		15,470	15,553	15,329	6,731	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	3,234	--	--
	計		15,470	15,553	18,563	6,731	--
	執行額		20,007	34,667	23,496	--	--
	執行率		129.3%	222.9%	126.6%	--	--

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		--		6,101	6,218
		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		--		431	455
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--		131	126
		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		--		68	72
		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		--		0	0

主な増減理由	--	その他特記事項	消費者利益の擁護・増進に係る表彰事業において緊急的に資金が必要となったため、「消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告」(参事官(調査研究・国際担当))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 101-201-401-501

アクティビティ	消費者利益の擁護及び増進を図るため、消費者支援活動に顕著な功績のあった個人又は団体を表彰する。				
アウトプット	活動目標	消費者支援活動において顕著な功績を挙げた方々（消費者支援功労者）の表彰の実施		活動指標	消費者支援功労者の表彰件数（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）	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/#support_merit_award
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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
	当初見込み／目標値(件)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	45	43	40	35
↓ 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、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、更なる活動が促進される。				
中期アウトカム	成果目標	消費者支援活動の取組の増加・深化		成果指標	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が増加・深化すること
	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 102-202-301-502

アクティビティ	消費者問題への理解増進や消費者の自立に向けた啓発等を図るため、毎年5月の消費者月間において、様々な啓発・教育事業を集中的に実施する。				
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	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	6,500	6,500	6,500	6,500
	活動実績／成果実績(枚)	5,837	5,056	4,952	4,710
↓ 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が増加する。				
短期アウトカム	成果目標	消費者月間シンポジウムの参加人数の増加		成果指標	消費者月間シンポジウムの参加人数（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
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(人)	250	250	250	250
	活動実績／成果実績(人)	152	158	275	341
	達成率(%)	60.8	63.2	110	136.4
↓ 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により、消費者問題に関する認知・理解が深まり、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になる。				

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が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 102-202-302-502

アクティビティ	消費者問題への理解増進や消費者の自立に向けた啓発等を図るため、毎年5月の消費者月間において、様々な啓発・教育事業を集中的に実施する。				
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	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	6,500	6,500	6,500	6,500
	活動実績／成果実績(枚)	5,837	5,056	4,952	4,710
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者月間ポスターを各地に配布することより、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・機運醸成が深まり、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が促進される。				
短期アウトカム	成果目標	消費者庁ウェブサイト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	消費者庁ウェブサイト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/ 令和8年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2026/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	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(件)	81	70	52	58
	達成率(%)	81	70	52	58

↓ 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になる。			
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	--		

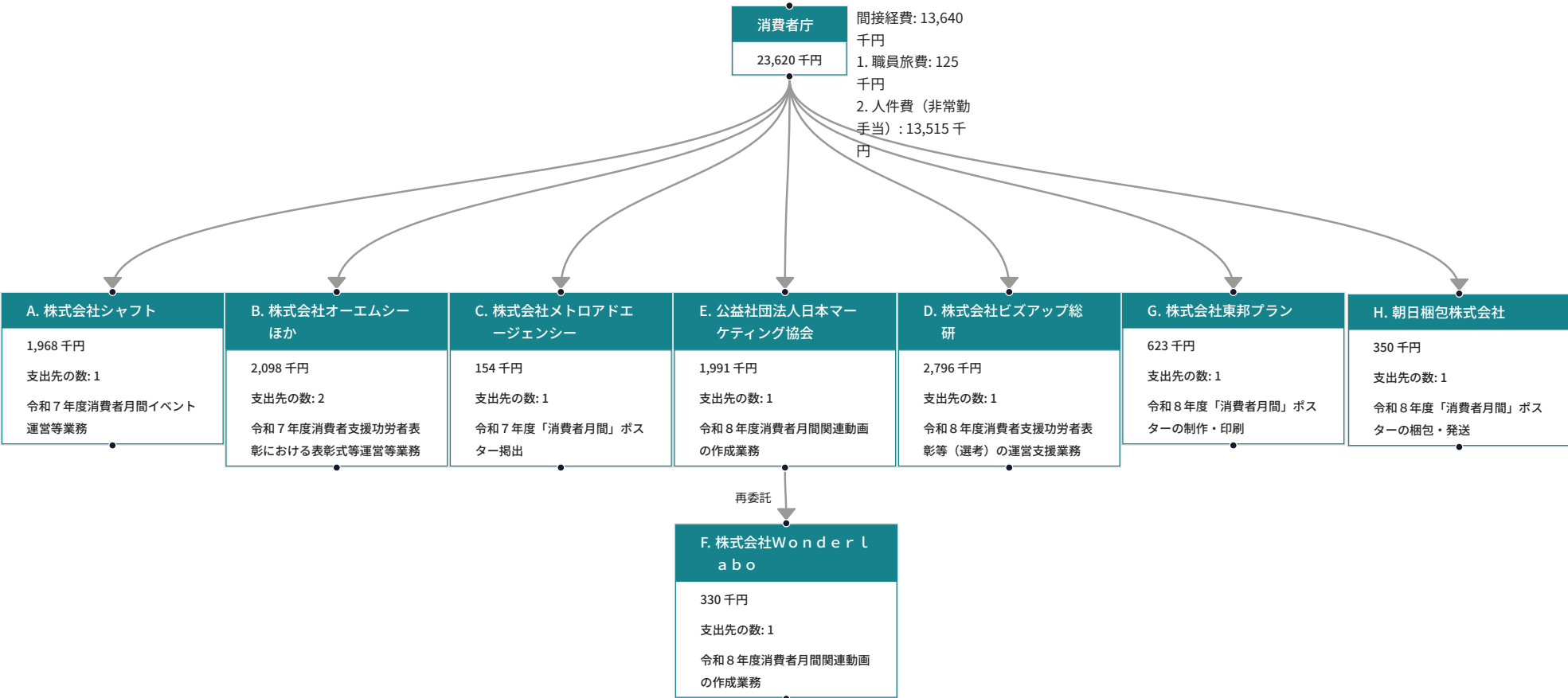
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者支援功労者表彰については、推薦募集・選定・表彰を例年どおり実施した。これまでも全国各地の自治体・団体から推薦いただくとともに受賞者からも喜びの声をいただいております。全国の消費者支援活動の活性化に繋がっていると評価できる。 また、消費者月間についても、消費者庁における取組（シンポジウムの開催や各自治体等へのポスター送付）に限らず自治体、事業者等が連携して統一テーマに沿った普及啓発活動を展開し、全国的な機運醸成を図ったことによって、その意義が果たされたものと考えられる。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	消費者の利益の擁護及び増進のため、引き続き適切な事業の実施及び予算の執行に努める。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	本事業は、①ポスターの配布、②シンポジウムの開催、③消費者支援功労者に対する表彰、④地方自治体・事業者・消費者団体の取組みからなるものとされ、「消費者月間」とされる「5月」に集中的に実施される。ただ、この4つの事業が統括したひとつの「事業」という性格を持つものとはみなされてはいない。 事業レビューによると、ポスターの配布の効果により、シンポジウム参加が促進されるものとされているが、全国で5000枚ほどとされる数からすると、たまたまそれを目にしてシンポジウムへの参加を思い立つということには、多くを期待できない。（もし、この「効果」を検証しようとするれば、「300人」ほどのシンポジウム参加者に対し、何が参加の契機となったかをアンケートすればわかることである。）シンポジウムについては、ポスターによる情報提供に頼ることなく、ほぼ例年どおりの開催を前提に、一定規模の「リピーター」を中心の参加となっているのが実態ではないかと推測される。 また、ポスターの効果として、④の地方自治体・事業者等が「取組み」を企画する契機にもなっているとされるが、現実問題として、ポスターの掲示を見たことで「取組み」の企画が開始されていくと考えることは、スケジュール的に無理のように思われる。むしろ各取組み主体の年間スケジュールの一部として、各種の取り組みが組み込まれているものと考えられ、実際に、取組みの実績数が伸びているという事実も見られていない。 ②の表彰に関しては、あらかじめ消費者庁から、関係府省庁、都道府県、国民生活センター、消費者団体等に、候補者の推薦をお願いし、その推薦に基づいて、功労者選定会議が被表彰者の案を作成し、内閣府特命担当大臣が決定するとのことである。これは、おそらく、各省庁がその所掌する行政行為に関する功労者を表彰する共通のパターンに沿って実施されているものと思われ、消費者庁も発足に際して、それに倣ったものと思われ、「他省庁同様に」という以外の選択肢の採用は難しいと考える。 上記のように見て来ると、ここで挙げられている4つの事業は、それぞれ消費者サイドの特定の受益を目指して立ち上げられた事業とは異質のもので、いわば消費者庁の定例的な業務の一部という認識であるように思う。その意味では、毎年度、前年同様に継続することの可否を精査することが検討の要点かと思われ、まずは「紙」のポスター配布の要否あたりが当面の課題のように思われる。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	--	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。 ・外部有識者の所見も踏まえ、目標値を下回っている実績値について、その要因を把握するとともに、アウトプットからアウトカムに至る効果発現経路の妥当性を継続的に検証していただきたい。

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	事業内容の有効性・妥当性等について継続的に検証を行ってまいりたい。		
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 株式会社シャフト		1,968	1	令和7年度消費者月間イベント運営等業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社シャフト		1,968	1122001034253			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和7年度消費者月間イベント運営等業務 一般競争契約（最低価格）		1,968	10	--	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ほか		2,098	2	令和7年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社オーエムシー		2,081	3020001063933			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務 一般競争契約（最低価格）		2,081	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			
	株式会社エクセリ		17	5010001061498			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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年度消費者支援功労者表彰表彰式における無線機のレンタル利用 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		
	C 株式会社メトロアドエージェンシー		154	1	令和7年度「消費者月間」ポスター掲出		
	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	

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		令和 7 年度「消費者月間」ポスター掲出 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	
D	株式会社ビズアップ総研		2,796	1	令和 8 年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ビズアップ総研		2,796	2010401054369		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 8 年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務 一般競争契約（最低価格）		2,796	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	公益社団法人日本マーケティング協会		1,991	1	令和 8 年度消費者月間関連動画の作成業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	公益社団法人日本マーケティング協会		1,991	6010405010455		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 8 年度消費者月間関連動画の作成業務 随意契約（少額）		1,991	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Wonder labo		330	1	令和 8 年度消費者月間関連動画の作成業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社Wonder labo		330	9010401165738		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 8 年度消費者月間関連動画の作成業務 その他(再委託)		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	

	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	G	株式会社東邦プラン	623	1	令和８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		
		株式会社東邦プラン		623	6020001071256		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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８年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷 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		
	H	朝日梱包株式会社	350	1	令和８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		350	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８年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送 随意契約（少額）		350	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	株式会社シャフト	令和7年度消費者月間イベント運営等業務	雑役務費	令和7年度消費者月間イベント運営等業務	1,968
	B	株式会社オーエムシー	令和7年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務	雑役務費	令和7年度消費者支援功労者表彰における表彰式等運営等業務	2,081
	C	株式会社メトロアドエージェンシー	令和7年度「消費者月間」ポスター掲出	雑役務費	令和7年度「消費者月間」ポスター掲出	154
	D	株式会社ビズアップ総研	令和8年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務	雑役務費	令和8年度消費者支援功労者表彰等（選考）の運営支援業務	2,796
	E	公益社団法人日本マーケティング協会	令和8年度消費者月間関連動画の作成業務	雑役務費	令和8年度消費者月間関連動画の作成業務	1,991
	F	株式会社Wonderlabo	令和8年度消費者月間関連動画の作成業務	雑役務費	令和8年度消費者月間関連動画の作成業務	330
	G	株式会社東邦プラン	令和8年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷	雑役務費	令和8年度「消費者月間」ポスターの制作・印刷	623
	H	朝日梱包株式会社	令和8年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	雑役務費	令和8年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	350
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	松井保喜				
	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	2026	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 ○コンビニ型コミュニティパントリー導入に向けた実証事業の実施 ○フードバンクの認証取得に向けた体制整備支援の実施				
	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					
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等		補助率URL	
	民間団体等	1/2	-		--	
備考	--					

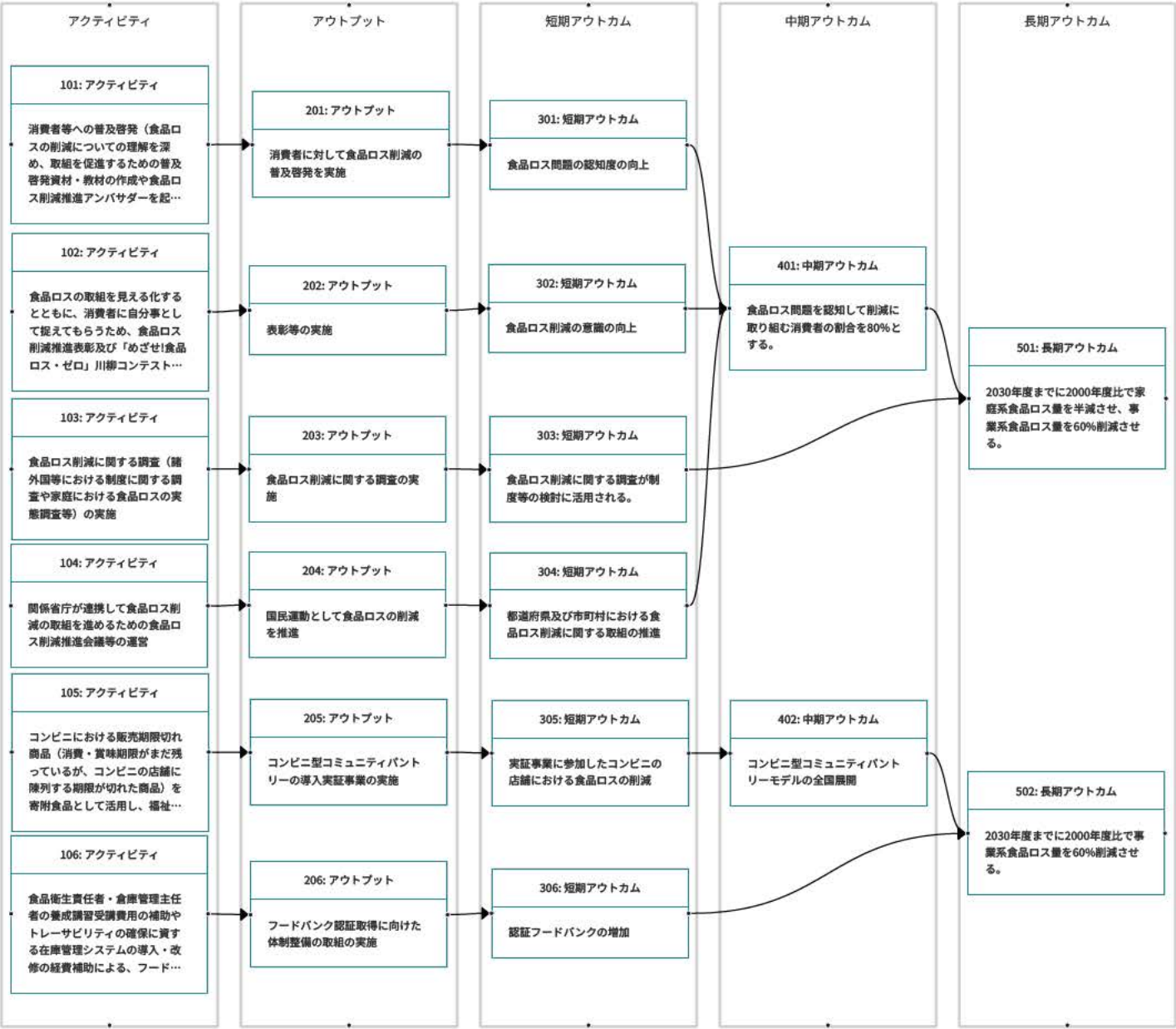
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	58,000	203,000	101,747	75,754	100,080
	当初予算	48,000	68,267	61,755	57,714	--
	補正予算	99,567	70,000	125,000	--	--
	前年度から繰越し	80,000	99,567	70,000	125,000	--
	予備費等	--	--	15,075	--	--
	計	227,567	237,834	271,830	182,714	--
	執行額	118,988	132,328	122,468	--	--
	執行率	52.3%	55.6%	45.1%	--	--

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	--	42,455		--		
		予算種別/歳出予算項目			備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--		55,942	53,181
		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			--		896	896
		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			--		662	710
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費			--		110	157
		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			--		104	101
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 食品ロス削減推進事業費補助金			--		--	34,000
		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			--		0	3,750
		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	176
		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			--		0	7,109
		前年度から繰越し --			--		125,000	--
主な増減理由	新規要求として、食品ロス削減の推進を担当する政策調査員に係る経費7,109（千円）を計上しているため、増額となっている。			その他特記事項	食品ロスの削減の推進のための事業が緊急的に必要となったため、「消費者政策企画・立案」（消費者政策課）及び「消費者行政に係る国際的な連携の強化」（参事官(調査研究・国際担当)）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	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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)	80,000	45,000	95,000	--
↓ 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） 令和7年度消費生活意識調査（第1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	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	--	--	90
	活動実績／成果実績(%)	80.9	78.9	81.2	--
	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） 令和7年度消費生活意識調査（第1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	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(%)	76.7	74.9	77.2	--	--	--	--	
	達成率(%)	95.9	93.6	96.5	--	--	--	--	
↓ 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1～4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)」「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：「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		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)	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	10,000	15,000	16,000	17,000
	活動実績／成果実績(件)	19,717	19,201	19,071	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	97.1	98.3	97.1	--
	達成率(%)	--	98.3	97.1	--
↓ 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） 令和7年度消費生活意識調査（第1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	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(%)	76.7	74.9	77.2	--	--	--	--	
	達成率(%)	95.9	93.6	96.5	--	--	--	--	
↓ 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1～4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)」「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：「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		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)	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(箇所)	5	2	5	5
	活動実績／成果実績(箇所)	5	2	7	--
↓ 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1～4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)」「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：「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		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)	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	10	9	4	4
	活動実績／成果実績(回)	8	9	3	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(自治体)	--	315	363	394
	活動実績／成果実績(自治体)	279	331	379	--
	達成率(%)	--	105.1	104.4	--
↓ 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） 令和7年度消費生活意識調査（第1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	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(%)	76.7	74.9	77.2	--	--	--	--	
	達成率(%)	95.9	93.6	96.5	--	--	--	--	
↓ 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1～4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)」「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：「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		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)	464	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 105-205-305-402-502

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）	※補正予算が措置されたため、目標値を修正。	
	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			2025年度		2026年度	
	当初見込み／目標値(コンビニ店舗数)		3		5	
	活動実績／成果実績(コンビニ店舗数)		3		--	
↓ 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	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	--	50	50
	活動実績／成果実績(%)		--	--	34	--
	達成率(%)		--	--	68	--
↓ 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。 ※補正予算が措置されたため、目標値を修正。		
	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		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	1	--	--	--	20	
	活動実績／成果実績(自治体)	--	3	--	--	--	--	--	
	達成率(%)	--	100	--	--	--	--	--	
↓ 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、事業系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 5～6 を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「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)」「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年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる。				成果指標	事業系食品ロス量		
	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。 ※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		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)	--	--	--	--	--	--	--	219
	活動実績／成果実績(万t)	231	--	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	--	--	--	--	--	--

アクティビティからの発現経路 106-206-306-502

アクティビティ	食品衛生責任者・倉庫管理主任者の養成講習受講費用の補助やトレーサビリティの確保に資する在庫管理システムの導入・改修の経費補助による、フードバンク認証取得に向けた体制整備の支援、フードバンク認証制度の運用			
アウトプット	活動目標	フードバンク認証取得に向けた体制整備の取組の実施	活動指標	フードバンク認証取得に向けた体制整備に取り組むフードバンクの団体数
	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）	補助事業者からの報告を基に把握。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績			2026年度	
	当初見込み／目標値(団体数)		20	
	活動実績／成果実績(団体数)		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	フードバンク認証取得に向けた体制整備の取組は、認証フードバンクの増加の前提となる取組であるため、本指標を短期アウトカムに設定した。			
短期アウトカム	成果目標	認証フードバンクの増加	成果指標	フードバンク認証を取得した団体数
	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）	フードバンク認証制度の運用結果を基に把握。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカ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	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(団体数)		--	10
	活動実績／成果実績(団体数)		--	--
	達成率(%)		--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	認証を取得したフードバンクが増加し、食品企業等からの大口の寄附促進につながれば、食品企業等で発生する未利用食品の有効活用が図られ、事業系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年度比で事業系食品ロスを60%削減させる目標を設定。アクティビティ5～6を実施することにより、目標達成に資する。 ※目標は「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)」「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年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる。				成果指標	事業系食品ロス量		
	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。 ※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		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)	--	--	--	--	--	--	--	219
	活動実績／成果実績(万t)	231	--	--	--	--	--	--	--
	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							

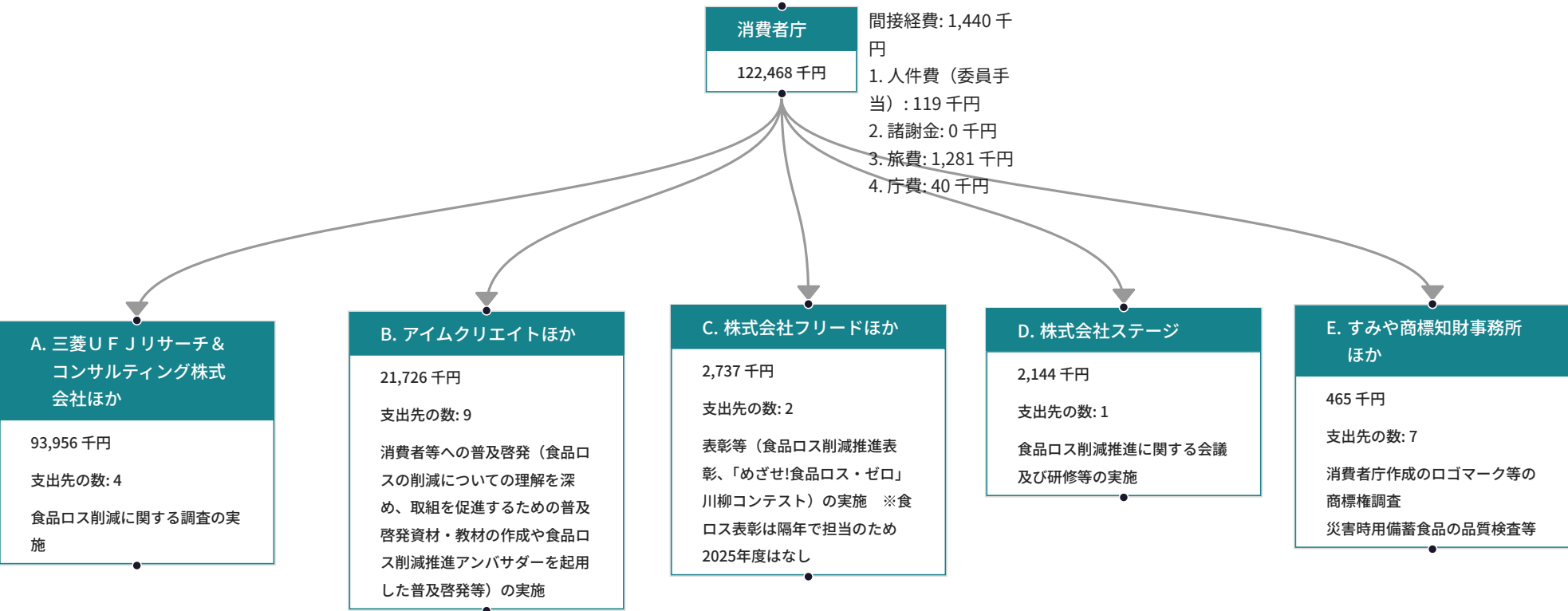
点検・評価

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。更に、食品ロス削減に取り組む企業や消費者を増やすために「食品ロス削減自主宣言」及び「食品ロス削減推進サポーター」制度を実施した。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」、「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。 また、食品衛生責任者・倉庫管理主任者の資格取得に必要な経費の補助やトレーサビリティの確保に資する在庫管理システムの導入・改修の経費の補助を行うことによって、フードバンク認証取得に向けた体制整備の支援を行っている。フードバンクの認証取得に向けた体制整備の支援の成果の指標として、「フードバンク認証を取得した団体数」を置いており、こうした指標をもって事業の点検を行う。		
	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。 また、フードバンク認証取得に向けた体制整備支援事業は、令和8年度から新たに開始する事業であることから、事業開始後、公平な審査を通じた適切な執行に努める。その上で、事業の進捗状況や事業を執行する中で生じる課題を把握しつつ、成果を検証することで、今後の事業の運用や食品寄附に対する社会的信頼の向上に向けた施策の検討に活用する。これらを通じ、食品関連事業者等からのフードバンクへの食品寄附の促進を図ることで、「2030年度までに2000年度比で事業系食品ロス量を60%削減させる」という長期的な目標の達成を図っていく。		
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	・一般競争入札（総合評価落札方式）の一者応札については、その要因を分析し、一者応札の解消に努めること。 ・アウトプット（食品ロス削減の啓発用パンフレット・冊子の作成数、川柳コンテストの応募件数）の実績値が目標値を継続的に上回っていることから、これまでの実績値の推移を踏まえ、目標値の検証についても継続的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	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。アウトプット指標の目標値については、実績値の推移を踏まえながら継続的に検証を行い、適切な目標設定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	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社ほか	93,956	4	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		
三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社		64,356	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
コンビニ型コミュニティパントリー導入実証に係る支援事業 一般競争契約（総合評価）		55,170	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
企業等の災害時用備蓄食料の入替え時における活用状況に係る 実態等についての調査業務 一般競争契約（総合評価）		6,326	5	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
令和7年度食品ロスによる経済損失及び温室効果ガス排出量に 関する調査業務 一般競争契約（総合評価）		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		
有限責任監査法人トーマツ		22,000	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
食品寄附等を促進するための枠組みづくりに係る支援事業 一般競争契約（総合評価）		22,000	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		
クオン株式会社		6,745	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）		6,745	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		
アイムクリエイト		855	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	
		コンビニ型コミュニティパントリー導入実証におけるチラシの印刷業務 随意契約（少額）	855	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 アイムクリエイトほか			21,726	9	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			11,143	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7年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材の製造 随意契約（少額）			3,969	1	--	--
食品ロス削減ガイドブック及び食品ロス削減レシピ冊子の印刷 業務 随意契約（少額）			3,421	1	--	--
令和7年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発動画の制作 随意契約（少額）			1,870	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）			915	1	--	--
食品ロス削減ガイドブックデジタルブック化業務 随意契約（少額）			440	1	--	--
令和7年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材データ の制作 随意契約（少額）			330	1	--	--
食品ロス削減レシピ冊子の印刷業務 随意契約（少額）			198	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
吉本興業株式会社			3,486	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
わが国の食品ロス削減の取組に関するプロモーション動画の制 作業務 随意契約（少額）			1,990	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	
	令和7年度食品ロス削減月間ポスターデザイン制作 随意契約（少額）	1,496	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社朝日広告社		1,671	2010001035026		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
「おいしい食べきり」全国共同キャンペーン動画のデジタルサイネージの掲出 随意契約（少額）		1,671	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		1,320	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）		1,320	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
Three合同会社		1,133	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）		605	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）		330	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更新 随意契約（少額）		198	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
鉄道広告株式会社		1,067	8010001023248		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		660	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	
	大阪の主要駅における「おいしい食べきり」全国共同キャンペーンポスターの掲出作業料 随意契約（少額）	407	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社太陽美術		810	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
「食べもののムダをなくそうプロジェクト」に係る啓発用チラシ及び冊子の印刷業務 随意契約（少額）		484	1	--	--
食品ロス削減の啓発用クリアファイル増刷業務 随意契約（少額）		326	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
朝日梱包株式会社		788	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
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）		590	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）		198	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		308	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
東京メトロ全線10月食品ロス削減月間ポスター掲出作業料 随意契約（少額）		154	1	--	--
東京メトロ全線における「おいしい食べきり」全国共同キャンペーンポスターの掲出 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	
C	株式会社フリードほか	2,737	2	表彰等（食品ロス削減推進表彰、「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト）の実施 ※食ロス表彰は隔年で担当のため2025年度はなし	

	支出先ブロック名		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		
	株式会社フリード		1,584	4010001065558		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／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等業務 一般競争契約（最低価格）		1,584	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		
	T h r e e 合同会社		1,153	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及び印刷業務 随意契約（少額）		1,153	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 株式会社ステージ		2,144	1	食品ロス削減推進に関する会議及び研修等の実施	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ステージ		2,144	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7年度食品ロス削減推進に関する会議等オンライン運営業務 随意契約（少額）		1,652	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）		492	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 すみや商標知財事務所ほか		465	7	消費者庁作成のロゴマーク等の商標権調査 災害時用備蓄食品の品質検査等	
	支出先名		支出額	法人番号		
	すみや商標知財事務所		314	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
	消費者庁作成のロゴマーク及びキャラクター等のデザイン並びに標準文字の商標権調査業務 随意契約（少額）	314	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		59	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
	消費者庁備蓄食品の有効活用（提供）に伴う品質検査 随意契約（少額）	59	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号	
	佐川急便株式会社		40	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
	令和7年度荷物等の配送業務（6月分・第20回食育推進全国大会荷物発送） 随意契約（少額）	40	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号	
	一般財団法人工業所有権電子情報化センター		21	5010005016746	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「食の環」、「エシカちゃん」及び「ルー博士」の商標登録出願に係る電子化手数料 随意契約（少額）	21	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号	
	セーラー広告株式会社		19	9470001002353	
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	第20回食育推進全国大会におけるブース設営備品レンタル 随意契約（少額）	19	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		
	個人1		8	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
		2025年大阪・関西万博視察における立替払 随意契約（少額）		8	1	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		個人2		4	9999999999999		
			契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
「MOTTAINAIをはじめようフェス」～（着ぐるみ）の 返送費用の立替払 随意契約（少額）			4	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	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社	コンビニ型コミュニティパントリー導入実証に係る支援事業	雑役務費	コンビニ型コミュニティパントリー導入実証に係る支援事業	55,170	
	B	アイムクリエイト	令和7年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材の製造	雑役務費	令和7年度キャラクターを用いた食品ロス削減啓発資材の製造	3,969	
	C	株式会社フリード	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営等業務	雑役務費	「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト運営事業	1,584	
	D	株式会社ステージ	令和7年度食品ロス削減推進に関する会議等オンライン運営業務	雑役務費	令和7年度食品ロス削減推進に関する会議等オンライン運営業務	1,652	
	E	すみや商標知財事務所	消費者庁作成のロゴマーク及びキャラクター等のデザイン並びに標準文字の商標権調査業務	雑役務費	消費者庁作成のロゴマーク及びキャラクター等のデザイン並びに標準文字の商標権調査業務	314	
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	古川剛							
	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	2026			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、37.4%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7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7.7%（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				
	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	直接実施								
補助率等	補助対象				補助率			補助上限等	補助率URL
	--				--			--	--

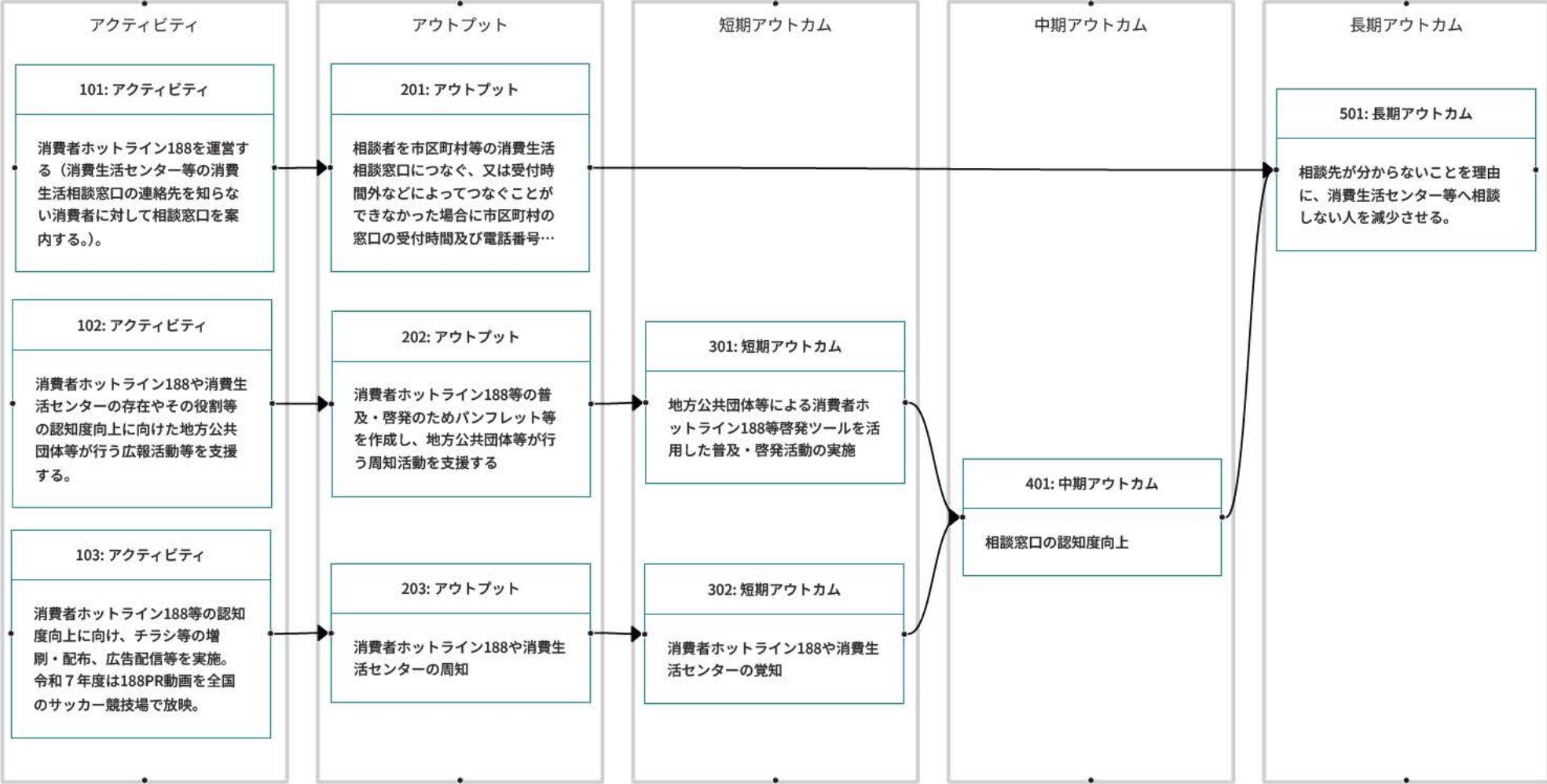
備考	--
----	----

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		121,000	121,000	121,000	121,000	121,662	
	当初予算		121,000	121,000	121,000	121,000	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		△581	--	--	--	--	
	計		120,419	121,000	121,000	121,000	--	
	執行額		106,056	114,103	113,356	--	--	
	執行率		88.1%	94.3%	93.7%	--	--	
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 / 情報処理業務庁費			--	106,000	106,662	
		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			--	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			2025年度		2026年度	
	当初見込み／目標値(-)		0		0	
	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、長期アウトカムとして設定。					
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			2023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(%)		8	8	8	8
	活動実績／成果実績(%)		16.5	15.9	14.3	--
	達成率(%)		48.5	50.3	55.9	--

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	35	35	35	45
	活動実績／成果実績(件)	35	35	45	--
↓ 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うことが重要であるため、短期アウトカムとして設定。				
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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(団体)	357	323	440	462
	活動実績／成果実績(団体)	323	440	465	--
	達成率(%)	90.5	136.2	105.7	--
↓ 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が重要であるため、中期アウトカムとして設定。				

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	2025年度	目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		30	33.6	33.4	
	活動実績／成果実績(%)		33.6	33.4	--	
	達成率(%)		112	99.4	--	
↓ 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、長期アウトカムとして設定。					
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	--	
活動・成果目標と実績			2023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(%)		8	8	8	8
	活動実績／成果実績(%)		16.5	15.9	14.3	--
	達成率(%)		48.5	50.3	55.9	--

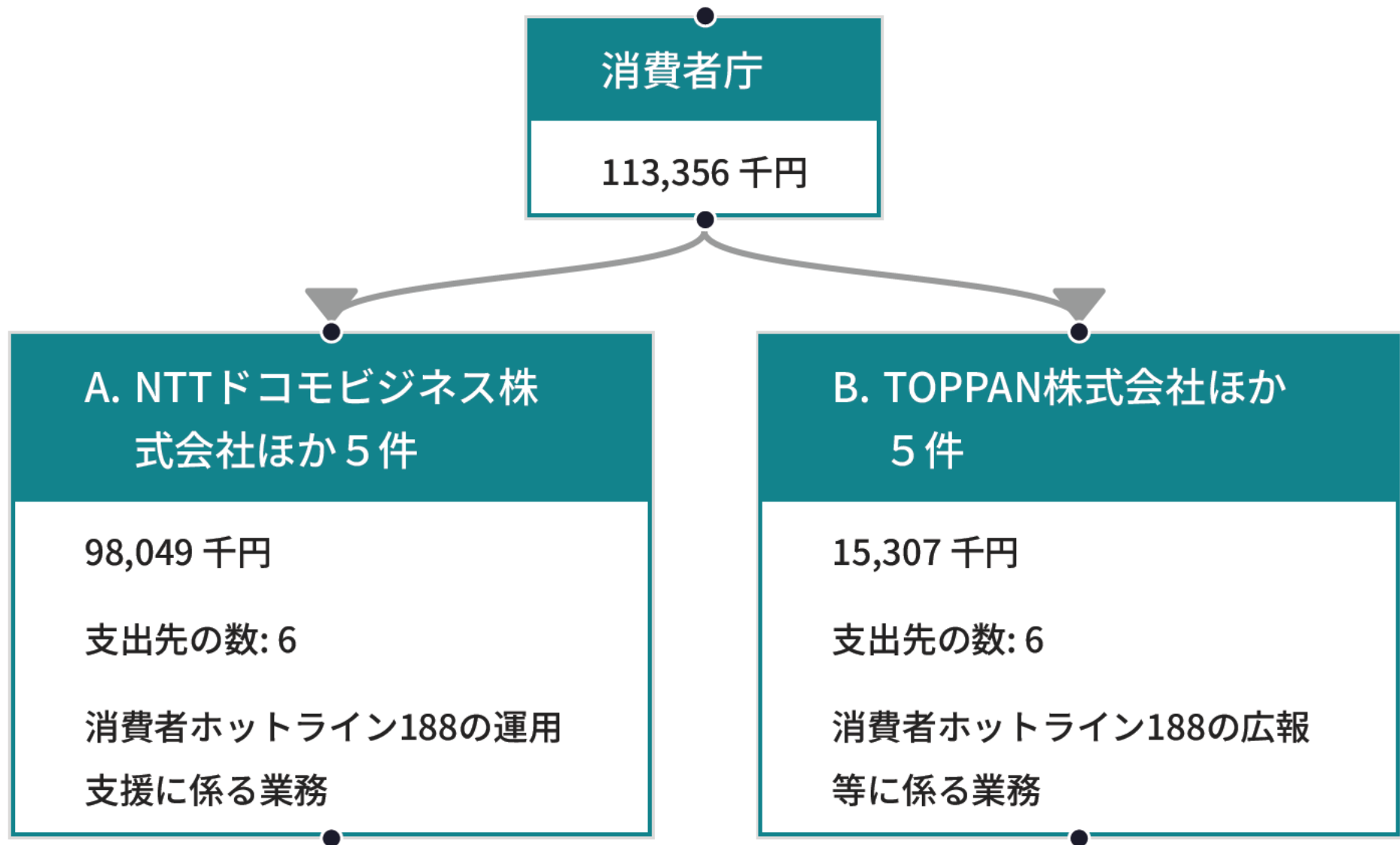
アクティビティからの発現経路 103-203-302-401-501

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7年度は188PR動画を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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	0	1	1	1
	活動実績／成果実績(件)	1	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7年度は乃木坂46とコラボした消費者ホットライン188のPR動画を全国各地のJリーグ試合会場で放映し、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）を短期アウトカムとして設定。				
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覚知		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	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(人)	--	258,025	258,452	1,378,952
	活動実績／成果実績(人)	258,025	258,542	1,378,952	--
	達成率(%)	--	100.2	533.5	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁において普及・啓発することにより、広く国民に消費者ホットライン188や消費生活センター等の存在を知ってもらい、その内容を理解してもらうことが重要であるため、中期アウトカムとして設定。				

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	2025年度	目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		30	33.6	33.4	
	活動実績／成果実績(%)		33.6	33.4	--	
	達成率(%)		112	99.4	--	
↓ 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、長期アウトカムとして設定。					
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	--	
活動・成果目標と実績			2023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(%)		8	8	8	8
	活動実績／成果実績(%)		16.5	15.9	14.3	--
	達成率(%)		48.5	50.3	55.9	--
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、NTTドコモビジネス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。令和8年度以降は、地方公共団体が主催する消費者向け啓発事業やイベント等と連携することで、効果的に消費者ホットライン188や消費生活センターの認知度向上及び消費者被害の未然防止・拡大防止につながることを目的として本事業を推進する。			
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	・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。 ・長期アウトカムの実績値等、目標値を下回っている指標について、その要因を継続的に分析し、事業効果の検証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、効率性及び有効性を継続的に検証し、適切な予算執行に努めるとともに、長期アウトカムの実績値等が目標値を下回っている指標については、その要因を分析し、事業効果の検証を行う。 これらの検証・分析結果を踏まえ、必要に応じて事業内容の改善を図りながら、引き続き現行の事業を継続して実施する。			
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	NTTドコモビジネス株式会社ほか5件	98,049	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			
NTTドコモビジネス株式会社		83,684	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	
令和7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))		83,684	1	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7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	1	0	--	
支出先名		支出額	法人番号			
NTT東日本株式会社		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7年度188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供等 随意契約（その他）((競争性のない随意契約))		3,036	1	0	--	
支出先名		支出額	法人番号			
NTT西日本株式会社		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7年度188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供等 随意契約（その他）((競争性のない随意契約))		3,036	1	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	
	ソフトバンク株式会社	2,000	9010401052465		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和7年度188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供等 随意契約（その他）((競争性のない随意契約))	2,000	1	0	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	KDDI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7年度188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供等 随意契約（その他）((競争性のない随意契約))	1,541	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	TOPPAN株式会社ほか5件	15,307	6	消費者ホットライン188の広報等に係る業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	TOPPAN株式会社	10,890	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）	10,890	6	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	有限会社ナッシュ	1,709	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製業務 随意契約（少額）	814	1	--	--
	消費者ホットライン188キャラクター缶バッジ作製業務 随意契約（少額）	488	1	--	--
消費者ホットライン188キャラクター缶バッジ作製業務 随意契約（少額）	407	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			
	株式会社太陽美術	1,190	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ステッカー印刷業務 随意契約（少額）	422	1	--	--	
	消費生活相談員パンフレット増刷業務 随意契約（少額）	370	1	--	--	
	消費者ホットライン１８８チラシ・ポスター増刷業務 随意契約（少額）	200	1	--	--	
	消費者ホットライン１８８啓発しおり印刷業務 随意契約（少額）	198	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社近藤印刷	1,063	6180001019421			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	消費者ホットライン188イメージキャラクターぬいぐるみ（小） 作成業務 随意契約（少額）	839	1	--	--	
	消費者ホットライン188イメージキャラクターぬいぐるみ（特 大）作成業務 随意契約（少額）	224	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ＣＣＧ　ＳＥＥ	319	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	
	消費者ホットライン１８８バナー広告配信業務 随意契約（少額）	319	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	シーエムワン株式会社	136	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	

	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
			令和7年度消費者ホットライン188等の啓発ツール等配布にかかるオンラインストレージサービスの利用 随意契約（少額）	136	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	N T T ドコモビジネス株式会社	令和7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	情報処理業務庁費		令和7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		83,684
	B	T O P P A N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	消費者政策調査費		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		10,890
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	古川剛							
	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	2026			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、地方消費者行政の課題の把握等、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。							
	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				
実施方法	その他								

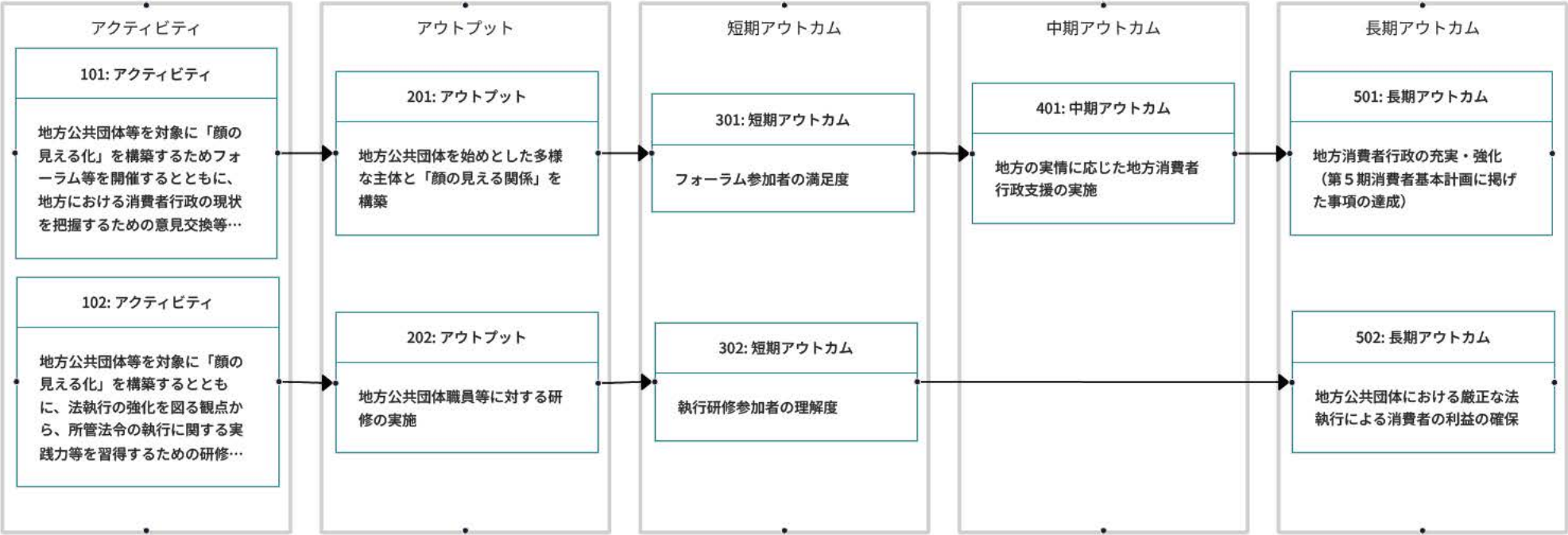
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		59,000	59,330	60,620	82,227	86,453	
	当初予算		59,807	59,540	62,751	68,283	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		△129	9,846	--	--	--	
	計		59,678	69,386	62,751	68,283	--	
	執行額		47,603	62,882	69,252	--	--	
	執行率		79.8%	90.6%	110.4%	--	--	
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--		--		--	
		予算種別/歳出予算項目			備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--		33,732	42,992
		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			--		21,208	21,688
		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			--		10,543	19,468
		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			--		2,800	2,305
主な増減理由	令和９年度概算要求においては、地方消費者行政強化交付金の活用促進に向けて職員旅費を増額要求するため。 また、新たに地方消費者行政に関する調査のビジュアライゼーションに必要な経費を計上しているため。			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）	参加申込みリスト等
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(人)	111	148	512	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	79.3	80	81	--
	達成率(%)	99.1	100	101.3	--
↓ 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	第5期消費者基本計画における施策の実施状況	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）	研修申込みリスト等
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	201	219	226	290
	活動実績／成果実績(人)	219	226	290	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	91.2	96.3	90	96
	活動実績／成果実績(%)	96.3	90.2	96	--
	達成率(%)	105.6	93.7	106.7	--
↓ 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。				

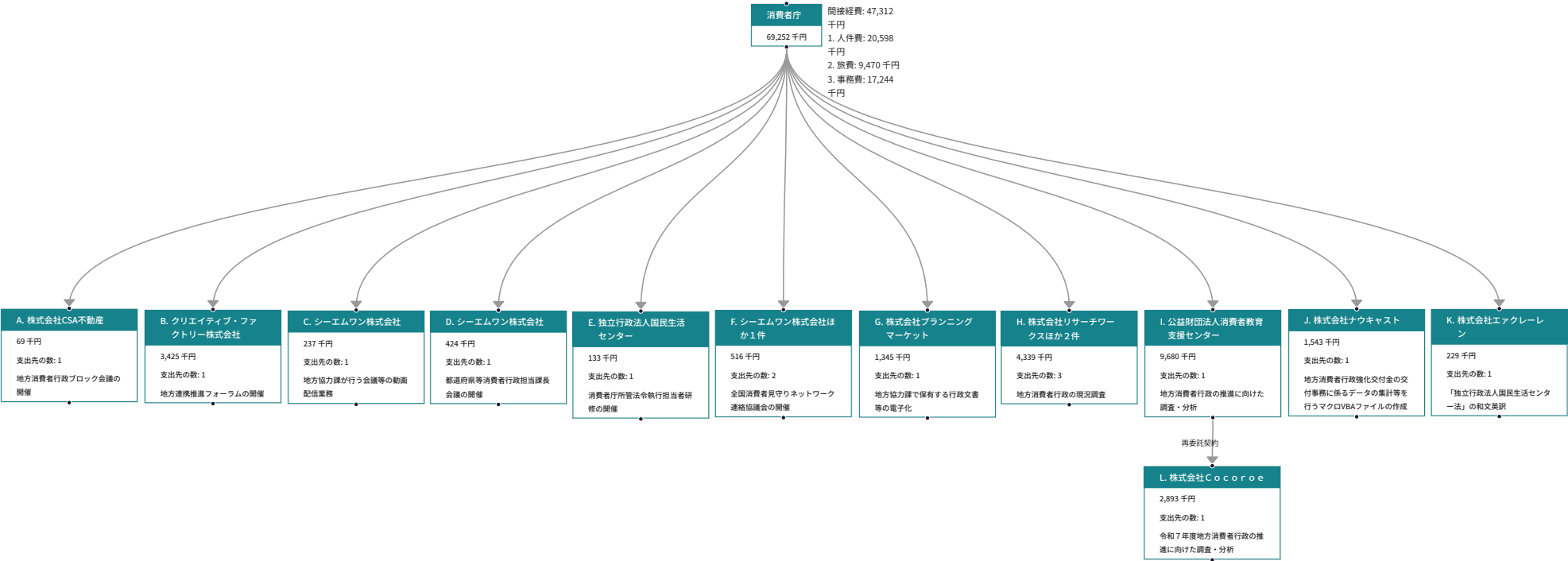
長期アウトカム	成果目標	地方公共団体における厳正な法執行による消費者の利益の確保	成果指標	厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	本取組の目的は、国と地方が「顔の見える関係」を構築しつつ、執行研修を通じて、地方公共団体（職員）の法執行力を高め、厳正な法執行を通じて消費者の利益を確保することにあるが、消費者の利益をどの程度確保できたのかを客観的に計測することはできないため、定量的な指標を示すことは困難である。	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	安全・安心な消費生活の実現のためには、消費生活相談を受けられる体制の整備及び消費者自身の消費者問題解決力の向上に加え、地域全体の消費者問題解決力の向上が必要である。このためには、地域の消費者問題に携わる消費者団体や行政をはじめとする多様な主体が連携・協働し、消費者問題に関する取組を進めることが有効である。 これを推進するための「きっかけの場」として、また、その後も継続する「つながりの場」として、引き続き「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」を開催し、地域の実情把握や情報交換に努める必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	今後も「顔の見える関係」を構築するため、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効率化・合理化を進めるとともに、より効果的に施策を遂行していく。		
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	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	・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。 ・中期・長期アウトカムについて、今後の支援策の具体化の状況を踏まえ、事業効果を把握できる目標・指標の在り方について継続的に検討していただきたい。
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	事業の必要性、効率性及び有効性を継続的に検証し、適切な予算執行に務める。また、中期・長期アウトカムについては、今後の支援策の具体化の状況を踏まえ、事業効果を適切に把握できる目標・指標となるよう、その在り方について継続的に検討する。 今後も、検証結果を踏まえた改善を図りながら、事業を継続する。		
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	株式会社CSA不動産	69	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		
	株式会社C S A 不動産		69	9080001012623		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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年度消費者行政ブロック会議（中部・北陸ブロック）の開催に係る貸会議室利用 随意契約（少額）		69	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	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	3,425	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		
	クリエイティブ・ファクトリー株式会社		3,425	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）		3,425	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		
C	シーエムワン株式会社	237	1	地方協力課が行う会議等の動画配信業務		
	支出先名		支出額	法人番号		
	シーエムワン株式会社		237	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）		237	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	シーエムワン株式会社	424	1	都道府県等消費者行政担当課長会議の開催		
	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		
	シーエムワン株式会社	424	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7年度都道府県等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）	424	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	独立行政法人国民生活センター	133	1	消費者庁所管法令執行担当者研修の開催		
	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	133	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7年度消費者庁所管法令執行担当者研修（専門研修）に係る会場借料 随意契約（少額）	133	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	シーエムワン株式会社ほか1件	516	2	全国消費者見守りネットワーク連絡協議会の開催		
	支出先名	支出額	法人番号			
	シーエムワン株式会社	470	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	
	第21回全国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）	470	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	46	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	

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		第21回全国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）	46	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	株式会社プランニングマーケット		1,345	1	地方協力課で保有する行政文書等の電子化	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社プランニングマーケット		1,345	8010401026635		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		1,345	16	--	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	株式会社リサーチワークスほか2件		4,339	3	地方消費者行政の現況調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社リサーチワークス		3,916	8010001111853		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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年度地方消費者行政の現況調査 一般競争契約（最低価格）		3,916	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		
	個人		326	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7年度地方消費者行政の現況調査の印刷・製本業務 随意契約（少額）		326	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	朝日梱包株式会社		97	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

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		令和7年度地方消費者行政の現況調査の梱包・発送業務 随意契約（少額）	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	
I	公益財団法人消費者教育支援センター		9,680	1	地方消費者行政の推進に向けた調査・分析	
	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		9,680	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7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）		9,680	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	
J	株式会社ナウキャスト		1,543	1	地方消費者行政強化交付金の交付事務に係るデータの集計等を行 うマクロVBAファイルの作成	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ナウキャスト		1,543	8010001165825		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	地方消費者行政強化交付金の交付事務に係るデータの集計等を行 うマクロVBAファイルの作成業務 随意契約（少額）		1,543	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	株式会社エアクレーレン		229	1	「独立行政法人国民生活センター法」の和文英訳	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社エアクレーレン		229	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
	「独立行政法人国民生活センター法」の和文英訳業務 随意契約（少額）		229	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cocoroe	2,893	1	令和7年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社cocoroe	2,893	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7年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析（再委託契約） その他(再委託契約)	2,893	--	--	--

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C S A不動産	令和7年度消費者行政ブロック会議（中部・北陸ブロック）の開催に係る貸会議室利用	消費者政策調査費	令和7年度消費者行政ブロック会議（中部・北陸ブロック）の開催に係る貸会議室利用	69
	B	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	令和7年度地方連携推進フォーラムに係る運営支援等業務	消費者政策調査費	令和7年度地方連携推進フォーラムに係る運営支援等業務	3,425
	C	シーエムワン株式会社	地方協力課が行う会議等の動画配信業務	消費者政策調査費	地方協力課が行う会議等の動画配信業務	237
	D	シーエムワン株式会社	令和7年度都道府県等消費者行政担当課長会議の会議運営支援業務	消費者政策調査費	令和7年度都道府県等消費者行政担当課長会議の会議運営支援業務	424
	E	独立行政法人国民生活センター	令和7年度消費者庁所管法令執行担当者研修（専門研修）に係る会場借料	消費者政策調査費	令和7年度消費者庁所管法令執行担当者研修（専門研修）に係る会場借料	133
	F	シーエムワン株式会社	第21回全国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	消費者政策調査費	第21回全国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	470
	G	株式会社プランニングマーケット	令和7年度地方協力課で保有する行政文書等の電子化業務	消費者政策調査費	令和7年度地方協力課で保有する行政文書等の電子化業務	1,345
	H	株式会社リサーチワークス	令和7年度地方消費者行政の現況調査	消費者政策調査費	令和7年度地方消費者行政の現況調査	3,916
	I	公益財団法人消費者教育支援センター	令和7年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析業務	消費者政策調査費	令和7年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析業務	9,680
	J	株式会社ナウキャスト	地方消費者行政強化交付金の交付事務に係るデータの集計等を行うマクロVBAファイルの作成業務	消費者政策調査費	地方消費者行政強化交付金の交付事務に係るデータの集計等を行うマクロVBAファイルの作成業務	1,543
	K	株式会社エアクレーレン	「独立行政法人国民生活センター法」の和文英訳業務	消費者政策調査費	「独立行政法人国民生活センター法」の和文英訳業務	229
	L	株式会社c o c o r o e	令和7年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析（再委託契約）	消費者政策調査費	令和7年度地方消費者行政の推進に向けた調査・分析（再委託契約）	2,893
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	古川剛						
	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	2026		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、身近な消費生活相談窓口の機能維持や、消費者を取り巻く環境変化に対応した消費者行政の機能強化を図る都道府県及び市町村等の取組を支援することにより、国の消費者行政の基盤でもある地方消費者行政の充実・強化を図り、もって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寄与する。						
	現状・課題	身近な相談窓口の充実など、これまでの地方消費者行政の成果が後退しないための適切な対策を講じるとともに、高齢化の加速、単身世帯増、デジタル化等の環境変化に対応するため、「待ち」の対応から転換し、地域に積極的に出向く出前講座や見守り活動の充実の取組、相談員の担い手確保のための計画的・効果的な取組、SNSにおけるトラブルなど複雑・高度な相談への対応力強化、広域連携による効率的な相談体制の構築等について対応していく必要がある。						
	事業の概要	都道府県及び市町村等の消費者行政の強化及び推進のために必要な経費を交付し、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的に取り組む地方公共団体を支援する事業及び消費生活相談体制の維持・充実、消費者問題解決力の高い地域社会作り等による消費者行政推進に向けた地方公共団体の取組を支援する。						
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/						
根拠法令	法令名				法令番号	条	項	号・号の細分
	--				--	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名				計画・通知等URL			
	消費者基本計画（令和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							

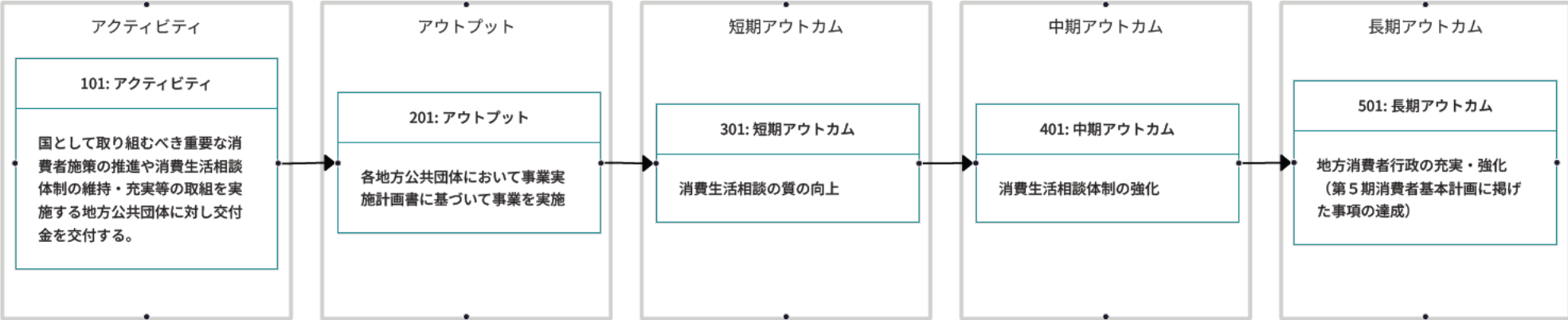
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	地方消費者行政推進事業（令和 6 年度補正予算・令和 7 年度当初予算）	定額	-	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_250414_02.pdf#page=13
	地方消費者行政強化事業（令和 6 年度補正予算・令和 7 年度当初予算）	定額又は1/2若しくは1/3	-	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_250414_02.pdf#page=11
	地方消費者行政機能維持事業（令和 7 年度補正予算）	10/10	事業の型ごとに設定	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_260206_02.pdf
	地方消費者行政機能強化事業（令和 7 年度補正予算）	10/10、2/3、1/2又は1/3	事業の型ごとに設定	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/grant/assets/local_cooperation_cms203_260206_02.pdf
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		3,000,000	2,800,000	2,500,000	2,550,000	3,300,000	
	当初予算		1,750,000	1,650,000	1,550,000	1,500,000	--	
	補正予算		1,500,000	1,600,000	1,760,000	--	--	
	前年度から繰越し		1,837,000	1,500,000	1,600,000	1,760,000	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		5,087,000	4,750,000	4,910,000	3,260,000	--	
	執行額		2,749,307	2,575,134	2,528,003	--	--	
	執行率		54%	54.2%	51.5%	--	--	
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	--		--		【「強く豊かな日本」投資枠】2,100,000千円	
		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			--		1,500,000	3,300,000
		前年度から繰越し --			--		1,760,000	--
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事業実施計画書に基づいて事業を実施		活動指標	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）	R7年度より指標を「強化事業の実施事業数」→「事業の実施事業数」に修正。 （修正理由：アウトカムが推進事業も含めた事業全体の成果であるため）
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(事業)	3,100	3,155	2,305	2,937
	活動実績／成果実績(事業)	3,155	2,305	2,937	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026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)	43	43	42	--
	達成率(%)	91.5	91.5	89.4	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026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	27	26	--
	達成率(%)	59.6	57.4	55.3	--
↓ 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	地方公共団体が今後の本交付金を活用した新事業の企画・立案等に資するよう、各地方公共団体における取組のうち好事例を横展開。		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	本交付金は、既存の消費者行政機能の維持とともに、持続可能な相談体制の構築及び相談対応力の強化、並びに国が特に必要と考える施策の推進による消費者政策全体の機能強化などを目標に掲げており、全てを網羅した定量的なアウトカム目標設定が困難であるため。		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	--			

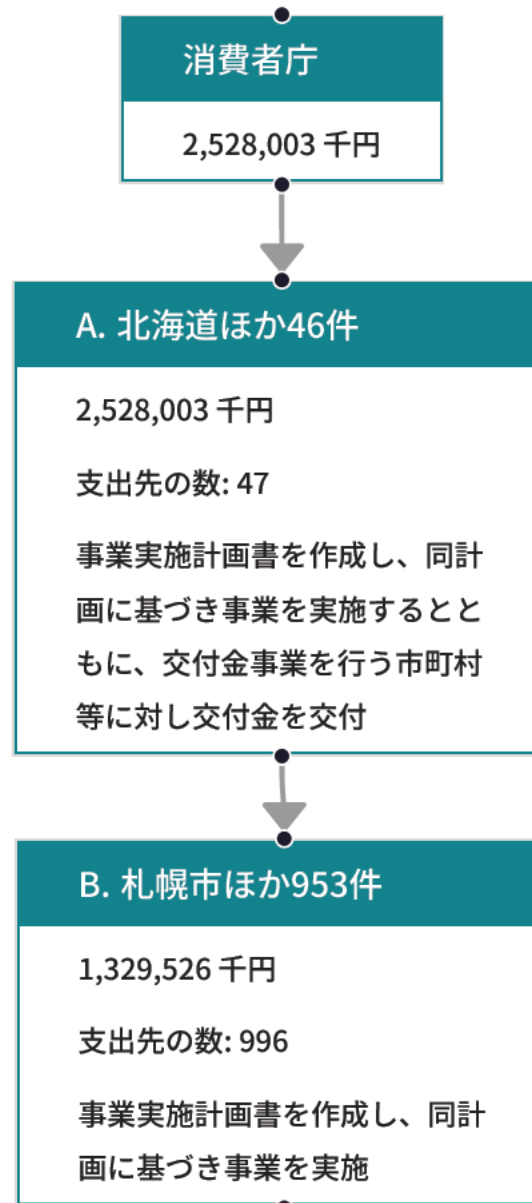
点検・評価

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346箇所増加し、847箇所（令和7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、令和7年度に推進事業の活用が終了する地方公共団体が多数あったところ、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、地方消費者行政の推進によるこれまでの成果が後退しないための適切な対策を講じることが必要である。また、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う必要がある。 地方公共団体における申請・報告等の事務負担に関しては、交付金申請・報告様式の記載方法が複雑であり改善の余地が見受けられた。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	令和8年度からの事業において、地方消費者行政の状況や課題を踏まえて仕組みを大きく見直した。具体的には、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、消費者庁創設（2009年）以降、着実に進展してきた身近な相談窓口の充実という成果が後戻りしないよう、地方消費者行政強化交付金の推進事業の活用期限を終えた地方公共団体が、被害の未然防止の取組を強化しつつ、引き続き相談機能を維持する取組を支援することとした。また、「待ち」の対応から転換し、地域に積極的に出向く出前講座や見守り活動の充実の取組、相談員の担い手確保のための計画的・効果的な取組、SNSにおけるトラブルなど複雑・高度な相談への対応力強化、広域連携による効率的な相談体制の構築等を支援することとし、併せて交付金申請・報告様式の記載方法の簡略化も行うため、令和8年度交付金事業に向けて、地方消費者行政強化交付金交付要綱の改正を行った。 その上で、仕組みの見直し後の事業の運用に注力しつつ、地方公共団体のニーズや、事業の進捗状況や事業を執行する中で生じる課題を把握しつつ、成果の検証を一定の時期に行うことで、今後の事業の運用等に活かし、事業の効率性、効果を高めていく。

外部有識者による点検	点検対象	公開プロセス	最終実施年度	2026
	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	令和８年度に交付金制度の大幅な見直しが行われ、高齢化・デジタル化・人材不足という構造的課題への対応に向けて、アウトリーチ・見守り連携強化や広域連携推進、都道府県への高度相談機能の集約等の新メニューが設けられた。この方向性は評価できるが、新制度の実効性を高める観点から、以下の点について取り組んでほしい。 １．効果検証の強化・成果に基づく制度運用への転換 現行のアウトカム指標は、旧制度下における地方消費者行政の立ち上げ支援を念頭に、消費生活センターの人口カバー率といった外形的かつ概括的な体制整備の状況を指標としたものである。しかし、人口減少のほかデジタル化などの社会状況の変化が生じており、新制度ではこれら新たな社会課題への対応が掲げられている。こうした目的に照らして、アウトカム指標も、相談体制が実質的に機能しているかを測定する指標や、消費者の状況が改善しているかを測定する指標を、課題ごとのロジックモデルや目標達成に向けた検証方法等と合わせて検討してはどうか。 ２．政策目的と手段の精査・目的に即した運用の徹底 過年度において億単位の不用額が継続的に発生してきた。自治体のニーズと事業メニューの乖離については、制度の見直しにより解消されることを期待するとともに、新制度について、制度の狙いの詳細をプッシュ型で市町村を含め自治体へ周知し、事業メニューごと等、執行状況を丁寧にフォローアップした上で継続的な改善につなげてほしい。 ３．事務負担の軽減、透明性の向上 様式の簡素化など、申請・報告等の事務負担の軽減に引き続き取り組み、現場が相談・見守り活動に専念できるとともに、国民に対する情報公開・説明責任の観点から十分な透明性が確保される環境づくりに引き続き努めてほしい。 ４．自治体の自立や成長につながる仕組みへの転換 地域の消費者が身近な場所で相談を受けることができる消費生活相談窓口を整備することは引き続き重要であるとともに、各自治体が広域連携や専門人材、デジタル技術の活用を含め実情に応じた効率化の工夫を図れるよう自立や成長を支援していくことも交付金の重要な役割である。また、自治体が地方消費者行政強化交付金によって一方的に国へ依存するという関係ではなく、国も自治体の相談対応を通じた情報に依拠して行政を行っている点に特徴があり、地方消費者行政の安定・充実、国の消費者行政、すなわち消費者全体の安全・安心の確保にとって重要である。このような観点も踏まえ、今後も交付金の在り方や規模について継続的に検証し、改善につなげてほしい。		
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	・補助金等の見直しの観点をふまえ、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。 ・公開プロセスにおいて、現行のアウトカム指標の在り方について指摘がなされているところ、令和８年度からの制度見直しの状況を踏まえ、新制度の目的に即した成果指標の在り方について継続的に検討するとともに、見直し後の事業の実施状況及び成果を適切に把握し、事業効果の検証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．効果検証の強化・成果に基づく制度運用への転換 新制度の目的に即した成果指標の在り方について検討していくとともに、見直し後の事業の実施状況及び成果を適切に把握し、事業効果の検証に努めていく。現時点では、適切な指標を設定するにあたり、現状の課題と最終的な目標という視点で事業型を四つに分類し、その達成度を測れる指標となるよう検討していく。具体的には以下のとおり。 (1)課題：小規模自治体等での相談窓口の持続可能性 最終目標：消費生活相談の機能維持 指標：消費生活相談員配置市町村の人口カバー率 (2)課題：高齢化の加速、単身世帯増により、これまでの「待ち」の相談対応では救えない消費者が増加 最終目標：見守りネットワークの活性化と消費生活センターとの連携による消費者への相談対応の充実 指標：見守りNWを通じた消費者からの相談件数 (3)課題：人手不足、消費者トラブル高度化への対応 最終目標：担い手の確保／相談機能の高度化 指標：ＯＪＴを通じて相談員として採用された者／あっせん率 (4)課題：時々には直面する政策課題に応じて設定 最終目標：時々には直面する政策課題に応じて設定 指標：時々には直面する政策課題に応じて設定 ２．政策目的と手段の精査・目的に即した運用の徹底 補助金等の見直しの観点をつまえ、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行に努める。また、今後も新制度の狙いの詳細をプッシュ型で市町村を含め自治体へ周知し、事業メニューごと等、執行状況を丁寧にフォローアップした上で継続的な改善につなげてまいりたい。 ３．事務負担の軽減、透明性の向上 引き続き自治体等の現場の意見を汲み取り、申請・報告等の事務負担の軽減に取り組んでいくとともに、自治体に対し適切な証拠書類の保管等、交付金の適正な執行について要領等を周知し、必要に応じて点検を実施する体制を築くなど透明性の確保に努めて参りたい。 ４．自治体の自立や成長につながる仕組みへの転換 各自治体が広域連携や専門人材、デジタル技術の活用を含め実情に応じた効率化の工夫を図れるよう自立や成長を支援してまいりたい。また、自治体が地方消費者行政強化交付金によって一方的に国へ依存するという関係ではなく、国も自治体の相談対応を通じた情報に依拠して行政を行っている点に特徴があることから、消費者全体の安全・安心の確保にとって重要である地方消費者行政が安定・充実するような交付金の在り方や規模について継続的に検証し、改善につなげてまいりたい。		

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		
	A	北海道ほか46件	2,528,003	47	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		201,624	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		201,624	0	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	東京都		193,609	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		193,609	0	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	兵庫県		156,981	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		156,981	0	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	大阪府		140,472	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		140,472	0	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	神奈川県		127,585	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	127,585	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
埼玉県			110,893	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		110,893	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
徳島県			103,060	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		103,060	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
愛知県			97,679	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		97,679	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
京都府			73,475	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		73,475	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
静岡県			69,480	7000020220001		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／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		69,480	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	1,253,145	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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	1,253,145	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953件	1,329,526	996	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	50,211	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	50,211	0	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	横浜市	42,328	4000020024066			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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	42,328	0	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	仙台市	28,626	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	28,626	0	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	名古屋市	25,836	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	

支出先ブロック名			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	25,836	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
福生市			18,474	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		18,474	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
川崎市			17,723	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		17,723	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
広島市			14,295	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 補助金等交付		14,295	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
津島市			14,255	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		14,255	0	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
奈良市			14,053	4000020292010		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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	14,053	0	--	--	
	支出先名			支出額	法人番号			
	新潟市			10,897	5000020151009			
	契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	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			10,897	0	--	--	
	支出先名			支出額	法人番号			
	その他			1,092,828	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	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			1,092,828	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		155,490	
	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		47,543	
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	古川剛							
	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	2026			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。令和7年度においては、地域における消費者安全確保地域協議会の設置や活動活性化の促進を課題とした。							
	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）（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	直接実施								

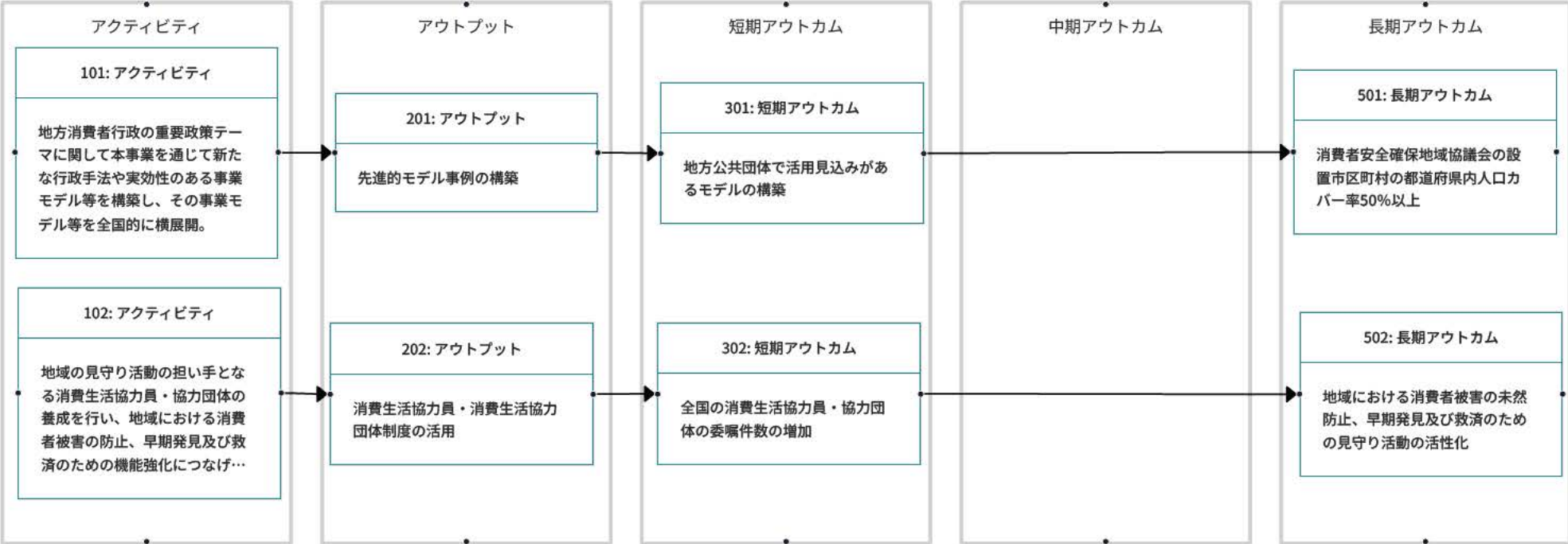
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		107,100	89,894	60,226	72,449	72,116	
	当初予算		106,677	79,994	60,226	72,449	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		△35,000	--	0	--	--	
	計		71,677	79,994	60,226	72,449	--	
	執行額		38,766	39,646	59,162	--	--	
	執行率		54.1%	49.6%	98.2%	--	--	
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--		--		--	
		予算種別/歳出予算項目			備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策委託費				72,292		71,965
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				157		151
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	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	3
	活動実績／成果実績(件)	2	9	3	--
↓ 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・可能性の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7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7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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	88.5	100	100	--
	達成率(%)	--	100	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7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）	※参考指標：消費者安全確保地域協議会の設置自治体数580（令和7年度末時点）542（令和6年度末時点） 令和7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		2023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(都道府県)	47		47	47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)	19		21	25	--
	達成率(%)	40.4		44.7	53.2	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

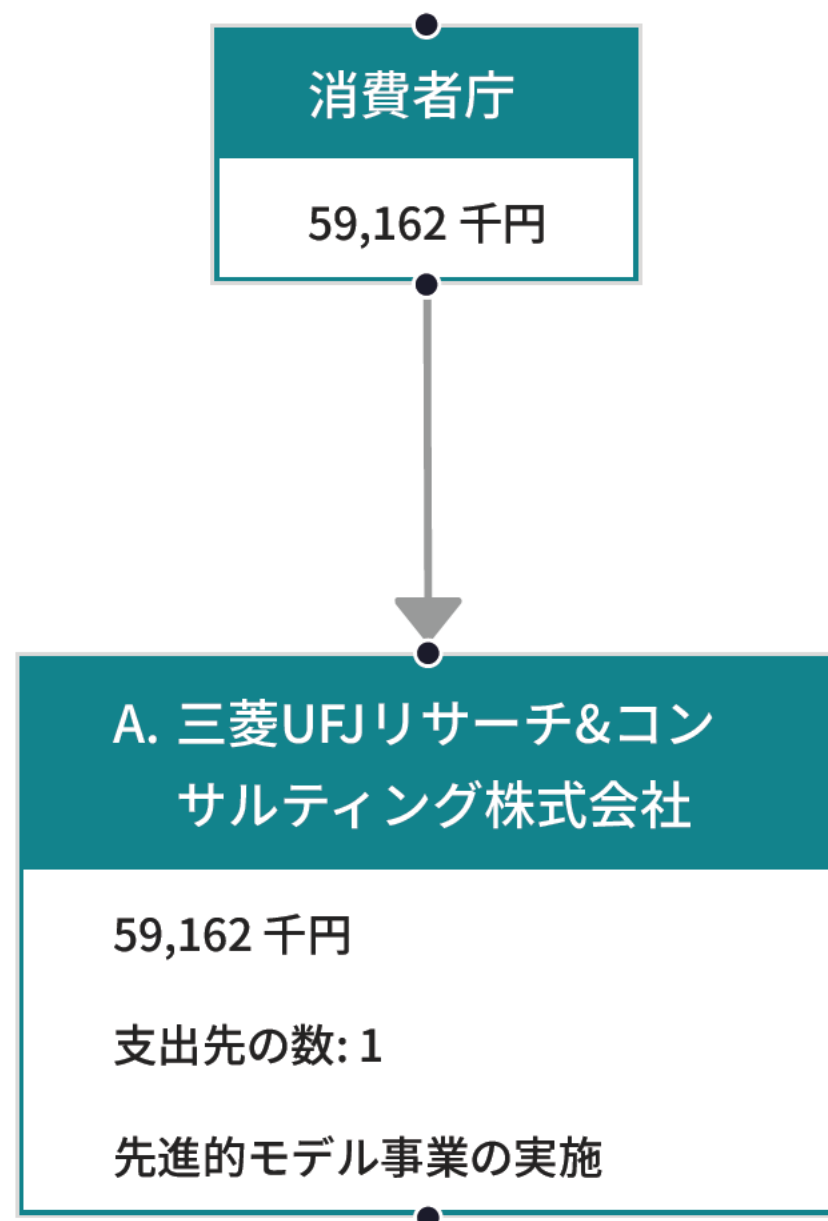
アクティビティ	地域の見守り活動の担い手となる消費生活協力員・協力団体の養成を行い、地域における消費者被害の防止、早期発見及び救済のための機能強化につなげる。				
アウトプット	活動目標	消費生活協力員・消費生活協力団体制度の活用		活動指標	消費生活協力員・消費生活協力団体の養成を促進することを目的とした養成講座の参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	300	300	300	300
	活動実績／成果実績(人)	707	372	1,320	--
↓ 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で、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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026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)	4,038	4,042	3,809	--
	達成率(%)	101	101.1	95.2	--
↓ 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	書面点検	最終実施年度	2026
	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	アクティビティ102について 「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」というアウトプットと「全国の消費生活協力員・協力団体の委嘱件数」という短期アウトカムは一般的に因果関係はあると思われるが、アウトプットが年によって大きく増減していること、それに比して短期アウトカムはそれほどばらつきがないことを踏まえて、1～3年程度で効果が発現するという「短期」アウトカムがアクティビティによってどの程度影響を実際に受けているかの検証が必要。		
	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	事業内容の一部改善	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。 ・外部有識者の所見を踏まえ、養成講座の参加者数（アウトプット）と消費生活協力員・協力団体の委嘱件数（短期アウトカム）の実績値の推移を継続的に把握し、アウトプットからアウトカムに至る効果発現経路の妥当性を検証していただきたい。
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	執行等改善		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	事業の必要性、効率性及び有効性を継続的に検証し、適切な予算執行に努めるとともに、養成講座の参加者数（アウトプット）と消費生活協力員・協力団体の委嘱件数（短期アウトカム）の実績値の推移を継続的に把握し、アウトプットからアウトカムに至る効果発現経路の妥当性について検証を行う。 また、短期アウトカムが、アクティビティにより受ける影響についても検証を行う。 これらの検証・分析結果を踏まえ、必要に応じて事業内容の改善を図りながら、引き続き現行の事業を継続して実施する。		

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	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社			59,162	1	先進的モデル事業の実施		
		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			59,162	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	
		先進的モデル事業の実施 随意契約（企画競争）			59,162	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	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	先進的モデル事業の実施		消費者政策委託費		先進的モデル事業の実施		59,162
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	古川剛							
	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	2026			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や、自治体の消費者行政部局担当者が参考として活用できる、消費生活相談員の担い手確保に向けた広報戦略の立案。 ・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7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
	--				--	--		--	--

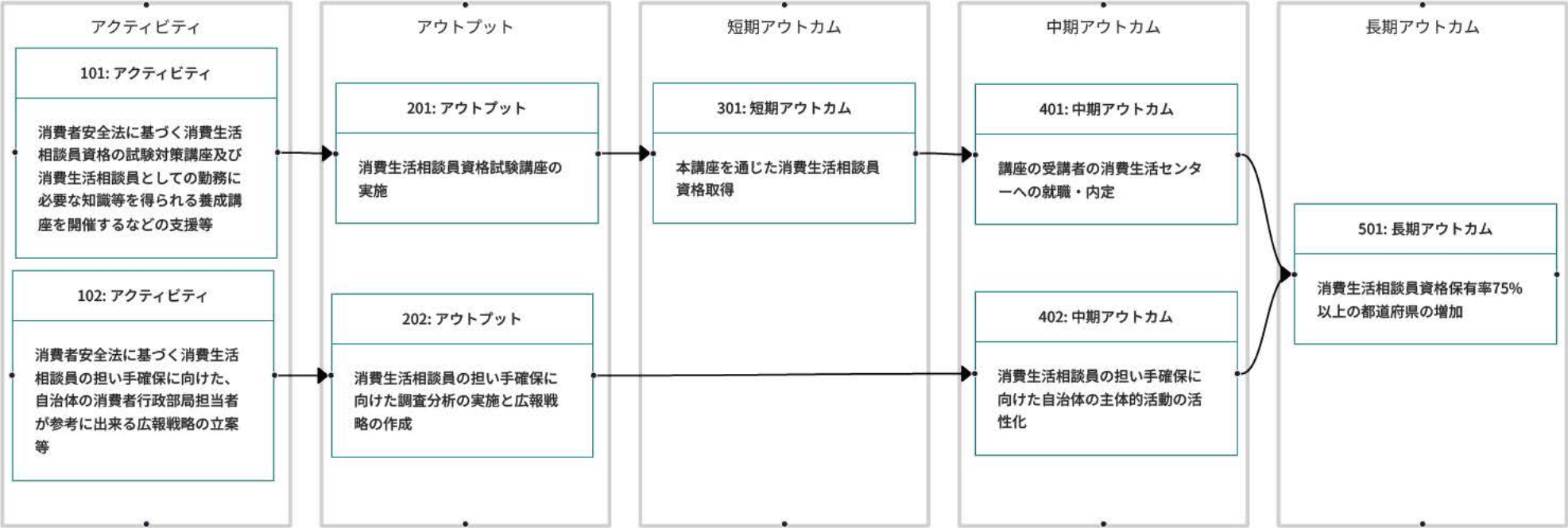
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）（第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策 1．地方消費者行政の推進）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		70,300	45,284	85,236	58,400	25,228		
	当初予算		55,284	45,284	65,288	36,116	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		35,440	--	--	--	--		
	計		90,724	45,284	65,288	36,116	--		
	執行額		90,441	38,462	49,971	--	--		
	執行率		99.7%	84.9%	76.5%	--	--		
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 / 消費者政策委託費				--		35,803	24,926
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		313	302
	主な増減理由		令和９年度概算要求においては、就労支援業務に係る経費を計上していないため。			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			2023年度		2024年度		2025年度		2026年度	
	当初見込み／目標値(名)		1,600		1,600		2,000		2,000	
	活動実績／成果実績(名)		1,631		1,683		1,791		--	
↓ 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を検討している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			2023年度		2024年度		2025年度		目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(名)		300		300		300		300	
	活動実績／成果実績(名)		239		232		211		--	
	達成率(%)		79.7		77.3		70.3		--	
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(名)	30	30	30	30
	活動実績／成果実績(名)	38	45	36	--
	達成率(%)	126.7	150	120	--
↓ 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）	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026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)	30	32	36	--
	達成率(%)	63.8	68.1	76.6	--

アクティビティからの発現経路 102-202-402-501

アクティビティ	消費者安全法に基づく消費生活相談員の担い手確保に向けた、自治体の消費者行政部局担当者が参考に出来る広報戦略の立案等			
アウトプット	活動目標	消費生活相談員の担い手確保に向けた調査分析の実施と広報戦略の作成	活動指標	消費生活相談員の担い手確保に向けた広報施策を展開した都道府県の数
	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			2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(都道府県)		47	47
	活動実績／成果実績(都道府県)		47	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費生活相談員の担い手確保に向けた広報施策を都道府県に広く展開することで、自治体の主体的活動が活性化することが見込まれるため、これ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	消費生活相談員の担い手確保に向けた自治体の主体的活動の活性化	成果指標	自治体の主体的活動の活性化
	定性的なアウトカムに関する成果実績	自治体の主体的活動の活性化	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	各自治体がそれぞれ行う主体的活動の内容はその実態に応じて様々であり、全てを網羅した定量的なアウトカム目標設定が困難であるため。	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）	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026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)		30	32	36	--
	達成率(%)		63.8	68.1	76.6	--
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	--				

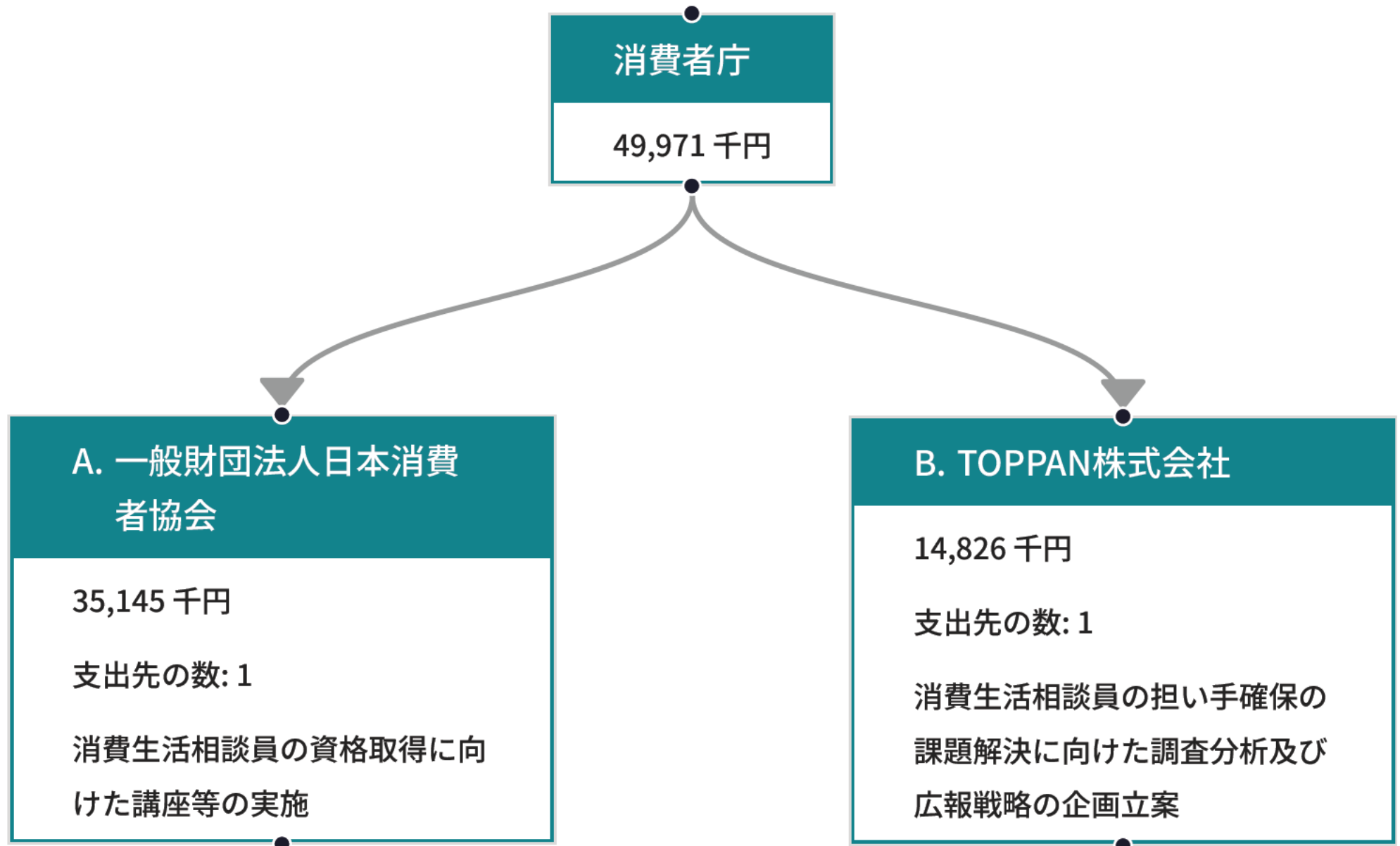
点検・評価

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	--		
	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	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2025
	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。 ・実績値が低下傾向にあるアウトカム（資格取得者数）について、その要因を継続的に把握し、事業効果の検証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、効率性及び有効性を継続的に検証し、適切な予算執行に努めるとともに、実績値が低下傾向にあるアウトカム（資格取得者数）については、その要因を分析し、事業効果の検証を行う。 これらの検証・分析結果を踏まえ、必要に応じて事業内容の改善を図りながら、引き続き現行の事業を継続して実施する。		

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	区分	公開プロセス	取りまとめ年度	2025

取りまとめ内容	
	○概 況 消費者安全法は、地方公共団体における地方消費者行政の推進を掲げており、本事業は、国による地方公共団体の支援という位置づけにある。 地方公共団体による消費者行政の施策は、まず都道府県・市町村に消費生活センター（以下「センター」という。）を設置し、そこに消費生活相談員を配置して消費者の抱える問題の解決を図ることを基軸としており、全国でのセンターの数約850箇所、相談員の数約3,300人、また相談の受付数は年間約90万件となっている。また、別途の消費生活協力員・協力団体の活動においても、4,000件の委嘱実績がある。
	○現状の課題と取るべき対策 消費生活相談は、年間約90万件程度で高止まりしている状況が続いており、相談者の約3割は65歳以上の高齢者である。また、相談の内容は、架空請求や不審なメールに関する相談から、住宅リフォームや投資・副業に関する相談まで、様々である。 地方公共団体による消費者行政の現況は既述のとおりであり、実行体制として評価できる規模と思われる。他方、センターでの中心的役割を負う消費生活相談員に関しては、近年は「頭打ち」あるいは漸減傾向にあり、特に地方部において深刻な状況と聞く。従来は、主婦層が相談員の主たる担い手となってきたが、人手不足や共働き世帯の増加等を背景として、相談員の担い手確保が課題となっている。 相談員志望者のすそ野の拡大、相談員資格取得の支援といった既存施策を継続した場合においても、相談員の数の確保及び維持は、相当困難との見方もある中、まずは、より正確に実態を把握する方法を模索したうえで、成果目標等の指標として活用するほか、各人材の事業への関わり方や外部の知見の活用など事業の在り方についても、多角的に見直しを行うべきである。当面の対策として、有資格者の就業斡旋など、いわば取りこぼしの防止策を確実にとることに加えて、より抜本的な対策の検討が求められている。 そのひとつは、IT技術の活用など相談処理の多様化、すなわち人(相談員)による対応とデジタル対応の棲み分けによる効率化ではないかと思われる。例えば、分野によってはAI等を活用して対応し、一方、心のケアや地域における細やかな対応が必要な事案は人（相談員）が直接対応するなどの方法も考えられる。PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）のデータ等を基に、相談員の負担を軽減し、効率的な相談対応を目指すことを検討すべきものと思われる。 移動に困難を伴う高齢の消費者の増加やセンターへの来所や電話といった既存のアクセス手法を選択しない傾向のある若年層の出現といった「相談離れ」の現実がある中、日本語による相談が難しい在留外国人も含め、できるだけ多様な消費者の悩みへの対応を実現するためにも、メールやビデオ通話など相談の受け方そしてテレワークなど働き方の柔軟性の確保を含め、その相談処理過程のデジタル技術の活用による多様化を図ることは喫緊の課題であると思われる。 相談員とともに、消費生活協力員、消費生活協力団体の活動があり、委嘱を受けた協力員が、消費者の行動を見守り、何らかの異変を発見した場合に、注意喚起をしたり、情報をセンターに情報を繋ぐなどの措置が行われている。 消費生活協力員による見守り活動は、被害の未然防止、被害の深刻化の防止に有効な手立てとなっている。これは、センターの活動が、センターへの来所あるいは電話など、消費者の側からの接触を前提とする受動的な面があるのに対して、協力員の場合、消費者に接触しその状況に応じて即対応できるという能動的な性格を持っていることからくる成果といえる。国の施策として、協力員養成講座の実施等により、委嘱件数の増加及び見守り活動の強化を継続して図ることが望まれる。 センターの活動、そして見守り活動の広がりとは、その情報が集約されることで、国レベルの消費者行政にも資する側面があると考えられ、国が地方公共団体の活動を支援するという本事業の生い立ちに関わらず、国の側にもメリットを認めることができるものとなっている。
	○前進に向けて ・各省庁横断的な対応 人口減少下での人材確保は他分野でも課題となっており、省庁間の協力は不可欠になりつつある。消費者庁が国民の消費行動に係る問題として取り組むものの、消費者庁単独では対応に限界がある場合に関係各省庁が合同で対策を協議できる場をあらかじめ設定し、複雑な問題に対して省庁横断的な対応を取る体制を整備すべき時期にきていると考える。 ・待遇の改善の必要性 地方消費者行政において最低限の相談員の数の確保を確かなものとするためには、その待遇改善は避けて通れない課題とみえるが、これを個々の地方公共団体の財源のみに委ねることは、消費生活相談の情報が国の消費者行政における重要な基礎情報であることからすれば必ずしも相当でなく、地方公共団体の消費者行政を後押しする立場から、既存の交付金の見直しを含めた支援の構想を検討すべきものと思われる。ただ、その際には、各地方公共団体の現在の消費者行政を、より効率的なものとする何らかの努力が要件として求めること

	になるように思われる。 ○まとめ 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」、「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。
	対応状況
	○デジタル化の推進 人口減少等に伴う担い手の不足を踏まえると、御指摘いただいたデジタル技術活用の検討は必要不可欠であると考えられる。他方、相談窓口においては、対面での相談ニーズがあることや事業者とのあっせんには直接的な交渉が必要なことから、相談員本人による対応も引き続き求められている状況である。いずれにせよ、地方自治体における現場の意見を伺いつつ、メールやAIチャットといったデジタルツールの活用についても引き続き検討してまいりたい。 ○財政面も含めた国の支援 消費生活相談員については、地方の消費者行政において重要な役割を担っており、人員の確保と適切な待遇が必要不可欠だと考えている。 特に、相談員に係る待遇については、消費者トラブルが高度化・複雑化し、相談対応に求められる専門性等が高まる中、消費生活相談員を専門職として適切に処遇することが重要であると考えている。そのため、令和８年度から地方消費者行政強化交付金を見直し、 ・見守り活動の活性化と消費生活センターとの連携強化、 ・SNSトラブル等複雑・高度な相談への対応強化、 などに取り組む地方公共団体に対し、相談員の報酬等を含めて支援する新たなメニューを設けたところ。 引き続き、本人材育成事業と併せて、相談員の人材確保や交付金による財政支援を併せて実施してまいりたい。 ○省庁横断的対応体制の構築 御指摘のとおり、地域における人材確保については当庁のみならず他分野においても喫緊の課題であると認識している。 そのため、当庁では総務省が主催する地方制度調査会専門小委員会に出席し、消費者行政の現状について関係者と情報共有を行うなど、積極的に他省庁との連携のうえ、検討を進めているところである。
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		35,145		1	消費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		35,145		6010005004130	
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額		入札者数	落札率(%)
		消費生活相談員の資格取得に向けた講座の実施 随意契約（企画競争）		35,145		2	0
	支出先ブロック名		合計支出額		支出先数	事業を行う上での役割	
	B	TOPPAN株式会社		14,826		1	消費生活相談員の担い手確保の課題解決に向けた調査分析及び広報戦略の企画立案
		支出先名		支出額		法人番号	
		T O P P A N株式会社		14,826		8010501050089	
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額		入札者数	落札率(%)
		消費生活相談員の担い手確保の課題解決に向けた調査分析及び 広報戦略の企画立案事業 随意契約（企画競争）		14,826		4	0
費目・使途 (単位：千円)		支出先名	契約概要（契約名）	費目		使途	
	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に向けた講座の実施	消費者政策委託費		消費者生活相談員の資格取得に向けた講座等の実施	35,145
	B	T O P P A N株式会社	消費生活相談員の担い手確保の課題解決に向けた調査分析及び 広報戦略の企画立案事業	消費者政策委託費		消費生活相談員の担い手確保の課題解決に向けた調査分析及び広報戦略の企画立案事業	14,826
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 7 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 8 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

消費者庁は、平成 24 年度から基金等を通じ、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緊急対応として実施される、福島県の消費者の安全・安心を一層確保するための食品等の放射性物質検査、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への支援を行ってきた。その結果、消費者庁において実施している風評被害に関する消費者意識の実態調査において、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」を選んだ人の割合が令和 7 年度は 3.0%と過去最少となるなど、着実な成果を上げてきている。

(3) 改善の方向性

令和 8 年度より、県外消費者に対する風評対策事業は本交付金の対象外とするなど事業内容の合理化を行ったところであるが、「第 2 期復興・創生期間」以降における東日本大震災からの復興の基本方針も踏まえ、引き続き事業内容の合理化等、所要の見直しを行いつつ、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。

※ 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	古川剛 長谷部貴史						
	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	2026	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
	--				--	--	--	--

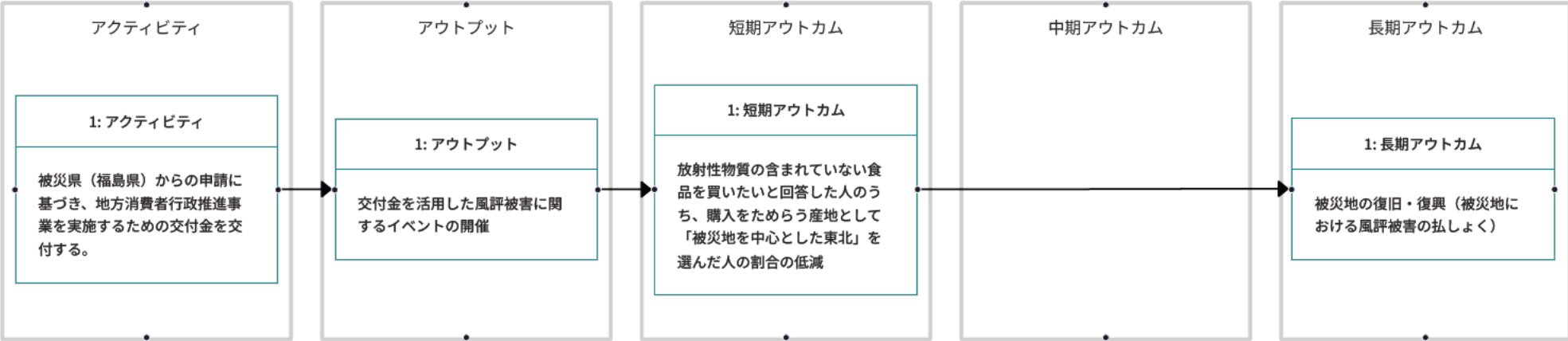
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	○「東日本大震災からの復興の基本方針」(抄) 食品中の放射性物質に係る安全対策について、…(中略)…各自治体が行う検査の支援、長期的なフォローアップなどのための体制整備を行う。(6 (1)②(ii)) ○「28年度以降の復旧・復興事業のあり方」(抄)該当部分 平成28年度以降に実施する復興事業 被災者支援、原子力災害特有の課題に対応する事業 ○「第2期復興・創生期間」以降における東日本大震災からの復興の基本方針（抄）該当部分 1. 復興の基本姿勢及び各分野における取組 (1) 原子力災害被災地域 ⑦風評払拭・リスクコミュニケーションの推進		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)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		244,000	229,000	164,580	103,470	89,500	
	当初予算		244,000	219,000	164,580	103,470	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		244,000	219,000	164,580	103,470	--	
	執行額		207,962	189,114	137,699	--	--	
	執行率		85.2%	86.4%	83.7%	--	--	
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			--		103,470	89,500
主な増減理由	--				その他特記事項	--		

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1

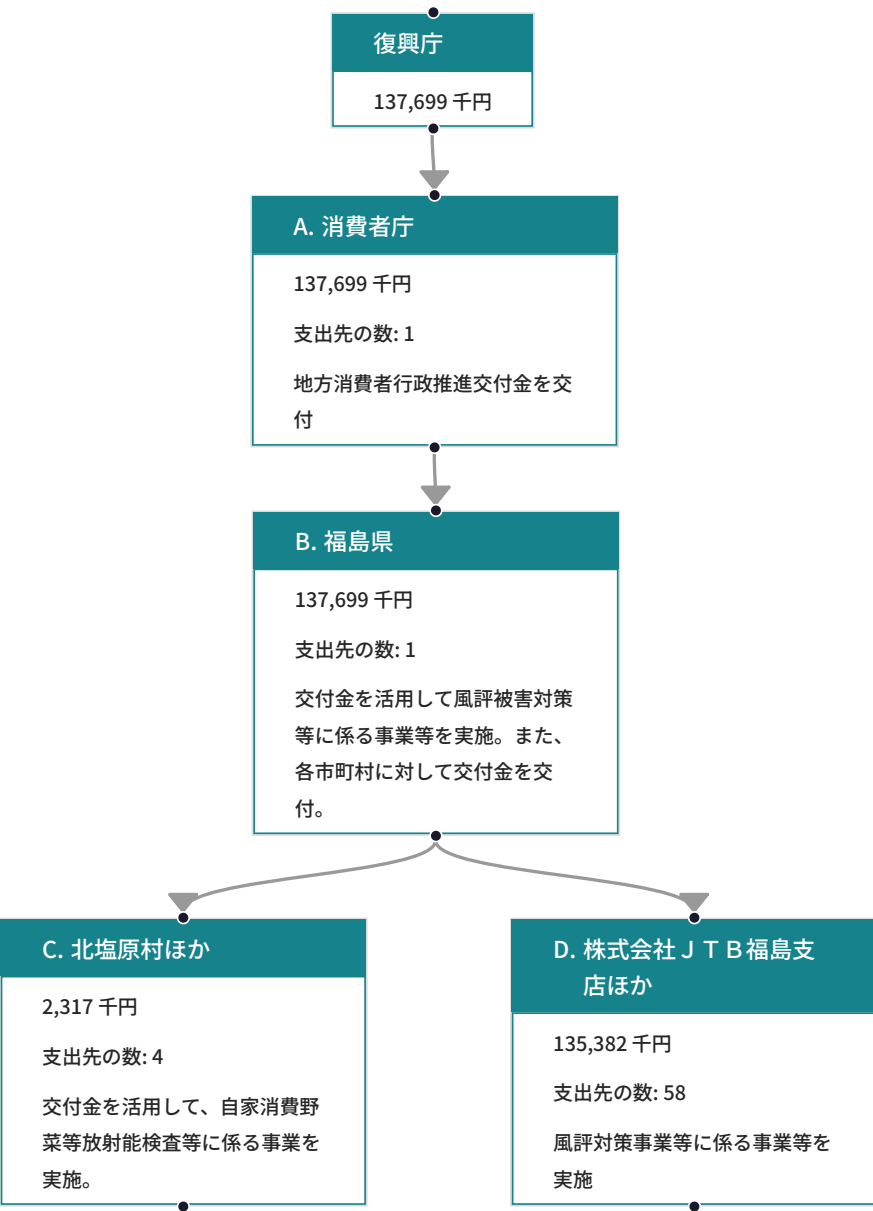
アクティビティ	被災県（福島県）からの申請に基づき、地方消費者行政推進事業を実施するための交付金を交付する。				
アウトプット	活動目標	交付金を活用した風評被害に関するイベントの開催		活動指標	風評被害に関するイベント開催数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	116	153	135	114
	活動実績／成果実績(件)	153	135	114	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	3.8	3.4	5.2	3
	活動実績／成果実績(%)	3.4	5.2	3	--
	達成率(%)	111.8	65.4	173.3	--
↓ 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中で、2024年度は当該割合が微増したものの、2025年度は再び減少に転じ、過去最少となったことから、国内の消費者の理解が増進し、風評被害の払しょくが進んでいるものと評価できる。	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	消費者庁は、平成24年度から基金等を通じ、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緊急対応として実施される、福島県の消費者の安全・安心を一層確保するための食品等の放射性物質検査、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への支援を行ってきた。その結果、消費者庁において実施している風評被害に関する消費者意識の実態調査において、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」を選んだ人の割合が令和7年度は3.0%と過去最少となるなど、着実な成果を上げてきている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	令和8年度より、県外消費者に対する風評対策事業は本交付金の対象外とするなど事業内容の合理化を行ったところであるが、「第2期復興・創生期間」以降における東日本大震災からの復興の基本方針も踏まえ、引き続き事業内容の合理化等、所要の見直しを行いつつ、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	事業内容の一部改善	詳細	本事業のニーズを的確に把握し、適切な予算規模の適正化を図り、効果的・効率的な執行とすること。
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	縮減		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		東日本大震災復興	--	13,970
	詳細	事業内容の合理化等の所要の見直しを行い、予算規模の縮減を図っている。引き続き予算規模の適正化を図るとともに、効率的・効果的な執行に努める。		
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	--			

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		137,699	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		137,699	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)		137,699	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B 福島県		137,699	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		137,699	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)		137,699	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C 北塩原村ほか		2,317	4	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		
		北塩原村		717	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		717	0	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		喜多方市		716	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

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	放射能検査事業 補助金等交付	716	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
南会津町		613	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		613	0	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
金山町		271	8000020074454		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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		271	0	--	--
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
D	株式会社 J T B 福島支店ほか	135,382	58	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 J T B		37,298	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）		37,298	2	87	--
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		28,974	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）		25,896	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)		1,679	5	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	
	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)	1,399	5	100	--
支出先名		支出額	法人番号		
名鉄観光サービス株式会社		26,339	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）	26,339	3	54	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社フジワラプレス		24,369	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
	食の安全リスクコミュニケーション普及事業業務委託 随意契約（企画競争）	16,504	1	100	--
	消費者向け風評風化対策動画作成業務委託 随意契約（企画競争）	7,865	3	100	--
支出先名		支出額	法人番号		
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	2	100	--
支出先名		支出額	法人番号		
会計年度任用職員		3,434	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
	自家消費野菜等放射能検査事務補助 その他(雇用（人件費）)	3,434			
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

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	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		
	株式会社小関秀雄商店		909	7380001000491		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	放射性物質検査用医薬品等の納品 随意契約（少額）		909	1	100	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社東栄科学産業		608	3370001002030		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 随意契約（その他）(単独随意契約)		440	1	100	--
	放射性物質検査機器校正 随意契約（その他）(単独随意契約)		168	1	100	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	エヌケー・テック株式会社		433	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）		433	2	100	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	その他		2,150	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
放射性物質検査用医薬品等の納品等 随意契約（少額）		2,150	--	--	--	

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	137,699
	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	137,699
	C	北塩原村	放射能検査事業	事業費	放射能検査事業	717
	D	株式会社 J T B	消費者向け生産者等派遣業務	委託	消費者向け生産者等派遣事業	37,298
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	爲藤里英子				
	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	2026	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7年度に消費者庁に通知された消費者事故等は1万4,598件で、このうち、生命身体事故等は5,990件（令和6年度5,471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_2026_007.html				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号		--	--	--
	消費生活用製品安全法	昭和四十八年法律第三十一号		--	--	--

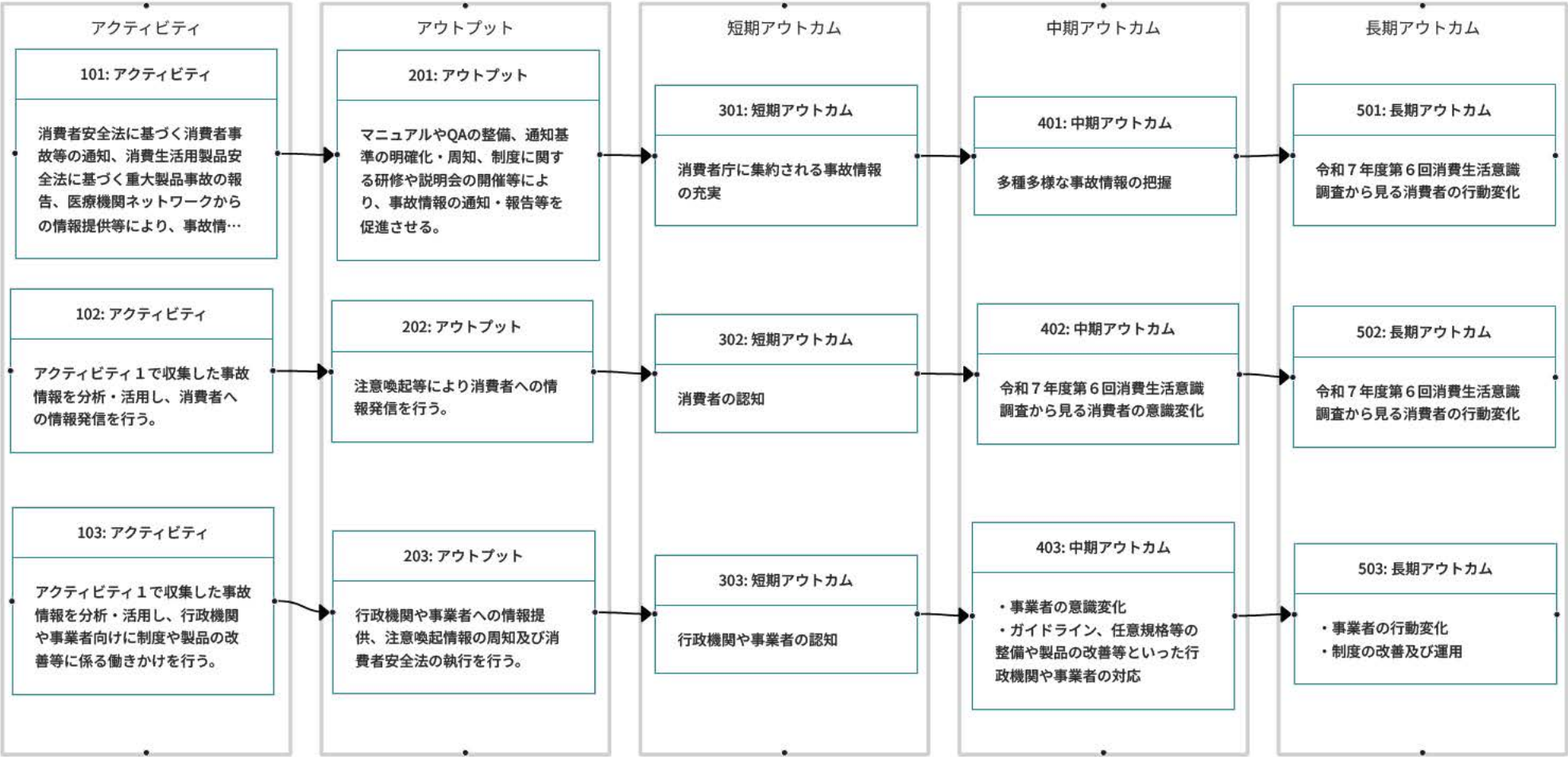
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画令和 7 年 3 月18日閣議決定 第 4 章 2 . (1) ①②		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	--		--	
	--		--	
	--		--	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		96,300	89,000	125,080	107,672	149,791		
	当初予算		87,000	87,027	100,583	101,156	--		
	補正予算		--	30,000	45,000	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	30,000	45,000	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		87,000	117,027	175,583	146,156	--		
	執行額		69,980	70,337	107,989	--	--		
	執行率		80.4%	60.1%	61.5%	--	--		
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	--		45,000		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当				--		56,555	57,835
		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				--		39,299	86,385
		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				--		2,150	2,315
		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				--		1,796	1,898
		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				--		281	283
		前年度から繰越し --				--		45,000	--
	主な増減理由	令和９年度予算要求において、製造物責任関連制度に係る国内外の動向に関する調査及びデジタル化を踏まえた消費者事故防止に向けた周知啓発を拡充したこと等により、消費者政策調査費が増加した。				その他特記事項	--		

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 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		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
	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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026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)	26,599	28,634	29,106	--
	達成率(%)	106.4	114.5	116.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者庁に集約される事故情報が充実することにより、事故の多い製品や、新たなサービスに起因する事故などの端緒情報も充実し、質の高い情報提供につながると考えられることから、多種多様な事故情報の把握を中期アウトカムとして設定した。				

中期アウトカム	成果目標	多種多様な事故情報の把握			成果指標	多種多様な事故情報の把握状況	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	集約した事故情報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7年度はチャイルドシートの適正な使用やリチウムイオン電池使用製品の取扱い、年末年始における高齢者の事故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7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による発火事故に注意しましょう」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7年度第6回消費生活意識調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2024年度	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(%)	60	60	60	60	60	60
	活動実績／成果実績(%)	70.1	63.7	--	--	--	--
	達成率(%)	116.8	106.2	--	--	--	--

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	100	100	70	70
	活動実績／成果実績(件)	94	71	76	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026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)	2,721	52,618	4,181	--
	達成率(%)	136.1	2,630.9	209.1	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の認知度の上昇に基づく消費者の意識変化を中期アウトカムとして設定した。				

中期アウトカム	成果目標	令和7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による発火事故に注意しましょう」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7年度第6回消費生活意識調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績			2024年度		2025年度		目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		70		70		70	
	活動実績／成果実績(%)		88.7		88.2		--	
	達成率(%)		126.7		126		--	
↓ 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7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による発火事故に注意しましょう」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7年度第6回消費生活意識調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2024年度	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(%)	60	60	60	60	60	60	
	活動実績／成果実績(%)	70.1	63.7	--	--	--	--	
	達成率(%)	116.8	106.2	--	--	--	--	

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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。				

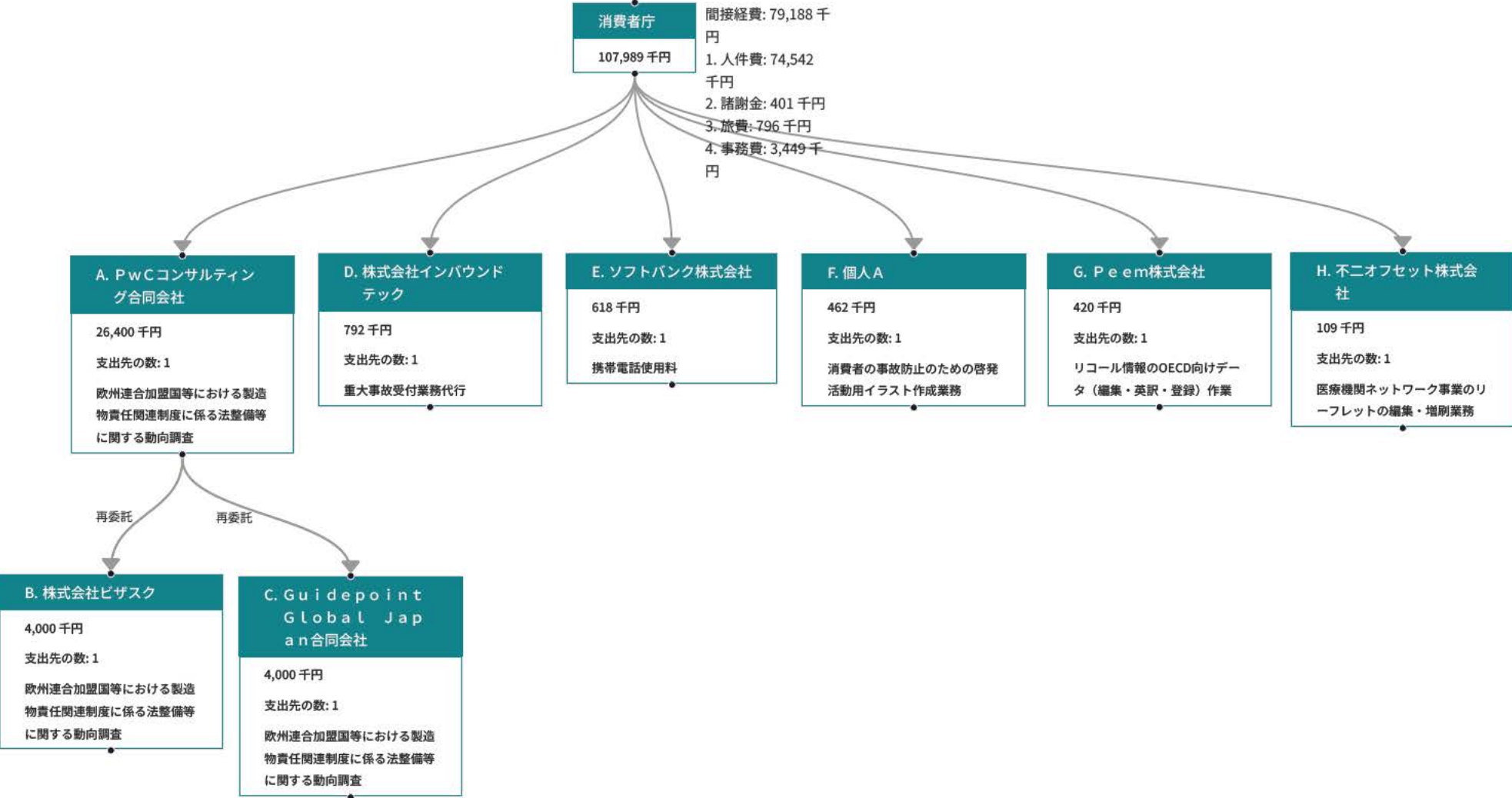
中期アウトカム	成果目標	・事業者の意識変化 ・ガイドライン、任意規格等の整備や製品の改善等といった行政機関や事業者の対応	成果指標	・事業者の意識変化の状況 ・行政機関や事業者の対応状況
	定性的なアウトカムに関する成果実績	関係する業界団体において、消費者庁による注意喚起も踏まえて、消費者安全の確保に向けた事業者や消費者への更なる周知啓発が検討された。 経済産業省において、消費者庁が提供した消費者事故等の情報等を踏まえて、消費生活用製品安全法における特定製品の指定等について検討がされた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	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	関係する業界団体等（除雪機安全協議会、東日本旅客鉄道株式会社、一般財団法人製品安全協会及び全国大学生生活協同組合連合会）において、消費者庁が提供した事故情報や注意喚起の内容を踏まえ、民間基準（SG基準）の策定や、安全啓発のチラシ・動画等が作成された。 経済産業省において、消費生活用製品安全法施行令の改正により、新たに乳幼児用ベッドガード及びベビーカーを特定製品・子供用特定製品に指定するに際し、当該２製品の技術基準等が、消費者庁による協議への回答を踏まえて策定された。	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	--		
	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 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近年増加傾向を示している。引き続き関係機関への周知に取り組んでいく。 アクティビティ 2 については、短期アウトカムは、2025年度も一定程度の成果を上げ、目標を達成しており、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取り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安全基準の策定をはじめとした消費者安全の確保に向けた取組が行わ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	集約した事故情報を分析するとともに、今後は注意喚起等のより効果的な発信方法について検討し、消費者の意識変化や行動変化につなげていく。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	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	・ 予算額に対する執行率が低いため、更なる執行率の向上に向けた取組について検討すること。 ・ 消費者への情報発信に係る短期アウトカムの実績値が年度間で変動していることから、その要因を継続的に把握し、アウトプットからアウトカムに至る効果発現経路の妥当性を検証していただきたい。
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	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていくとともに、消費者への情報発信に係る実績値の変動に留意し、必要があれば検証を行う。		
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	PwCコンサルティング合同会社	26,400	1	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	PwCコンサルティング合同会社		26,400	1010401023102		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査 一般競争契約（総合評価）		26,400	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	
	B	株式会社ビザスク	4,000	1	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社ビザスク		4,000	5010001145747		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査 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	Guidelight Global Japan合同会社	4,000	1	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	Guidelight Global Japan合同会社		4,000	8010003026232		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査 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	株式会社インバウンドテック	792	1	重大事故受付業務代行		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社インバウンドテック	792	4011101072956			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／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）	792	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		
E	ソフトバンク株式会社	618	1	携帯電話使用料		
	支出先名	支出額	法人番号			
	ソフトバンク株式会社	618	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）	618	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	個人A	462	1	消費者の事故防止のための啓発活動用イラスト作成業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人A	462	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）	462	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	P e e m株式会社	420	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			

	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	P e e m株式会社		420	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（総合評価）		420	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		
	H 不二オフセット株式会社		109	1	医療機関ネットワーク事業のリーフレットの編集・増刷業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		不二オフセット株式会社		109	5013101000342		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		医療機関ネットワーク事業のリーフレットの編集・増刷業務 随意契約（少額）		109	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	P w Cコンサルティング合同会社	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	雑役務費 その他	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	26,400	
	B	株式会社ビザスク	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	雑役務費 その他	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	4,000	
	C	G u i d e p o i n t G l o b a l J a p a n合同会社	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	雑役務費 その他	欧州連合加盟国等における製造物責任関連制度に係る法整備等に関する動向調査	4,000	
	E	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	618	
	F	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業務	462	
	G	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（編集・英訳・登録）作業	420	
	H	不二オフセット株式会社	医療機関ネットワーク事業のリーフレットの編集・増刷業務	印刷製本費	医療機関ネットワーク事業のリーフレットの編集・増刷業務	109	

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	田中秀和						
	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	2026			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は、個別事故の調査に加え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ところ、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かつ迅速に対応することが求められている。 そのため、調査等能力の強化をすべく、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。						
	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を究明し、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。事故調査室により構成される事務局は、事故原因等に係る調査等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				
	--			--				
	--			--				
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

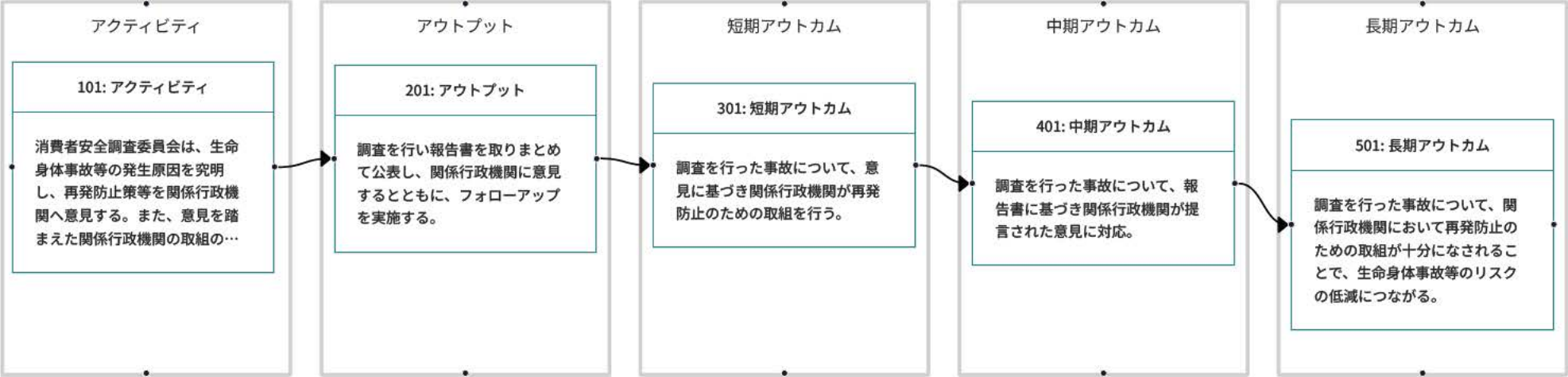
予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		83,000	85,000	85,220	95,329	89,371
	当初予算		83,000	84,350	88,775	90,593	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	800	--	--
	計		83,000	84,350	89,575	90,593	--
	執行額		63,661	53,240	65,925	--	--
	執行率		76.7%	63.1%	73.6%	--	--

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 / 非常勤職員手当		--		42,416	43,376
		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		--		27,106	25,763
		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		--		8,606	7,496
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--		5,905	4,280
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費		--		2,369	2,198
		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		--		1,700	1,722
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--		1,635	3,491
		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		--		856	1,045

主な増減理由	前年度限りの経費の削減や調査を担当する専門委員に係る経費の見直し等により、減額となったため。	その他特記事項	令和 7 年度において、緊急案件に係る初期調査の対応等により、職員旅費が不足したため、「(事業名) 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」(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	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、再発防止策等を関係行政機関へ意見する。また、意見を踏まえた関係行政機関の取組の進捗確認等を通じ、意見の実効性担保や更なる強化（高度化・深化）を目指す。				
アウトプット	活動目標	調査を行い報告書を取りまとめて公表し、関係行政機関に意見するとともに、フォローアップを実施する。		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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	0	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者安全調査委員会では、事故等原因調査等を実施し、報告書を取りまとめて公表するとともに、関係行政機関に対して再発・拡大防止のための意見の提言を行うところ、関係行政機関において各意見を踏まえた再発防止のための取組がされることが本事業の成果の一つであることから、提言した意見の件数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、意見に基づき関係行政機関が再発防止のための取組を行う。		成果指標	提言した意見件数（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）	公表した報告書（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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)	7	3	3	--
	達成率(%)	70	30	30	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	意見が、関係行政機関にお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生命身体事故等のリスクの低減につながるため、意見の対応終了件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	調査を行った事故について、報告書に基づき関係行政機関が提言された意見に対応。		成果指標	関係行政機関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）	公表し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。 2024年度に報告書を公表した「木造立体迷路における事故一遊園地に設置された屋外の木造大型複層遊具一」について、関係行政機関において緊急的対策等の取組が進められた。 なお、安全基準の策定について、経済産業省において2025年度に有識者等による検討会を開催、2026年度に基準策定の予定となっていたため、消費者安全調査委員会では2025年度は取組確認を行わなかった。そのため、0件となっている。	
	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(件)		10	10	10	10
	活動実績／成果実績(件)		7	10	0	--
	達成率(%)		70	100	0	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	意見が関係行政機関の取組に反映されることが、生命身体事故等のリスクの低減につながるため、同種事故の発生状況や社会情勢等も勘案して、消費者安全調査委員会が関係行政機関の取組の進捗確認等を終了して差し支えないと評価した事案の件数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	調査を行った事故について、関係行政機関において再発防止のための取組が十分になされることで、生命身体事故等のリスクの低減につながる。			成果指標	関係行政機関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）	公表し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。 2024年度に報告書を公表した「木造立体迷路における事故一遊園地に設置された屋外の木造大型複層遊具―」について、関係行政機関において緊急的対策等の取組が進められた。 なお、安全基準の策定について、経済産業省において2025年度に有識者等による検討会を開催、2026年度に基準策定の予定となっていたため、消費者安全調査委員会では2025年度は取組確認を行わなかった。そのため、0件となっている。		
	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	2027年度	2028年度	最終目標年度 2029年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	1	2	0	--	--	--	--
	達成率(%)	50	100	0	--	--	--	--
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	--						

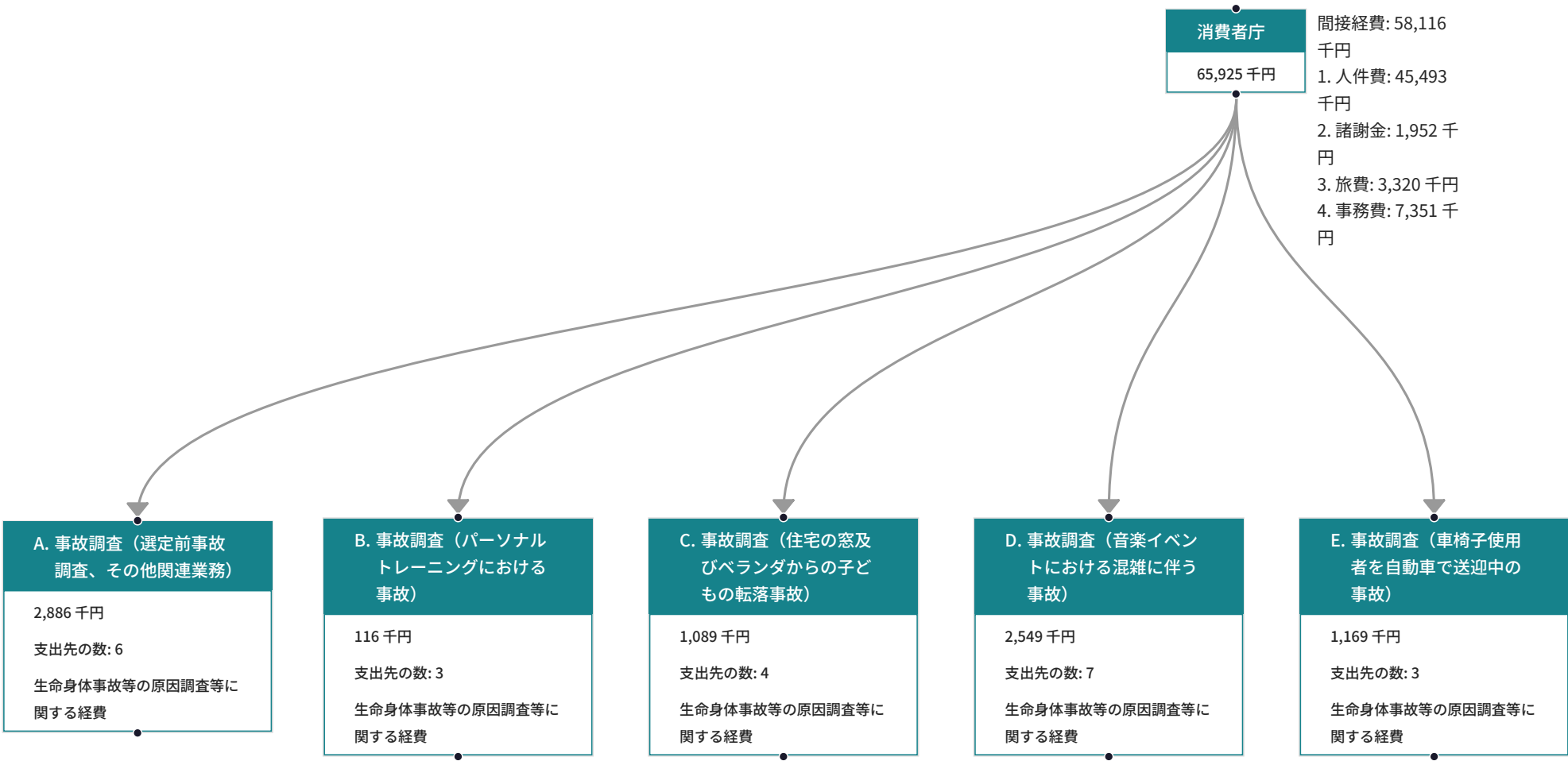
点検・評価

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事故等の原因究明、再発・拡大防止を目的としているところ、国民の消費生活上の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。 執行率については昨年より上がっているが、用途は調査計画を策定し、消費者安全調査委員会の承認を得ることで真に必要なものに限定している。また、職員で対応することができる調査は、可能な限り職員で対応することでコスト削減や効率化を図っており、経費は適切にかつ効率的に執行されている。 本事業の成果指標については、中期アウトカムや長期アウトカムは減少しているが、意見を踏まえ、関係行政機関において再発防止措置に係る取組が進められている最中のためであり、事務局においては適宜関係行政機関と連携をとり、状況に応じて取組が進むように働きかけている。		
	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、丁寧かつ迅速な調査に努めるとともに、関係行政機関における再発防止に係る取組が進むよう働きかけを行う。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	対象の理由	5年間外部有識者点検を実施していない事業		
	所見	・本事業は、法令の定めに従い、「消費者安全調査委員会」（以下、「委員会」と略す。）が、重大な生命身体事故等の発生に対して、「調査」⇒「報告書の取りまとめ」⇒「関係行政機関への意見具申」⇒「関係行政機関での対策の策定」⇒「対策の実施」⇒「対策実施状況のフォローアップ」⇒「対策の定着の確認」といった多段階のプロセスを踏み、確実な事故防止に結び付けることとされている。 終局的に消費者を事故等から守るという目的は、他の消費者庁の諸事業と共通のものといえるが、取り扱う事故等の重大性からか、委員会による取りまとめは特別な法令により手続が定められており、他事業において一般的に要請される事務効率、対策の早期実現といった事柄についても、慎重な扱いが求められる点に特異性がある。 もちろん、関連する事務手続、調査の委託といった他の事業と共通する契約などは、「効率性」、「平等性」の観点から見ていく必要があるが、これらの点に関しても「事故」という性格から、「調査の密行性」といった特殊性が考慮されており、他の事業にはない特殊な配慮が求められているといえる。 本事業のアウトカムという場合も、法令により委員会の権限と責任により進められるプロセス完遂の結果が、事故の防止に最善のものとなるという制度の建て付けの中でのものであり、レビューシート上、短期・中期・長期アウトカムとされる「選定」、「提言」、「提言の取組終了」件数を目標に掲げることは、本事業にはなじまないのではないか。 上記した諸事情を勘案すると、他の事業との構造的な違いから、本事業のアウトカムは、非常に異例とはなるが、短期・長期を問わず、評価の時点で、「委員会が取り扱う案件ごとの委員会の活動が、全て法令の定めを厳守して進められている」ことを以て、達成すべきアウトカムの達成と判断すべきもののように思われる。 ただ、前記の判断を裏付けるためには、委員会が、その使命に支障しない範囲内で、関係する情報を適切に公表することが最低限必要となる。委員会が公表すべき事項に関しては「2012年11月6日」の委員会決定があり、また、「2020年12月25日」の委員会決定で一部緩和されているかに見える。委員会が、これらの決定を守り、適切な情報開示の方法・範囲を検討して、アウトカムとして公表していくこととしてはいかがか。 ・消費者安全調査委員会における生命身体事故等の原因究明に関わる成果件数は年間数件である。調査実施体制や調査の困難性等を踏まえると、成果件数の絶対数が少ないことは理解するが、その活動の社会的な意義や改善に向けた取り組みを、点検結果や改善の方向性により具体的に記載する必要があるのではないか。 ・短期、中期、長期の区分けが実際の効果発現期間と整合的なのかという点について、再検討をお願いしたい。 目標数値、実際の達成された数値の、短期から長期までの関係が理解しにくい点があるので、注釈・備考等で補足説明があると助かる。		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・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。 ・外部有識者の所見を踏まえ、引き続き、短期・中期・長期アウトカムの区分及び成果指標が事業の効果発現の実態を適切に反映するものとなっているか、事業効果の継続的な把握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	・取組をより適切に把握できる成果指標の設定を検討していきたい。また、御指摘を踏まえ、各指標の目標値及び実績値について補足説明をその他備考欄に追記した。 ・予算執行については、調査等能力の強化が課題となっているところ、引き続き専門的知見を有する人材の確保や外部機関への委託のほか、既存の体制における更なるスキルアップの取組を通じて、柔軟かつ適切な執行に努めてまいりたい。 ・限られたリソースで迅速かつ適切に事業を遂行するため、引き続き関係者と連携しながら実効性のある活動を行っていきたい。		
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	事故調査（選定前事故調査、その他関連業務）	2,886	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		
株式会社W I L L C O		990	8011001091680		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
土業専門の求人情報サイトへの記事掲載等による法曹有資格者の採用活動の支援 随意契約（少額）		990	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
富士マイクロ株式会社		496	2330001004080		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
消費者安全課事故調査室で保有する行政文書の電子化業務 一般競争契約（最低価格）		496	10	--	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		
株式会社ネットプロテクションズ		275	5010401121851		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		275	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人A		264	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
消費者安全調査委員会による調査報告書等のデザイン及びイラスト作成業務 随意契約（少額）		264	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
トムソン・ロイター株式会社		86	8010401138174		

支出先ブロック名		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
	判例検索システムの利用 随意契約（少額）	86	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	775	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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 随意契約（少額）	775	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	事故調査（パーソナルトレーニングにおける事故）	116	3	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		
	合同会社ソフィアメリオ	72	9010003025547		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	パーソナルトレーニングにおける事故に関する図表等の作成及びポスターの印刷 随意契約（少額）	72	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	公益財団法人健康・体力づくり事業財団	26	5010405010431		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「健康運動指導士養成講習会テキスト（上下巻）」及び「健康運動実践指導者養成テキスト」の購入 随意契約（少額）	26	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	18	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

支出先ブロック名			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」における情報サイトへの会員登録及び会報誌の定期購読 随意契約（少額）	18	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）		1,089	4	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Global Japan Corporation			664	3430001052507		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	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」に関する注意喚起ショート動画の制作 随意契約（少額）			499	1	--	--
『住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故』の防止に関する注意喚起ショート動画の制作」動画の制作に係る契約変更に伴う負担行為増 随意契約（少額）			165	1	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
合同会社ソフィアメリオ			314	9010003025547		
契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	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図表等の作成 随意契約（少額）			297	1	--	--
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図表等の作成に係る成果物修正に伴う負担行為増 随意契約（少額）			17	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			83	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（子どもの転落事故の調査） 随意契約（少額）			143	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	
	補助錠実験で使用した窓サッシの保管（子どもの転落事故の調査）に係る保管期間短縮に伴う負担行為減 随意契約（少額）	△60	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
ティーエスエンバイロ株式会社		28	1021001045626		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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」調査で使 したサッシの廃棄 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	
D	事故調査（音楽イベントにおける混雑に伴う事故）	2,549	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A I S T S o l u t i o n s		1,973	7050001052608		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
群衆事故発生防止のための技術コンサルティング業務 随意契約（少額）		1,973	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社プラスアルファ・コンサルティング		499	9010401068115		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
群集事故に関する事故情報データの収集業務 随意契約（少額）		499	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
特定非営利活動法人災害情報センター		30	9011105001460		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
災害情報データベースの利用に伴う会員登録料 随意契約（少額）		30	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		
	株式会社オカモトヤ	29	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	
	「音楽イベントにおける混雑に伴う事故」調査のためのポータブルSSDの購入 随意契約（少額）	29	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人B	15	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	
	「音楽イベントにおける混雑に伴う事故」の調査に伴う文献購入費用の立替払 その他(立替払いに対する支払)	15	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	一般社団法人日本イベント協会	2	4010005012861			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「音楽イベントにおける混雑に伴う事故」の調査のための図書の購入 随意契約（少額）	1	1	--	--	
	「音楽イベントにおける混雑に伴う事故」の調査のための図書の購入 随意契約（少額）	1	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人A	1	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	
	音楽イベント等における混雑による事故の事前調査に係る宅急便（着払い）の立替払 その他(立替払いに対する支払)	1	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	事故調査（車椅子使用者を自動車で送迎中の事故）	1,169	3	生命身体事故等の原因調査等に関する経費		

	支出先ブロック名		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		
	H & I グローバルリサーチ株式会社		714	9010601039403		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「車椅子使用者を自動車で送迎中の事故」の調査のための図書購入 随意契約（少額）		714	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	学校法人関西大学		450	6120905001356		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	車椅子乗員の受傷メカニズムを解明し適切なシートベルト着用方法を示す研究 随意契約（少額）		450	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人A		5	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
	「車椅子使用者を自動車で送迎中の事故」の調査に伴う文献購入費用の立替払 随意契約（少額）		5	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WILLCO	土業専門の求人情報サイトへの記事掲載等による法曹有資格者の採用活動の支援	雑役務費	土業専門の求人情報サイトへの記事掲載等による法曹有資格者の採用活動の支援	990
	B	合同会社ソフィアメリオ	パーソナルトレーニングにおける事故に関する図表等の作成及びポスターの印刷	雑役務費	パーソナルトレーニングにおける事故に関する図表等の作成及びポスターの印刷	72
	C	株式会社Global Japan Corporation	「住宅の窓及びベランダからの子どもの転落事故」に関する注意喚起ショート動画の制作	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」に関する注意喚起ショート動画の制作	499
	D	株式会社AIST Solutions	群衆事故発生防止のための技術コンサルティング業務	雑役務費	群衆事故発生防止のための技術コンサルティング業務	1,973
	E	H&Iグローバルリサーチ株式会社	「車椅子使用者を自動車で送迎中の事故」の調査のための図書購入	消耗品費	「車椅子使用者を自動車で送迎中の事故」の調査のための図書購入	714
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

本事業における短期・中期・長期アウトカムは、消費者安全調査委員会が事故調査を行い、再発防止策について関係行政機関へ意見具申し、その意見内容について関係行政機関において対応がなされ、同種・類似事故の発生リスクの低減、ひいては消費者の生命・身体の安全確保につながるまでの一連のプロセスを段階的に示している。

このため、活動指標を「新規に選定した調査件数」、短期アウトカムを「提言した意見件数」、中期アウトカムを「関係行政機関へ提言した意見の対応終了件数」、長期アウトカムを「関係行政機関へ提言した意見の取組確認を終了した事案件数」としている。

なお、活動指標の目標値は過去の実績をもとに設定しているが、各アウトカムについては、事案により対応に要する時間が大きく異なるため、目標値に対する実績値は、必ずしも同一年度内に連動して増減するものではない。

例えば、短期アウトカムである意見具申の実施後、関係行政機関による制度改正や安全基準の策定等の対応が完了するまでには相当の期間を要する場合があるため、中期アウトカムの実績は過年度に意見具申した案件に基づき計上されることがある。さらに、長期アウトカムは、当該提言に係る対応状況をフォローアップし、すべての意見について対応が終了したことを委員会が確認したことをもって計上するため、中期アウトカムよりもさらに長い期間を経て実績として現れる。このため、単年度で見ると実績が0件となる場合があるものの、事業の進捗状況や成果を段階的に把握するための指標として設定している。

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	為藤里英子				
	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	2026	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	食品安全の確保に向けて、我が国では、「リスク評価」、「リスク管理」及び「リスクコミュニケーション」の3要素から成る「リスクアナリシス」の枠組みの下、リスク評価機関（食品安全委員会）とリスク管理機関（厚生労働省、農林水産省等）が機能を分担しながら相互に連携して様々な措置を講じている。 リスクコミュニケーションは、その過程において関係者の意見を聴取し、措置に適切に反映するとともに、消費者に食品の安全性確保に関する情報を提供するために不可欠な要素であり、消費者庁が総合調整役となって実施してきた。 関係府省庁が連携して行うリスクコミュニケーションについては、残留農薬や食品添加物などのほか、原発事故後は、地方公共団体とも連携しながら放射性物質も対象としている。「東日本大震災からの復興の基本方針」においても引き続き着実に風評被害対策等に取り組むこととされており、継続的な事業の実施が求められている。 また近年では、地下水等から水道水の暫定目標値を超えるPFASが検出されたことを受け、令和8年4月からミネラルウォーターにおけるPFASの基準値が新たに設定された。また、紅麹関連製品による事案を受けて新たなリスク管理措置の検討も進められており、健康食品を摂取する際の留意事項なども含め、科学的知見に基づく正確な情報の発信が求められている。 このほかにも、近年市場流通が始まったゲノム編集技術応用食品、細胞培養食品などの新たな食品や、海外において我が国とは異なる規制措置が導入される事例に対して不安を感じる消費者も存在しており、こうした新たな課題に対するリスクコミュニケーションも不可欠となっている。				
	事業の概要	・消費者庁では、原発事故後、政府方針に基づき食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーションを行うとともに、添加物、農薬等について意見交換会やイベント出展を実施してきた。今後も、消費者のさらなる理解の増進に向けて、科学的知見に裏打ちされた情報をわかりやすく消費者に提供していく。 ・ゲノム編集技術や細胞培養等の新たな技術を用いた食品について、消費者に正しい知識を提供し、消費者の漠然とした不安の払拭等につなげることが求められている。また、諸外国で我が国とは異なる食品規制が導入される事例等があり、消費者に正しい情報を提供することも求められている。このため、こうした新たな課題に対応したリスクコミュニケーションも社会の変化に合わせて実施していく。 ・また、リスクコミュニケーションを通じて消費者の行動変容をもたらすためには、従来の取組に加えて、世代ごとの特性に応じて情報提供の内容や手段を最適化することが有効である。子ども、学生、高齢者など、よりきめ細かくターゲットを明確化し、各世代に寄り添ったリスクコミュニケーションに転換していく。				
	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7年3月18日閣議決定 第4章2.（1）③	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf				
	第5次食育推進基本計画	https://www.maff.go.jp/j/press/syouan/hyoji/attach/pdf/260624-3.pdf				
	東日本大震災からの復興の基本方針	https://www.reconstruction.go.jp/files/user/topics/main-cat12/sub-cat12-1/2_20250620_kihonhousin.pdf				
	--	--				
実施方法	直接実施					

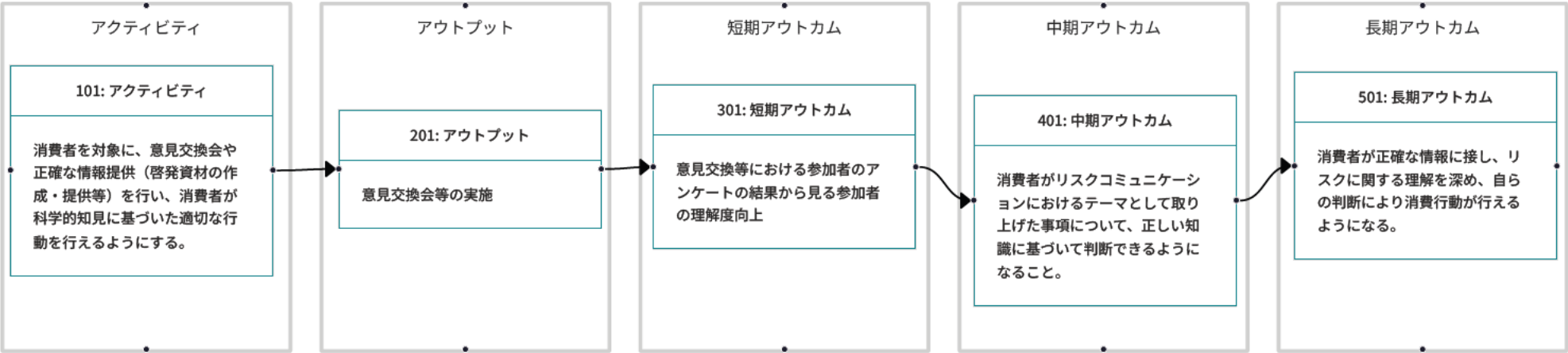
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		90,900	110,000	131,538	76,593	144,631	
	当初予算		71,000	70,239	75,098	71,237	--	
	補正予算		93,000	100,175	40,000	--	--	
	前年度から繰越し		--	85,988	100,175	40,000	--	
	予備費等		--	--	1,012	--	--	
	計		164,000	256,402	216,285	111,237	--	
	執行額		63,907	104,450	136,695	--	--	
	執行率		39%	40.7%	63.2%	--	--	
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	--		--		【「強く豊かな日本」投資枠】72,482円	
		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			--	47,842	116,543
		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			--	17,120	17,440
		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			--	3,508	6,066
		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			--	1,418	2,944
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--	1,349	1,638
		前年度から繰越し	--			--	40,000	--
主な増減理由	令和9年度予算要求において、投資枠を活用し、食品安全に係る新たな課題への理解醸成を図るための情報発信経費を要求したことにより、消費者政策調査費等が増加した。			その他特記事項	--			

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	20,000	16,000	14,000	14,000
	活動実績／成果実績(人)	18,263	19,310	14,620	--
↓ 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事で、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。 従前より実施してきた内容に加え、食品添加物や農薬等の食品衛生基準に関するもののほか、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関するもの、PFASや健康食品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、こうした科学的知見に基づいた知識について消費者が正しく理解できるよう取り組んでいるところである。 そのため、意見交換会の参加者に対して実施したアンケート結果における参加者の理解度を短期的アウトカムとして設定した。				
短期アウトカム	成果目標	意見交換等における参加者のアンケートの結果から見る参加者の理解度向上		成果指標	意見交換会等の会場で実施したアンケートで、内容の理解度を問う質問に対し、「1.分かった」、「2.どちらかといえば分かった」、「3.どちらかといえば分からなかった」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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	80	80	80	80
	活動実績／成果実績(%)	96.9	100	97.8	--
	達成率(%)	121.1	125	122.3	--

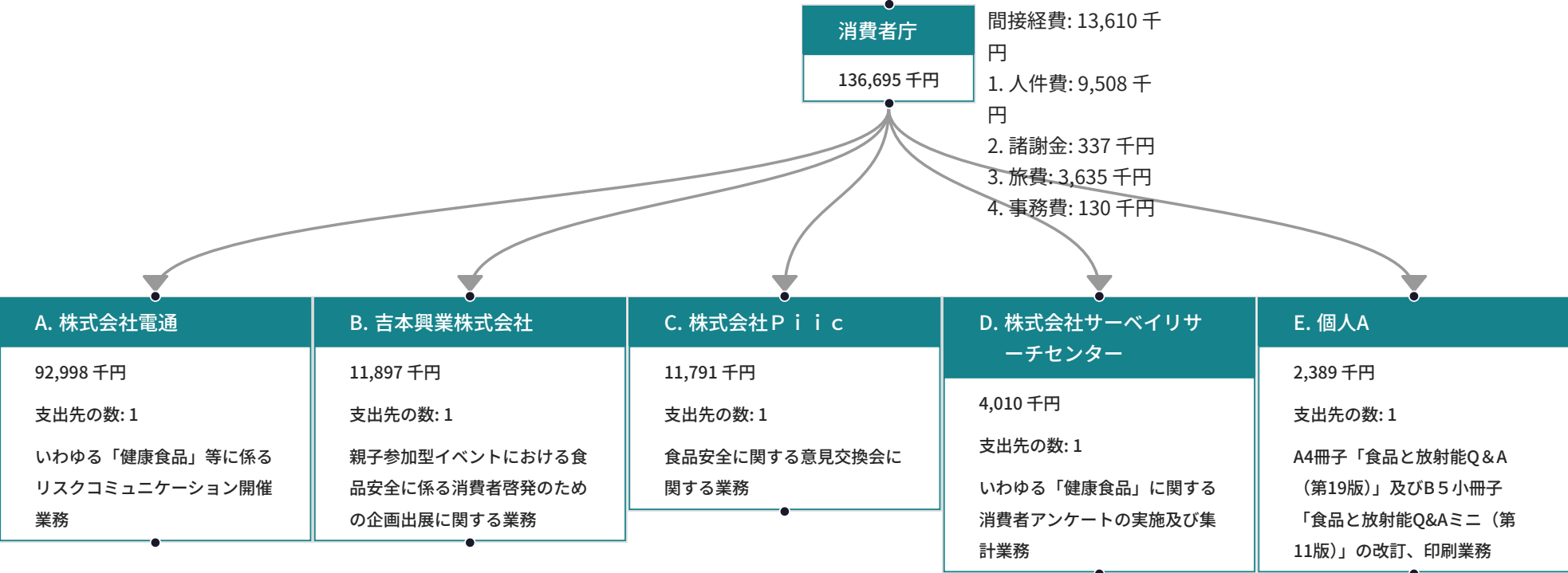
↓ 後続アウトカム へのつながり	食品添加物や農薬等の食品衛生基準に関するテーマやPFAS等の社会的関心の高いテーマについて、リスクコミュニケーションの参加者が正確な情報を理解することにより、過度におそれを抱くことなく科学的根拠に基づく判断を自ら下すことができるようになる。 意見交換会やイベントの参加者が、意見交換会やイベントで得た情報に基づいて自ら判断できるようになったかどうかを中期アウトカムとして設定する。						
中期アウトカム	成果目標	消費者がリスクコミュニケーションにおけるテーマとして取り上げた事項について、正しい知識に基づいて判断できるようになること。		成果指標	消費者がリ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	意見交換会、親子で参加できるイベントのほか、食品の安全リテラシーに関する動画の作成、健康食品を利用するに当たってのリスク診断サイトの作成、健康食品販売者向けの健康食品の安全性確保に係る動画、自治体が実施する食品中の放射性物質に関する理解増進のための座談会の共催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）	--		
	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	長期アウトカムとしては、意見交換会やイベントの参加者にとどまらず、広く国民が、政府から発信される情報等を理解し、それぞれの食生活において自らの考え方に基づいてその都度、自ら判断できるようになることを目指す。						
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）	第5次食育推進基本計画に基づく食育に関する意識調査		
	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			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(%)		74.3	--	--	--	--
	達成率(%)		92.9	--	--	--	--
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の活動目標である「意見交換会等の参加者数」は目標を達成（104.4%）し、消費者に対するリスクコミュニケーションの場を十分に確保できた。短期アウトカムの成果目標である参加者の理解度においても目標を達成（122%）し、理解度の向上は確認できた。そのため、意見交換会等の実施が消費者の科学的知見に基づいた理解の増進に繋がっており、今後も多様な対象者への情報発信を強化していく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	アクティビティについて、来年度の目標達成に向け引き続き取り組んでいく。 また、リスクコミュニケーションを通じて消費者の行動変容をもたらすためには、世代ごとの特性に応じて情報提供の内容や手段を最適化することが有効と考えられる。そのため、今後は、子ども、学生、高齢者など、よりきめ細かくターゲットを明確化し、各世代に寄り添ったリスクコミュニケーションに転換していくことで、引き続き食品安全に関するリスクコミュニケーションに取り組んでいく。		
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	2022
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・予算執行率も上がってきていることから、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ていただきたい。 ・長期アウトカム（意識調査）の実績値が目標値を下回っていることから、その要因を継続的に把握し、事業効果の検証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	所見を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図っていく。また、長期的アウトカムの実績値については今後の推移に留意する。		
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	株式会社電通	92,998	1	いわゆる「健康食品」等に係るリスクコミュニケーション開催業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社電通		92,998	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
		いわゆる「健康食品」等に係るリスクコミュニケーション開催業務 一般競争契約（総合評価）		92,998	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	11,897	1	親子参加型イベントにおける食品安全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		11,897	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に係る消費者啓発のための企画出展に関する業務 一般競争契約（総合評価）		11,897	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P i i c	11,791	1	食品安全に関する意見交換会に関する業務		
		支出先名		支出額	法人番号		
		株式会社P i i c		11,791	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
		食品安全に関する意見交換会に関する業務 一般競争契約（最低価格）		11,791	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	株式会社サーベイリサーチセンター	4,010	1	いわゆる「健康食品」に関する消費者アンケートの実施及び集計業務		

	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		
		株式会社サーベイリサーチセンター	4,010	6011501006529		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		いわゆる「健康食品」に関する消費者アンケートの実施及び集計業務について 一般競争契約（最低価格）	4,010	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	個人A	2,389	1	A4冊子「食品と放射能Q&A（第19版）」及びB5小冊子「食品と放射能Q&Aミニ（第11版）」の改訂、印刷業務	
		支出先名	支出額	法人番号		
		個人A	2,389	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
		A4冊子「食品と放射能Q&A（第19版）」及びB5小冊子「食品と放射能Q&Aミニ（第11版）」の改訂、印刷業務 随意契約（少額）	2,389	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
	A	株式会社電通	いわゆる「健康食品」等に係るリスクコミュニケーション開催業務	雑役務費 その他	いわゆる「健康食品」等に係るリスクコミュニケーション開催業務	92,998
	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に係る消費者啓発のための企画出展に関する業務	11,897
	C	株式会社P i i c	食品安全に関する意見交換会に関する業務	雑役務費 その他	食品安全に関する意見交換会の開催業務	11,791
	D	株式会社サーベイリサーチセンター	いわゆる「健康食品」に関する消費者アンケートの実施及び集計業務について	雑役務費 その他	いわゆる「健康食品」に関する消費者アンケートの実施及び集計業務について	4,010
	E	個人A	A4冊子「食品と放射能Q&A（第19版）」及びB5小冊子「食品と放射能Q&Aミニ（第11版）」の改訂、印刷業務	印刷製本費	A4冊子「食品と放射能Q&A（第19版）」及びB5小冊子「食品と放射能Q&Aミニ（第11版）」の改訂、印刷業務	2,389

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	加来芳郎						
	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	2026			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、インターネットを利用した通信販売等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	インターネットを利用した通信販売等について、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、インターネットを利用した通信販売等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	
	--	--			--		--	

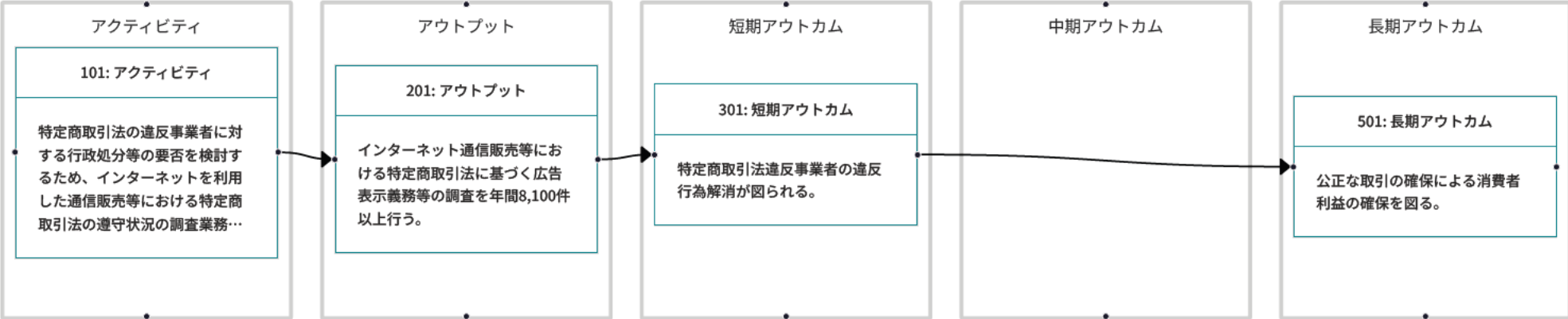
備考	--
----	----

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		83,000	51,000	58,000	54,767	225,045		
	当初予算		51,000	51,072	58,000	54,767	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		51,000	51,072	58,000	54,767	--		
	執行額		51,072	51,072	55,467	--	--		
	執行率		100.1%	100%	95.6%	--	--		
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	--		150,000		--		
		予算種別/歳出予算項目				備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策委託費						54,767	204,767
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費				--		--	20,278
主な増減理由	デジタル取引の普及によって取引環境が変化する中で、特定商取引法に基づく執行についても規制対象が量的に拡大し、事案が複雑化している。 このような状況を踏まえ執行体制を強化すべく、AI技術等の活用に向けた調査費及び人件費を要求。				その他特記事項	--			

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 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、インターネットを利用した通信販売等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8,100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）	2025年度から調査内容を見直し、工数の大きい調査に注力することとしたため、全体の調査件数の目標を修正した。
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	15,000	15,000	8,100	8,100
	活動実績／成果実績(件)	15,052	14,523	8,162	--
↓ 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 2025年度717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	2025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8,162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717件の注意喚起（前年度1,457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	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、引き続き適切な予算執行に努めること。 ・引き続き、調査及び注意喚起に係る取組の実施状況と定性的な成果実績を適切に整理するとともに、事業効果の継続的な把握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・効率性・有効性を検討し、引き続き適切な予算執行に努める。 ・引き続き、調査及び注意喚起に係る取組の実施状況と定性的な成果実績を適切に整理するとともに、事業効果の継続的な把握に努める。		
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

55,467 千円

A. イー・ガーディアン株式
会社

55,467 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	55,467	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		51,962	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)		51,962	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	イー・ガーディアン株式会社		3,505	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）		3,505	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		51,962
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	加来芳郎					
	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	2026	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（指示・措置命令、業務停止命令、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						

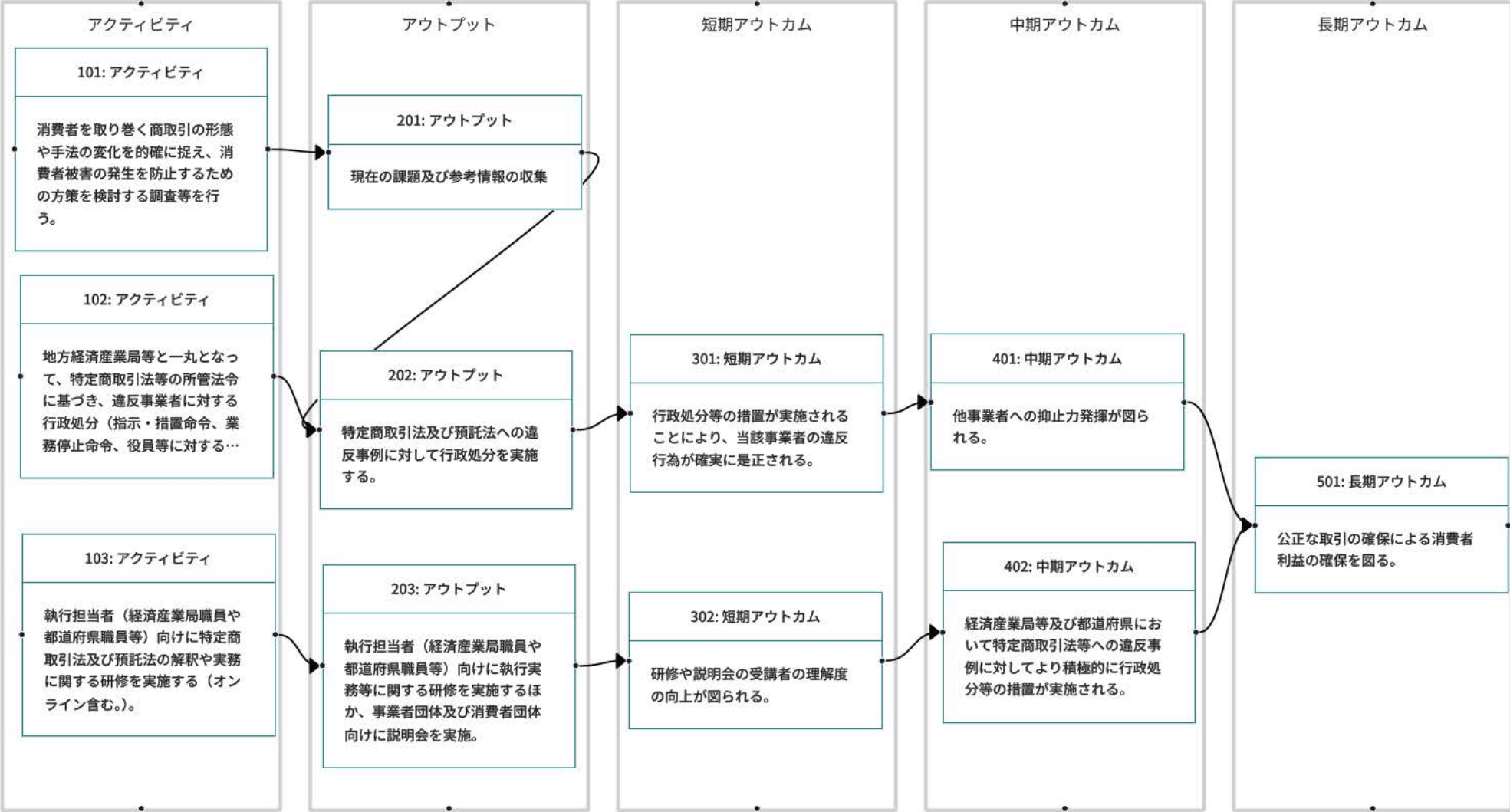
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		146,295	169,063	197,719	176,111	228,719		
	当初予算		179,640	167,997	157,642	163,153	--		
	補正予算		34,632	129,735	107,000	--	--		
	前年度から繰越し		35,000	34,632	129,735	107,000	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		249,272	332,364	394,377	270,153	--		
	執行額		187,884	160,478	231,388	--	--		
	執行率		75.4%	48.3%	58.7%	--	--		
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	--		49,336				
		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				--		119,870	130,550
		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				--		28,805	78,424
		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	12,453
		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	6,385
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		801	907
		前年度から繰越し --				--		107,000	--
主な増減理由	デジタル取引の普及によって取引環境が変化する中で、消費者被害を未然に防止するためには、特定商取引法等の周知啓発や違反事案に関する注意喚起の実施が重要となる。このような状況を踏まえ、周知啓発等に係る費用を要求。				その他特記事項	--			

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 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		2026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	特定商取引法及び預託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）	活動目標を見直し、特定商取引法に基づく処分件数と預託法に基づく処分件数をいずれも計上しているため、前年度のシートと件数が異なっている。				
	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	
	当初見込み／目標値(件)		0		0		0		0	
	活動実績／成果実績(件)		95		70		42		--	
↓ 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		特定商取引法及び預託法に基づき実施した行政処分等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	地方経済産業局等と一丸となって、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（指示・措置命令、業務停止命令、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	特定商取引法及び預託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）	活動目標を見直し、特定商取引法に基づく処分件数と預託法に基づく処分件数をいずれも計上しているため、前年度のシートと件数が異なっている。
	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
	当初見込み／目標値(件)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(件)	95	70	42	--
↓ 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	特定商取引法及び預託法に基づき実施した行政処分等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	2026年度
	当初見込み／目標値(人)	300	300	300	300
	活動実績／成果実績(人)	227	226	262	--
↓ 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	経済産業局等及び都道府県において特定商取引法等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等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 2025年度52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	経済産業局等及び都道府県において特定商取引法等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。				

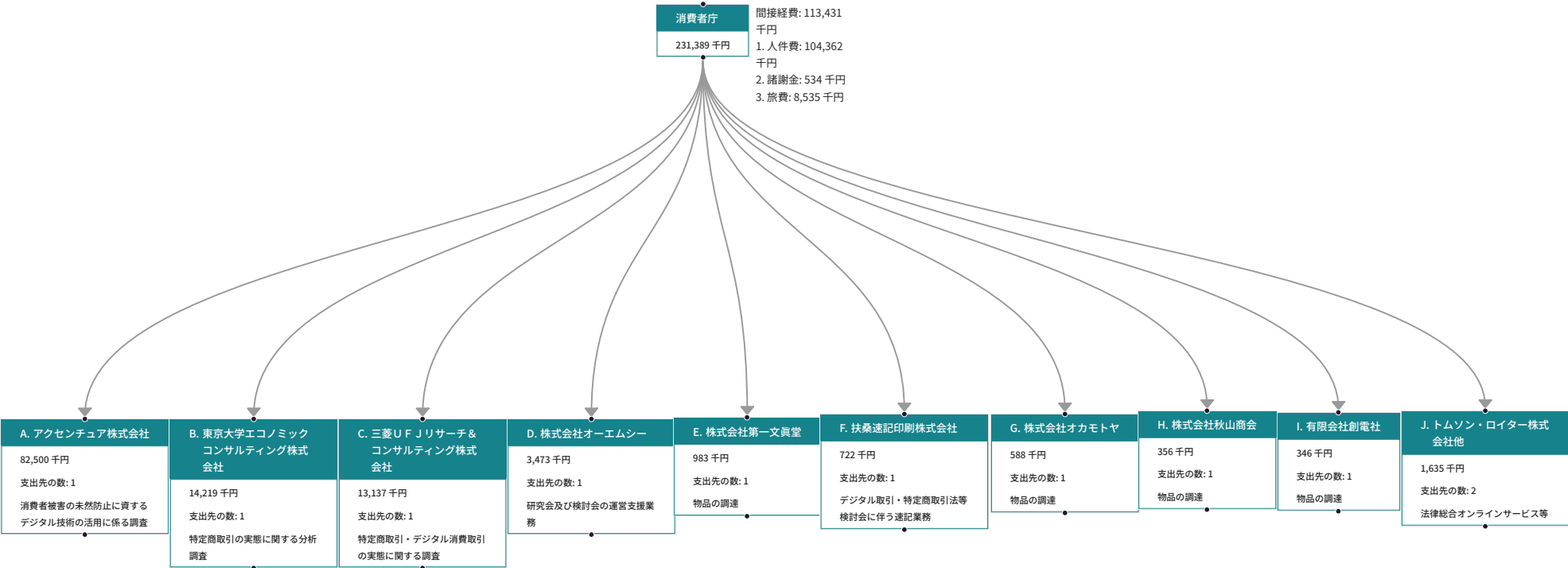
長期アウトカム	成果目標	公正な取引の確保による消費者利益の確保を図る。	成果指標	公正な取引の確保による消費者利益の確保
	定性的なアウトカムに関する成果実績	公正な取引の確保による消費者利益の確保が図られた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	公正な取引の確保による消費者被害の防止の程度を定量的に示す指標を設定することは困難であるため。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	令和7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7年度において、特定商取引法及び預託法に基づき、国及び都道府県において計80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、国及び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	・引き続き、効率的な事業の執行に努めること。 ・引き続き、行政処分等の取組の実施状況及び定性的な成果実績を適切に整理するとともに、事業効果の継続的な把握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、効率的な事業の執行に努める。 ・引き続き、行政処分等の取組の実施状況及び定性的な成果実績を適切に整理するとともに、事業効果の継続的な把握に努める。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



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	アクセンチュア株式会社	82,500	1	消費者被害の未然防止に資するデジタル技術の活用に係る調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	アクセンチュア株式会社		82,500	7010401001556		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	消費者被害の未然防止に資するデジタル技術の活用に係る調査事業 一般競争契約（総合評価）		49,500	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	消費者被害の未然防止に資するデジタル技術の活用に係る調査事業 一般競争契約（総合評価）		33,000	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	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	14,219	1	特定商取引の実態に関する分析調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社		14,219	8010001211397		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	特定商取引の実態に関する分析調査 一般競争契約（総合評価）		14,219	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	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社	13,137	1	特定商取引・デジタル消費取引の実態に関する調査	
	支出先名		支出額	法人番号		
	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社		13,137	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
	特定商取引・デジタル消費取引の実態に関する調査 一般競争契約（総合評価）		13,137	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 株式会社オーエムシー		3,473	1	研究会及び検討会の運営支援業務	
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社オーエムシー		3,473	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回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務 随意契約（少額）		1,117	1	--	--
「第2回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務 随意契約（少額）		1,057	1	--	
「第1回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務 随意契約（少額）		892	1	--	--
「第7回デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務 随意契約（少額）		374	1	--	--
「第8回デジタル社会における消費取引研究会」の運営支援業務 随意契約（少額）		374	1	--	--
「第1回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務に係る精算に伴う負担行為減 随意契約（少額）		△90	1	--	--
「第2回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務に係る精算に伴う負担行為減 随意契約（少額）		△110	1	--	
「第3回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務に係る精算に伴う負担行為減 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	
E 株式会社第一文真堂		983	1	物品の調達	
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	
	株式会社第一文真堂	983	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
	シュレッダーの購入 随意契約（少額）	747	1	--	--
	第2四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）	190	1	--	--
	シュレッダーの購入 随意契約（少額）	39	1	--	--
	第2四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）	8	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	扶桑速記印刷株式会社	722	1	デジタル取引・特定商取引法等検討会に伴う速記業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	扶桑速記印刷株式会社	722	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
	デジタル取引・特定商取引法等検討会に伴う速記業務（4月分） 一般競争契約（最低価格）	172	2	84.7	--
	デジタル取引・特定商取引法等検討会に伴う速記業務（3月分） 一般競争契約（最低価格）	149	2	84.7	--
	デジタル取引・特定商取引法等検討会に伴う速記業務（5月分） 一般競争契約（最低価格）	135	2	84.7	--
	デジタル取引・特定商取引法等検討会に伴う速記業務（2月分） 一般競争契約（最低価格）	122	2	84.7	--
	デジタル取引・特定商取引法等検討会に伴う速記業務（6月分） 一般競争契約（最低価格）	71	2	84.7	--

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		デジタル取引・特定商取引法等検討会に伴う速記業務（1月分） 一般競争契約（最低価格）	71	2	84.7	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
G	株式会社オカモトヤ		588	1	物品の調達	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社オカモトヤ		588	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
	事務機及び椅子の購入 随意契約（少額）		443	1	--	--
	書庫の修理 随意契約（少額）		47	1	--	--
	事務機及び椅子の購入 随意契約（少額）		45	1	--	--
	第1四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）		22	1	--	--
	第4四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）		19	1	--	--
	事務機及び椅子の購入 随意契約（少額）		13	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	株式会社秋山商会		356	1	物品の調達	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社秋山商会		356	8010001036398		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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2四半期定期外消耗品（什器類）の購入 随意契約（少額）		294	1	--	--
	第2四半期定期外消耗品（什器類）の購入 随意契約（少額）		41	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	
	第3四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）	15	1	--	--
	第3四半期定期外消耗品の購入 随意契約（少額）	7	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	有限会社創電社	346	1	物品の調達	
	支出先名	支出額	法人番号		
	有限会社創電社	346	4010502006218		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	第1四半期定期外消耗品（電化製品）の購入 随意契約（少額）	328	1	--	--
	第1四半期定期外消耗品（電化製品）の購入 随意契約（少額）	18	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	
J	トムソン・ロイター株式会社他	1,635	2	法律総合オンラインサービス等	
	支出先名	支出額	法人番号		
	トムソン・ロイター株式会社	316	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
	法律総合オンラインサービスの利用 随意契約（少額）	316	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	1,319	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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)	1,319	--	--	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	アクセンチュア株式会社	消費者被害の未然防止に資するデジタル技術の活用に係る調査事業	委託費	消費者被害の未然防止に資するデジタル技術の活用に係る調査事業	49,500
	B	東京大学エコノミックコンサルティング株式会社	特定商取引の実態に関する分析調査	委託費	特定商取引の実態に関する分析調査	14,219
	C	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	特定商取引・デジタル消費取引の実態に関する調査	委託費	特定商取引・デジタル消費取引の実態に関する調査	13,137
	D	株式会社オーエムシー	「第3回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務	委託費	「第3回デジタル取引・特定商取引法等検討会」の運営支援業務	1,117
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	五郎丸豪紀							
	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	2026		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

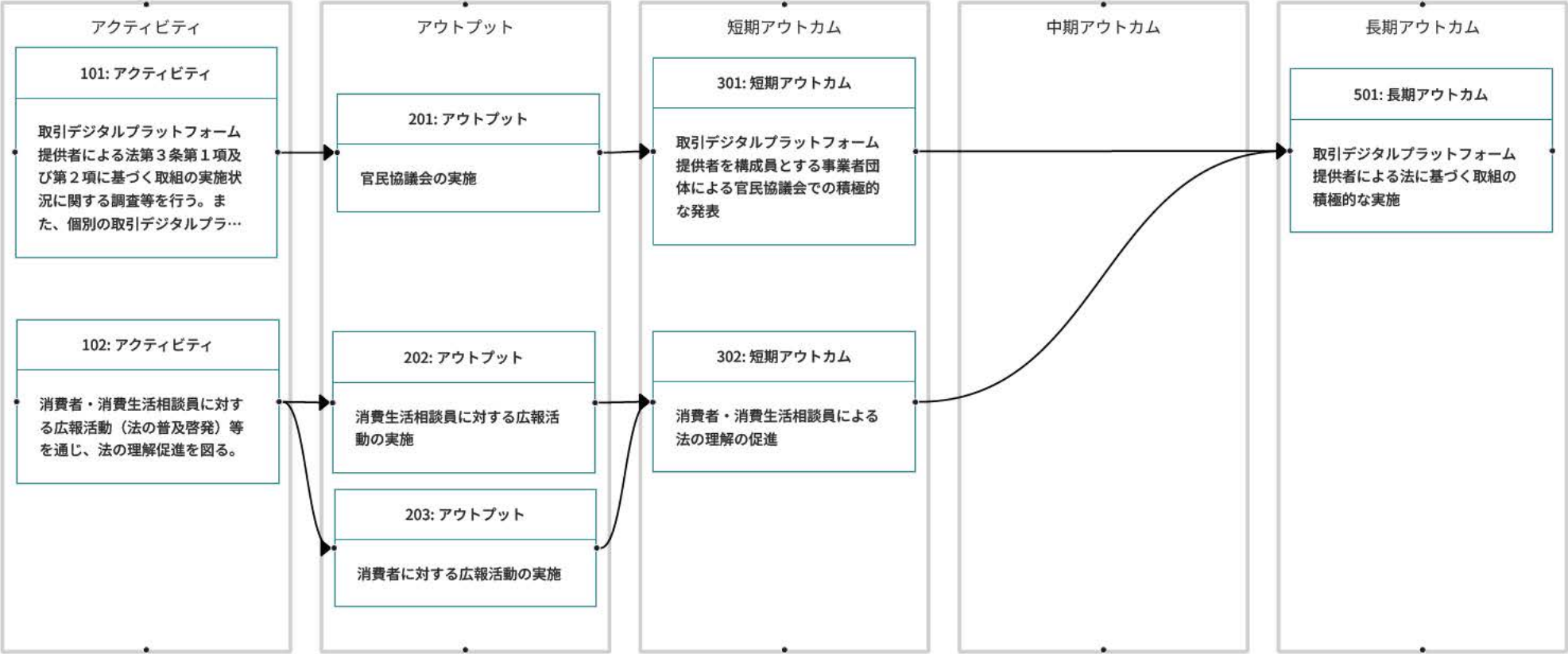
予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		115,000	110,779	107,376	107,613	105,354
	当初予算		115,000	110,918	108,797	105,881	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		115,000	110,918	108,797	105,881	--
	執行額		63,386	88,135	90,963	--	--
	執行率		55.1%	79.5%	83.6%	--	--

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			--		89,597	88,480
		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			--		14,139	14,459
		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			--		1,566	1,860
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		579	555

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(者)	7	7	7	6
	活動実績／成果実績(者)	5	6	2	--
	達成率(%)	71.4	85.7	28.6	--
↓ 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		2023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(者)	14	14	21	21	
	活動実績／成果実績(者)	13	16	17	--	
	達成率(%)	92.9	114.3	81	--	

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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	3	2	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	広報の実施により、消費者・消費生活相談員による法の認知度の向上を促す。				
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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	7.5	9	10	10
	活動実績／成果実績(%)	7.1	7.8	6.8	--
	達成率(%)	94.7	86.7	68	--
↓ 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		2023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(者)	14	14	21	21	
	活動実績／成果実績(者)	13	16	17	--	
	達成率(%)	92.9	114.3	81	--	

アクティビティからの発現経路 102-203-302-501

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	消費者に対する広報活動の実施		活動指標	消費者庁ウェブサイト「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」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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	58,500	78,000	97,500	117,000
	活動実績／成果実績(件)	32,094	87,012	116,963	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	7.5	9	10	10
	活動実績／成果実績(%)	7.1	7.8	6.8	--
	達成率(%)	94.7	86.7	68	--
↓ 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。				

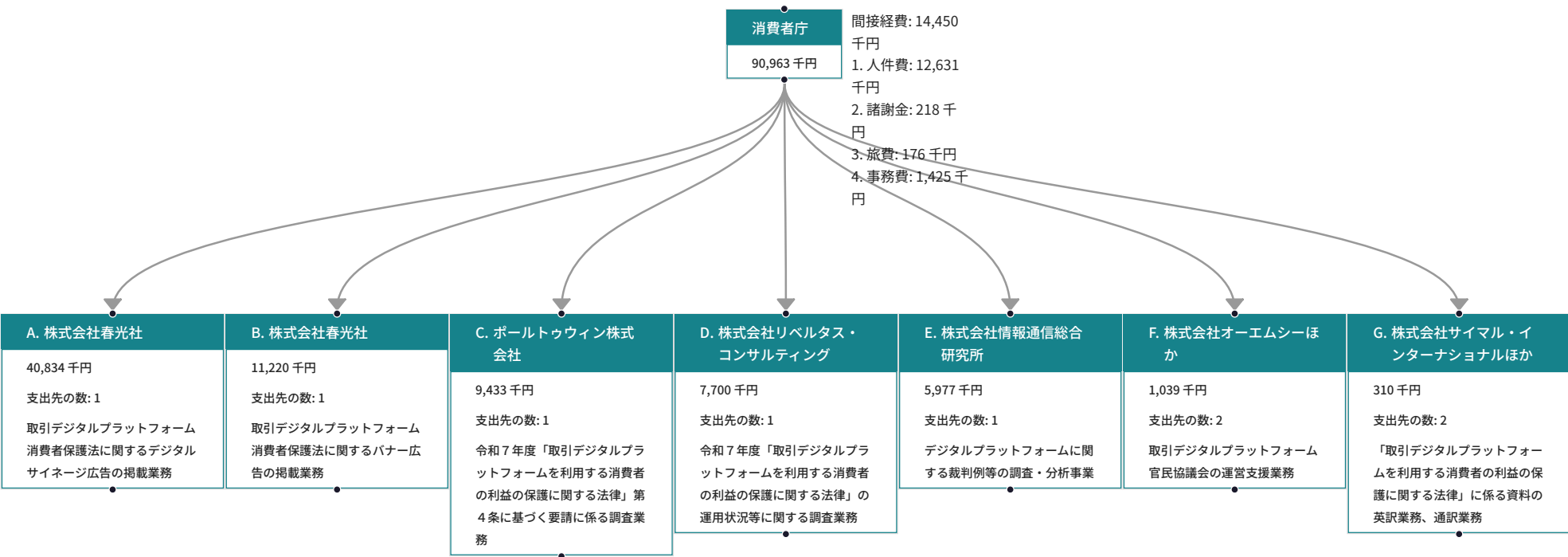
長期アウトカム	成果目標	取引デジタルプラットフォーム提供者による法に基づく取組の積極的な実施		成果指標	法第3条第2項に基づき取組を開示している取引デジタルプラットフォーム提供者の数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(者)		14	14	21	21
	活動実績／成果実績(者)		13	16	17	--
	達成率(%)		92.9	114.3	81	--
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	2025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。短期アウトカム及び長期アウトカムについては目標値に達しなかったものの、長期アウトカムの指標である取引デジタルプラットフォーム提供者による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は若干増加するなど、法に基づく取組の進展が見られると評価できる。		
	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	2026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、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るとともに、消費者等に対する効果的な法の周知啓発を検討する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	--
	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、引き続き適切な予算執行に努めること。 ・実績値が低下傾向にあるアウトカム（事業者団体の数、法の認知度）について、その要因を継続的に把握し、事業効果の検証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・効率性・有効性を踏まえ、引き続き適切な予算執行に努める。 ・アウトカムについては、その要因を継続的に把握し、事業効果の検証に努める。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



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	株式会社春光社	40,834	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		
	株式会社春光社		40,834	7010001047306		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		40,834	9	--	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	株式会社春光社	11,220	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		
	株式会社春光社		11,220	7010001047306		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		11,220	10	--	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	ポールトゥウィン株式会社	9,433	1	令和7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		
	ポールトゥウィン株式会社		9,433	4180001046442		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和7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）		9,433	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	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D	株式会社リベルタス・コンサルティング	7,700	1	令和7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			
	株式会社リベルタス・コンサルティング	7,700	4010401058533			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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「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）	7,700	7	--	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	株式会社情報通信総合研究所	5,977	1	デジタルプラットフォームに関する裁判例等の調査・分析事業		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社情報通信総合研究所	5,977	5010001075515			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	デジタルプラットフォームに関する裁判例等の調査・分析事業 一般競争契約（総合評価）	5,977	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		
F	株式会社オーエムシーほか	1,039	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			
	株式会社オーエムシー	905	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	
	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）	905	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	扶桑速記印刷株式会社	134	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	

	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
			速記業務 一般競争契約（最低価格）	134	2	84.7	--
	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	G	株式会社サイマル・インターナショナルほか		310	2	「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、通訳業務	
	支出先名			支出額	法人番号		
	株式会社サイマル・インターナショナル			238	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
	「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）			238	1	--	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	株式会社サイマリンガル			72	2010001106108		
	契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	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	株式会社春光社	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	40,834
	B	株式会社春光社	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	11,220
	C	ポールトゥウィン株式会社	令和7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7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	9,433
	D	株式会社リベルタス・コンサルティング	令和7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7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	7,700
	E	株式会社情報通信総合研究所	デジタルプラットフォームに関する裁判例等の調査・分析事業	雑役務費	デジタルプラットフォームに関する裁判例等の調査・分析事業	5,977
	F	株式会社オーエムシー	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	905
	G	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	238
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

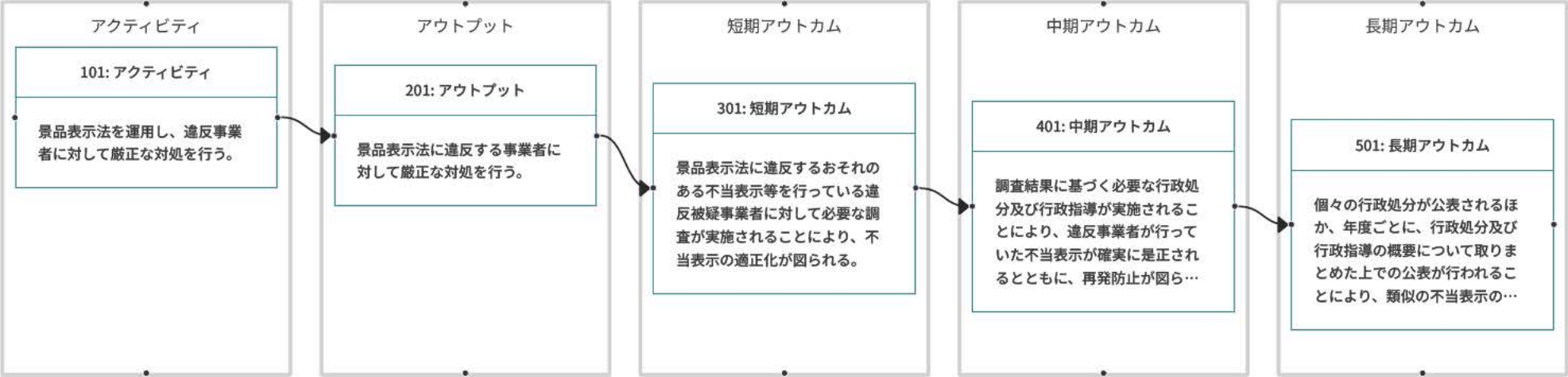
組織情報	府省庁	消費者庁						
	事業所管課室	消費者庁 表示対策課						
	作成責任者	岡田博己						
	その他担当組織	--						
基本情報	予算事業ID	000479	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	2026			事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策			施策			政策体系・評価書URL
	消費者庁	1．消費者政策の推進			(22) 不当表示等違反事件調査			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--				主要経費	その他の事項経費		
概要・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)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		100,500	83,000	83,417	110,634	122,099		
	当初予算		84,000	84,828	87,388	86,360	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		71,000	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		155,000	84,828	87,388	86,360	--		
	執行額		119,145	75,300	79,857	--	--		
	執行率		76.9%	88.8%	91.4%	--	--		
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	--		14,976		--		
		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				--		54	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				--		74,393	93,910
		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				--		6,798	23,022
		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				--		1,176	1,696
		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				--		3,769	3,227
		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				--		170	190
	主な増減理由	景品表示法の違反被疑情報の提供件数が近年急増し、法執行ニーズが高まる中、デジタル広告市場の拡大に伴う広告手法の複雑化・多様化に対応し、不当表示への監視・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

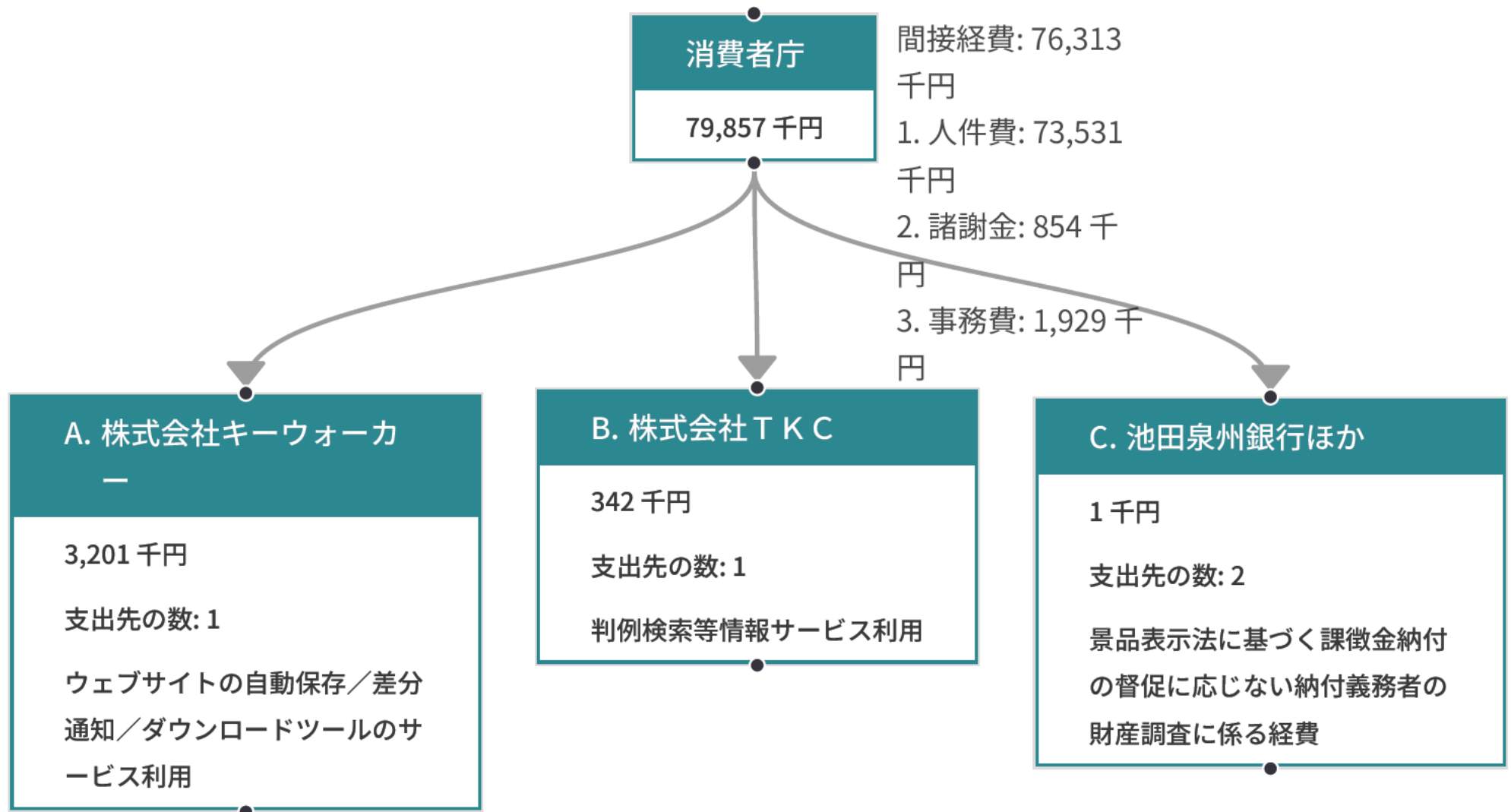
アクティビティ	景品表示法を運用し、違反事業者に対して厳正な対処を行う。				
アウトプット	活動目標	景品表示法に違反する事業者に対して厳正な対処を行う。		活動指標	措置命令件数、確約計画認定件数、課徴金納付命令件数及び指導件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	過去３年度分の活動実績/成果実績の平均値
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	207	180	228	311
	活動実績／成果実績(件)	141	373	419	--
↓ 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７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。（R７：454件、R６：437件、R５：229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7年度においては、調査結果に基づき、違反事業者に対して、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。（R7：行政処分31件、行政指導388件 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）	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7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7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（454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31件）及び行政指導（388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8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	--	詳細	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、引き続き適切な予算執行に努めること。 ・引き続き、各活動に係る定性的なアウトカムに関する成果実績について、実施した取組と得られた成果との関係が明確になるよう整理し、事業効果の把握に継続的に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額(千円)
		--	--	--
	詳細	・引き続き、一般消費者の自主的かつ合理的な選択の確保と消費者利益の確保に向けて、効果的な事業の推進を図るため、事業の必要性・効率性・有効性を検討していく。 ・引き続き、各活動に係る定性的なアウトカムに関する成果実績について、実施した取組と得られた成果との関係が明確になるよう整理し、事業効果を継続的に把握していく。		
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 株式会社キーウォーカー		3,201	1	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービス利用	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社キーウォーカー		3,201	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
	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービス利用 一般競争契約（最低価格）		2,409	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため
	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービスの利用の契約変更 その他(契約変更)		792	--	--	--
	支出先ブロック名		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	
	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 池田泉州銀行ほか		1	2	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		
	池田泉州銀行		1	8120001144082		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 随意契約（少額）		1	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		
		東京ベイ信用金庫		0	9040005004273			
			契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 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	ウェブサイトの自動保存／差分通知／ダウンロードツールのサービス利用	役務費	サービス提供		2,409	
	B	株式会社ＴＫＣ	判例検索等情報サービス	役務費	サービス提供		342	
	C	池田泉州銀行	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	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		1	
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	2026			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等による事業者等への普及・啓発並びに事業者等からの相談対応による法令遵守の取組支援及びインターネット上の表示の監視を通じた違反行為の未然防止を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。					
	現状・課題	国内の総広告費及びインターネット広告費は、近年増加傾向にある。特にインターネット広告費は過去10年間で一貫して増加しており、令和7年には、国内の総広告費 8 兆623億円のうち、インターネット広告費は 4 兆459億円を占め、10年前と比較して約2.3倍となっている（株式会社 電通「日本の広告費」による）。加えて、景品表示法違反の疑いがある事実に関する情報提供件数も増加しており（令和7年度は22431件、10年前と比較して約2.3倍）、不当表示に対する監視ニーズは高まっている。 こうした背景を踏まえると、インターネット上の表示を中心に、表示の適正化に向けてこれまで以上に不当表示等を監視していく必要がある。 他方、インターネット上の表示は、変更・削除が容易であること、表示内容が利用者の属性や閲覧状況等のデータに基づいて決定されること等、従来の表示とは異なる特有の性質を有している。こうしたインターネット上の表示特有の性質に対応して景品表示法等の調査を行う必要があり、調査業務は複雑・高度化している。このような状況において、法執行と併せて普及・啓発及び違反行為の未然防止の取組を充実させることがより一層重要となっている。 このため、引き続き、景品表示法等を的確に運用するほか、同法等の普及・啓発及び違反行為の未然防止にもさらに注力することで、表示の適正化を実現することが重要である。					
	事業の概要	景品表示法等の所管法令について、普及・啓発活動及び違反行為の未然防止に取り組む。 具体的には、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣すること等により同法等の普及・啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応すること及びインターネット上の広告に特化した景品表示法等に違反するおそれがある表示を監視し迅速に改善させることにより、違反行為の未然防止を図る。					
	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)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		266,026	158,000	133,877	101,403	104,311
	当初予算		116,950	115,052	108,205	101,838	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		116,950	115,052	108,205	101,838	--
	執行額		55,733	84,085	61,241	--	--
	執行率		47.7%	73.1%	56.6%	--	--

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			--		67,888	68,189
		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			--		25,910	27,212
		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			--		3,036	2,323
		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	3,400
		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			--		1,270	1,646
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		1,037	1,541
	主な増減理由			その他特記事項	--			
人権費の単価上昇による増								

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う等、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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	116	158	182	173
	活動実績／成果実績(件)	201	173	144	--
↓ 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	講演会等の参加者等が、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）	講演等参加者へのアンケート結果
	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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	95	96	96	--
	達成率(%)	95	96	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等が、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などにより、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等が、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などにより、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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	84	84	91	--
	達成率(%)	84	84	91	--
↓ 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などにより、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た。このほか、2024年度には「No.1表示に関する実態調査報告書」、2025年度には「買取サービスに関する実態調査報告書」を作成・公表し、景品表示法上の考え方を示した。このように、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）	No.1表示に関する実態調査報告書(令和6年9月26日公表) 買取サービスに関する実態調査報告書(令和7年4月30日公表)
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	21,574	21,463	21,087	19,658
	活動実績／成果実績(件)	21,692	20,494	16,785	--
↓ 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	令和7年度においても、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。このほか、消費者庁HPの「よくある質問」を拡充・更新した。		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	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	令和7年度においても、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。また、消費者庁HPの「よくある質問」を拡充・更新した。	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	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				
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	令和7年度においても、相談対応によ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

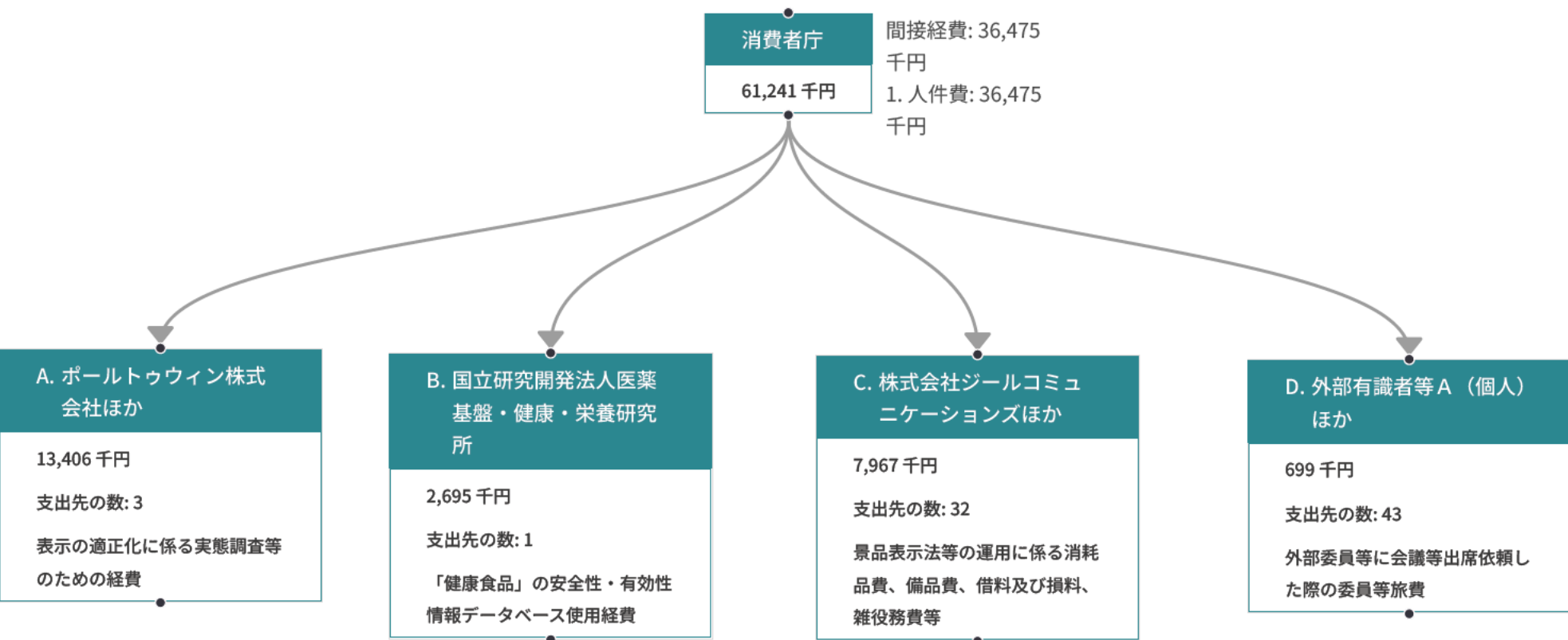
アクティビティ	インターネット上の広告に特化した景品表示法等に違反するおそれがある表示の監視業務を実施し、消費者庁自ら問題となり得る表示を発見し、迅速に改善させることで、違反の未然防止を図る。				
アウトプット	活動目標	インターネット上の虚偽・誇大表示等の景品表示法及び健康増進法で禁じている表示について、監視を行う。		活動指標	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品又は役務数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	2,000	8,000	8,000	8,000
	活動実績／成果実績(件)	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	改善指導が行われた商品又は役務の表示について、事業者による改善が図られる。		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）	前年度の実績値 ※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年度以降は健康増進法及び景品表示法に基づく改善指導措置件数を計上している。
	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(件)	--	787	811	913
	活動実績／成果実績(件)	771	811	913	--
	達成率(%)	--	103	112.6	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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が図られる。				

中期アウトカム	成果目標	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	改善指導が行われることにより、改善指導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	改善指導が行われることにより、改善指導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	改善指導が行われることにより、改善指導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7年度においては、景品表示法等に係る講演会等を144件実施し、参加者の理解度は96%、未然防止への活用度は91%と高水準であり、普及・啓発に十分寄与したといえる。また、事業者等からの相談16,785件に対応することにより、違反行為の未然防止に寄与した。さらに、インターネット上の健康増進法及び景品表示法に違反するおそれのある表示を監視し、改善指導を行うことにより、違反行為の未然防止が図られた。これらにより、普及・啓発及び違反行為の未然防止を図ることにより一般消費者の利益を保護するという事業の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8年度においても、引き続き、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣すること等により同法等の普及・啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応すること及びインターネット上の広告に特化した景品表示法等に違反するおそれがある表示を監視し迅速に改善させることにより、違反行為の未然防止を図る。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	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	○各アクティビティ共通 各アクティビティに直接関わった対象者に対する効果は一定程度把握できていると考えられる。一方で、中長期的アウトカムは各アクティビティの波及効果を想定した内容としているものが多いが、その評価は定性的なものにとどまっている。本事業の効果をより明確に示すためには、事業の波及効果についても、例えば重点分野ごとの違反傾向や件数推移など定量的指標の設定を検討する必要がある。 ○アクティビティ【景表法等に関する講演会等への講師派遣等を通じた普及啓発活動】 講演会等の参加者からのアンケート結果をいかにフィードバックして、その後の講演の参加者の理解が難しい点の改善に繋げるかと言った視点が重要。アンケート「自由記述欄」のフィードバックを講演の改善・向上に活用することは有効であるし、中長期的アウトカムにおける指標にも活用できないだろうか。 中長期アウトカムについては、講演会等が実際に違反行為の未然防止につながっているかを追跡的に検証できる仕組みを検討すべきである。 ○アクティビティ【インターネット広告の監視業務】 インターネット上における景品表示法等に違反するおそれのある広告の監視業務については、AIの活用など、新しい技術を活用したより効果的な実施方法の検討も必要ではないか。		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	- 一部の調達において一者応札となっている。その他の応札者が見込めるよう仕様書を見直すなど調達方法について工夫いただきたい。 - 外部有識者の所見を踏まえ、講演会等の取組を通じた未然防止効果の把握方法について継続的に検討するとともに、アウトプットからアウトカムに至る効果発現経路の妥当性を検証していただきたい。

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	一般競争入札に付す案件について、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。 効果発現経路の記載ぶりを検証し、指標設定や評価方法の工夫を検討する。		
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	--			
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	ポールトゥウィン株式会社ほか	13,406	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		
	ポールトゥウィン株式会社		12,031	4180001046442		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和7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）		12,031	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		
	株式会社クロス・マーケティング		990	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
	環境ラベル及び表示例の収集業務 随意契約（少額）		990	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社マクロミル		385	7010001247946		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	環境ラベルに関する消費者意識調査 随意契約（少額）		385	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	2,695	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		2,695	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使用経費 随意契約（その他）(特命随意契約)		2,695	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	株式会社ジールコミュニケーションズほか	7,967	32	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		
株式会社ジールコミュニケーションズ		1,782	8010401084996		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		1,782	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		
クオリティネット株式会社		1,320	7011101029722		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
デジタルフォレンジックソフトウェア（F T K）の研修 随意契約（少額）		1,320	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般財団法人カケンテストセンター		899	8010005016628		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
試験請負業務 随意契約（少額）		474	1	--	--
試験及び試験報告書作成請負業務 随意契約（少額）		425	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般社団法人全国公正取引協議会連合会		573	6010405000381		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
景品表示法関係法令集（令和7年版）の購入 随意契約（少額）		573	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
ポールトゥウィン株式会社		498	4180001046442		

支出先ブロック名		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
	S N S等における広告モニタリング業務 随意契約（少額）	498	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社オカモトヤ	430	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
	備品等の購入 随意契約（少額）	363	1	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	51	1	--	--
	消耗品の購入 随意契約（少額）	16	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社S o l a f u n e	325	5360001027200		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	Googleマップのクチコミ欄のデータ収集業務 指名競争契約（最低価格）	325	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		
	株式会社ラネット	295	5013301019521		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	スマートフォン一式の購入及び利用 随意契約（少額）	295	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社和幸印刷	293	8011101022206		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	白表紙の印刷製本 随意契約（少額）	293	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	
	株式会社創基	266	4010001021164		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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）	266	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	その他	1,286	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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 随意契約（少額）	1,286	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	外部有識者等 A（個人）ほか	699	43	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）	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
	旅費 その他((旅費))	62	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 B（個人）	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
	旅費 その他((旅費))	62	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	外部有識者等 C（個人）	36	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	
		旅費 その他((旅費))	36	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等 D（個人）		35	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
		旅費 その他((旅費))	35	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等 E（個人）		35	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
		旅費 その他((旅費))	35	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等 F（個人）		34	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
		旅費 その他((旅費))	34	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等 G（個人）		23	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
		旅費 その他((旅費))	23	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	外部有識者等 H（個人）		23	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
		旅費 その他((旅費))	23	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		
		外部有識者等Ⅰ（個人）	23	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
		旅費 その他((旅費))	23	1	--	--
		支出先名	支出額	法人番号		
		外部有識者等Ⅱ（個人）	22	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
		旅費 その他((旅費))	22	1	--	--
		支出先名	支出額	法人番号		
		その他	344	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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))	344	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	ポルトゥウィン株式会社	令和7年度インターネットにおけるデジタル広告の監視業務	役務費	デジタル広告の監視業務	12,031
	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	2,695
	C	株式会社ジールコミュニケーションズ	インターネット等における景品表示法の被疑広告の監視業務	役務費	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	1,782
	D	外部有識者等 A（個人）	旅費	旅費	委員等旅費	62

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

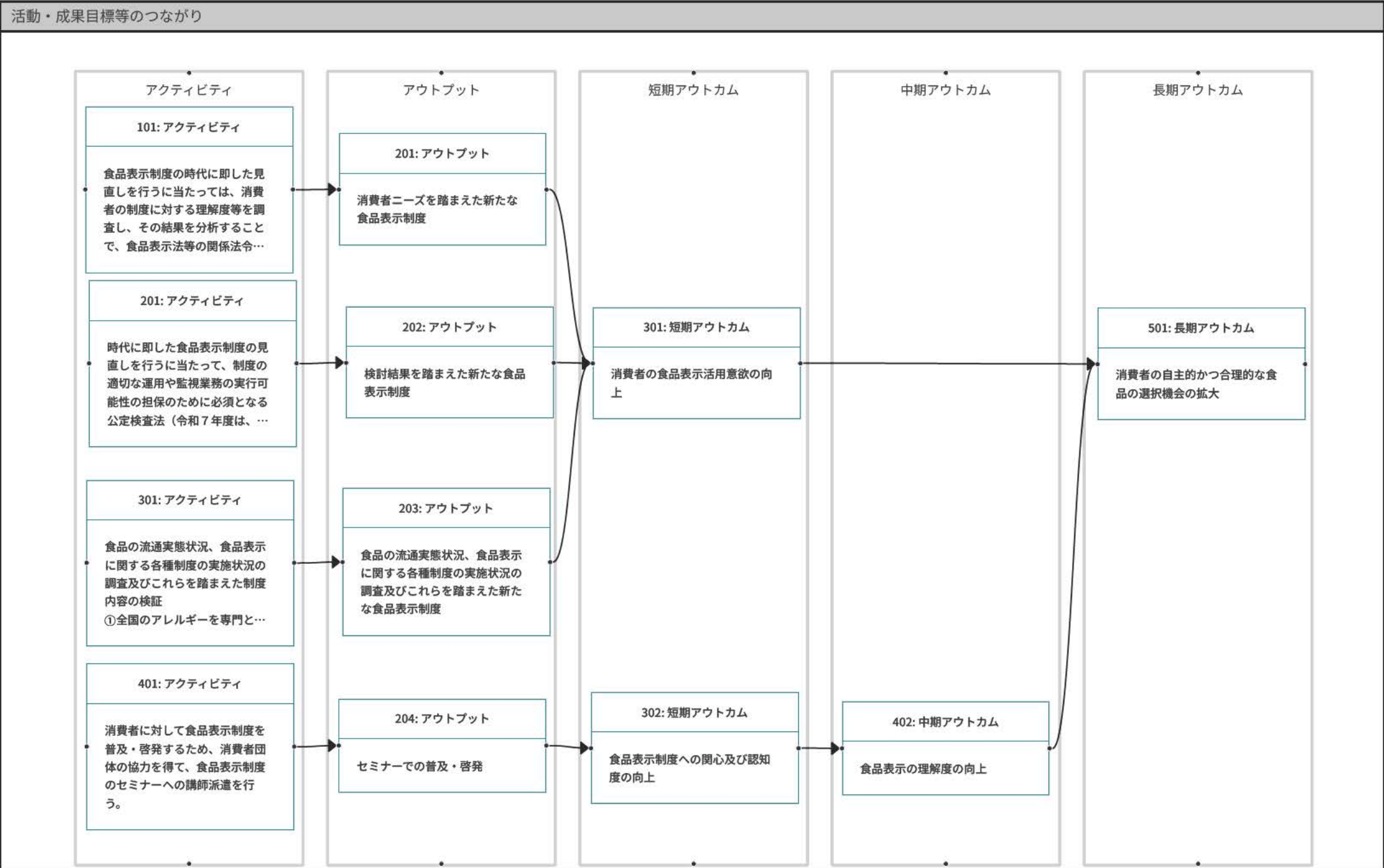
組織情報	府省庁	消費者庁							
	事業所管課室	消費者庁 食品表示課							
	作成責任者	宮長郁夫							
	その他担当組織	--							
基本情報	予算事業ID	005570	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし		
	事業年度	2026			事業区分	前年度事業			
政策・施策	政策所管	政策			施策			政策体系・評価書URL	
	消費者庁	1．消費者政策の推進			（24）食品表示制度（保健機能食品制度等を除く。）の適正化・運用			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/	
関連事業	--				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	--		--	--

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～輸出拡大等による「海外から稼ぐ力」の強化～（令和7年5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）		https://www.maff.go.jp/j/shokusan/export/progress/attach/pdf/index-43.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和5年6月16日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和6年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/2024_basicpolicies_ja.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		79,000	162,251	104,249	115,279	131,441	
	当初予算		33,000	91,073	83,783	83,715	--	
	補正予算		65,000	10,286	31,000	--	--	
	前年度から繰越し		--	65,000	10,286	31,000	--	
	予備費等		--	--	5,894	--	--	
	計		98,000	166,359	130,963	114,715	--	
	執行額		29,526	145,751	108,679	--	--	
	執行率		30.1%	87.6%	83%	--	--	
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	--		37,059		--	
		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			--		83,715	131,441
		前年度から繰越し --			--		31,000	--
主な増減理由	令和９年度は食品の表示内容の妥当性を確認するための科学的検証方法の開発等を行うために必要な予算を要望するため。				その他特記事項	食品表示制度に関する調査事業・普及啓発事業が緊急的に必要となったため、「消費者政策企画・立案」（消費者政策課）から流用の上執行した		

効果発現経路



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、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。当該調査の結果を踏まえつつ、有識者の意見も聴取しながら、消費者のニーズが適切に反映されるよう必要な制度の見直しを行う。				
アウトプット	活動目標	消費者ニーズを踏まえた新たな食品表示制度		活動指標	「食品表示に関する消費者意向調査」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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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	制度見直しにより、消費者ニーズに即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	98	--
	達成率(%)	99	100	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7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	検討結果を踏まえた新たな食品表示制度		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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	制度の見直しにより、時代に即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	98	--
	達成率(%)	99	100	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７年度より、栄養機能食品における栄養成分の下限値・上限値及び機能の文言並びに摂取をする上での注意事項を検討するため「栄養機能食品に関する検討会」を開催				
アウトプット	活動目標	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新たな食品表示制度		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	3	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	6	3	5	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	制度の見直しにより、時代に即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97	98	98	--
	達成率(%)	99	100	100	--

アクティビティからの発現経路 401-204-302-402-501

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	セミナーでの普及・啓発		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	10	10	10	10
	活動実績／成果実績(回)	10	11	10	--
↓ 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及び認知度が高まる。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心及び認知度の向上		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）	消費者庁調べ 【補足】 2025年度実績測定より、集計ツールの変更を行っており、目標値は2026年度から記載。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(回)	4,000,000	4,000,000	--	200,000
	活動実績／成果実績(回)	6,572,624	5,914,984	204,858	--
	達成率(%)	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及び認知度が高まり、自発的に食品表示制度について学ぶ機会も発生すれば、食品表示の理解度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の理解度の向上		成果指標	消費期限表示の理解度	
	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）	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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		目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		--		65	
	活動実績／成果実績(%)		53.7		--	
	達成率(%)		--		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発活動による「消費者の関心及び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理解が進めば、食品を選択する際に食品表示を活用する消費者が増加する。 普及啓発による食品表示制度の理解度向上を通じて、消費者の食品選択の際の表示活用機会を拡大することが重要である。 なお、その他の表示事項の理解度は下記のとおり。 ＜賞味期限＞2025年度：54.5％ ＜原材料名＞2025年度：54.6％ ＜添加物＞2025年度：64.3％ ＜遺伝子組換え表示＞2025年度：47.9％					
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大		成果指標	食品表示の商品選択への寄与度	
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)		97	98	98	--
	達成率(%)		99	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	--				

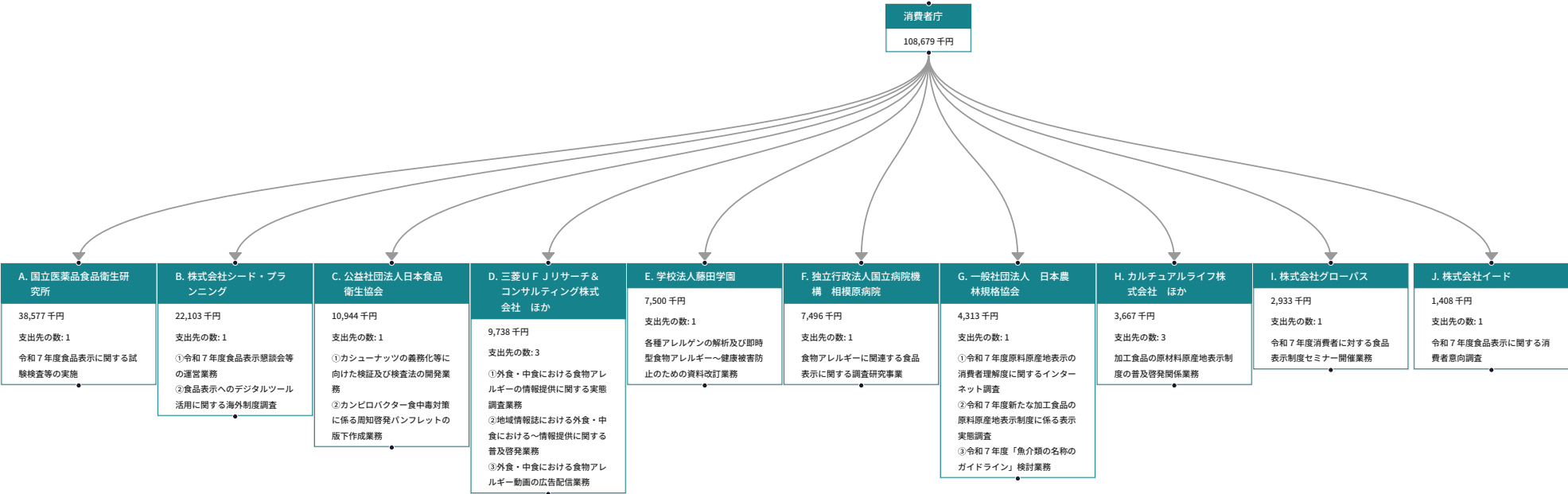
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	食品表示制度における課題については、消費者の意向等の調査を行った上で、様々な関係者を交えて制度の検討を行うことが必要であり、設定される表示基準に係る表示の適正性を監視するための検査法の開発等を行うことと併せて、優先度が高く、かつ国において実施する必要がある。 また、成果物は制度の検討・担保をする上で十分に活用されており、有効性についても妥当であると評価できる。さらに、上記の点検結果のとおり、経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。 食品表示制度を効果的に普及啓発することは、消費者の安全・安心、健康づくりの推進、自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するために必要があることから、国費投入の必要性が認められ、かつ、成果実績は成果目標に見合ったものとなっていることから有効性についても妥当であると評価できる。 また、上記の点検結果のとおり、経費は適切に執行されており、事業の効率性も図られている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、効率的な予算執行に努め、本制度を適切に実施するとともに、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	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2025
	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	・一部の調達において一者応札となっている。その他の応札者が見込めるよう仕様書や調達時期を見直すなど調達方法について工夫いただきたい。 ・引き続き、中期アウトカムである食品表示の理解度に係る実績値の推移を継続的に把握するとともに、集計ツールの変更を踏まえた成果指標の連続性についても必要に応じて確認していただきたい。
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	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。また、事業の有効性の適切な点検につながるように、継続的に成果実績の変化状況を確認する。		
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	国立医薬品食品衛生研究所	38,577	1	令和 7 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		38,577	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 7 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)		38,577	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B	株式会社シード・プランニング	22,103	1	①令和 7 年度食品表示懇談会等の運営業務 ②食品表示へのデジタルツール活用に関する海外制度調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社シード・プランニング		22,103	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 7 年度食品表示懇談会等の運営業務 一般競争契約（最低価格）		17,856	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。	
	食品表示へのデジタルツール活用に関する海外制度調査 一般競争契約（最低価格）		4,247	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	公益社団法人日本食品衛生協会	10,944	1	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 ②カンピロバクター食中毒対策に係る周知啓発パンフレットの版下作成業務		
	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		10,944	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)		10,929	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。	
	カンピロバクター食中毒対策に係る周知啓発パンフレットの版下作成業務 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	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	D 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 ほか		9,738	3	①外食・中食における食物アレルギーの情報提供に関する実態調査業務 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 ③外食・中食における食物アレルギー動画の広告配信業務	
	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		4,822	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
	外食・中食における食物アレルギーの情報提供に関する実態調査業務 一般競争契約（最低価格）		4,822	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		
	株式会社タウン情報全国ネットワーク		3,953	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・中食における食物アレルギーの情報提供に関する普及啓発業務 一般競争契約（最低価格）		3,953	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		
	株式会社アカンパニーテクノロジーズ		963	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
	外食・中食における食物アレルギー動画の広告配信業務 随意契約（少額）		963	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 学校法人藤田学園		7,500	1	各種アレルギーの解析及び即時型食物アレルギー～健康被害防止のための資料改訂業務	
	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

支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
		各種アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーによる健康被害防止のための資料改訂業務 随意契約（その他）(特命随契)	7,500	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	独立行政法人国立病院機構 相模原病院		7,496	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		7,496	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)		7,496	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	
G	一般社団法人 日本農林規格協会		4,313	1	①令和7年度原料原産地表示の消費者理解度に関するインターネット調査 ②令和7年度新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る表示実態調査 ③令和7年度「魚介類の名称のガイドライン」検討業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	一般社団法人日本農林規格協会		4,313	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
	令和7年度原料原産地表示の消費者理解度に関するインターネット調査 随意契約（少額）		1,607	1	--	--
	令和7年度新たな加工食品の原料原産地表示制度に係る表示実態調査 随意契約（少額）		1,355	1	--	--
	令和7年度「魚介類の名称のガイドライン」検討業務 随意契約（少額）		1,351	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	カルチュアライフ株式会社 ほか		3,667	3	加工食品の原材料原産地表示制度の普及啓発関係業務	
	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	
	カルチュアライフ株式会社	2,497	1010001191596		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	加工食品の原材料原産地表示制度の普及用資材制作に関する事業 随意契約（少額）	1,980	1	--	--
	加工食品の原料原産地表示制度の普及用資材ショート版の制作作業 随意契約（少額）	517	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社太陽美術	593	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
	加工食品の原料原産地表示制度の普及啓発用資材制作業務 随意契約（少額）	593	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社アライ印刷	577	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
	加工食品の原料原産地表示に係るパンフレットのレイアウト調整及び印刷・製本業務並びにリーフレットの版下作成及び印刷業務 随意契約（少額）	537	1	--	--
	加工食品の原料原産地表示に係るパンフレットのレイアウト調整業務 随意契約（少額）	40	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	株式会社グローパス	2,933	1	令和7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	2,933	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

	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
			令和 7 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）	2,933	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		
	J	株式会社イード		1,408	1	令和 7 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			
		株式会社イード		1,408	5011201013586			
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 年度食品表示に関する消費者意向調査 随意契約（少額）		1,408	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	国立医薬品食品衛生研究所	令和 7 年度食品表示に関する試験検査等の実施	事業費	役務	38,577
	B	株式会社シード・プランニング	令和 7 年度食品表示懇談会等の運営業務	事業費	役務	17,856
	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	役務	10,929
	D	三菱UFJリサーチ＆コンサルティング株式会社	外食・中食における食物アレルギーの情報提供に関する実態調査業務	事業費	調査	4,822
	E	学校法人藤田学園	各種アレルギーの解析及び即時型食物アレルギーによる健康被害防止のための資料改訂業務	事業費	役務	7,500
	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	7,496
	G	一般社団法人日本農林規格協会	令和 7 年度原料原産地表示の消費者理解度に関するインターネット調査	事業費	調査	1,607
	H	カルチュアラルライフ株式会社	加工食品の原材料原産地表示制度の普及用資材制作に関する事業	事業費	役務	1,980
	I	株式会社グローパス	令和 7 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	役務	2,933

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	2026	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）保健機能食品に関する制度等の適正化・運用		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	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とともに、国民の健康の保護及び増進に寄与することを目的とする。 また、機能性表示食品に関する科学技術の振興を促し、機能性表示食品の安全性及び制度の信頼性の向上を図るとともに、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	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性を高め、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。 食品衛生基準科学研究費補助金については、大学や国立・民間の試験研究機関に所属する研究者等を交付対象とする補助金であり、機能性表示食品制度の運用等に活用する観点も踏まえ、食品安全に係る技術水準の向上に資する研究を進めることができるよう、外部有識者からなる事前及び中間・事後評価委員会での評価結果を踏まえた研究の推進を図る必要がある。 なお、本事業における当該補助金は、事業者の責任において機能性の表示を可能とする機能性表示食品が広く活用されている一方、新たな機能性関与成分を含む食品が販売される等の状況にある中、機能性表示食品の安全性の向上及び制度の信頼性の向上に科学的視点を一層取り入れるため令和８年度から開始している。			
	事業の概要	・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。 ・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。 ・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。 ・表示事項全般や各表示制度に関する普及啓発資料の作成。 ・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。 ・国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行うことにより、機能性表示食品の安全性の向上及び制度の信頼性の向上に資する研究の実施を行う。			
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/food_labeling/foods_with_health_claims/			
根拠法令	法令名	法令番号	条	項	号・号の細分
	食品表示法	平成二十五年法律第七十号	--	--	--
	健康増進法	平成十四年法律第百三号	--	--	--

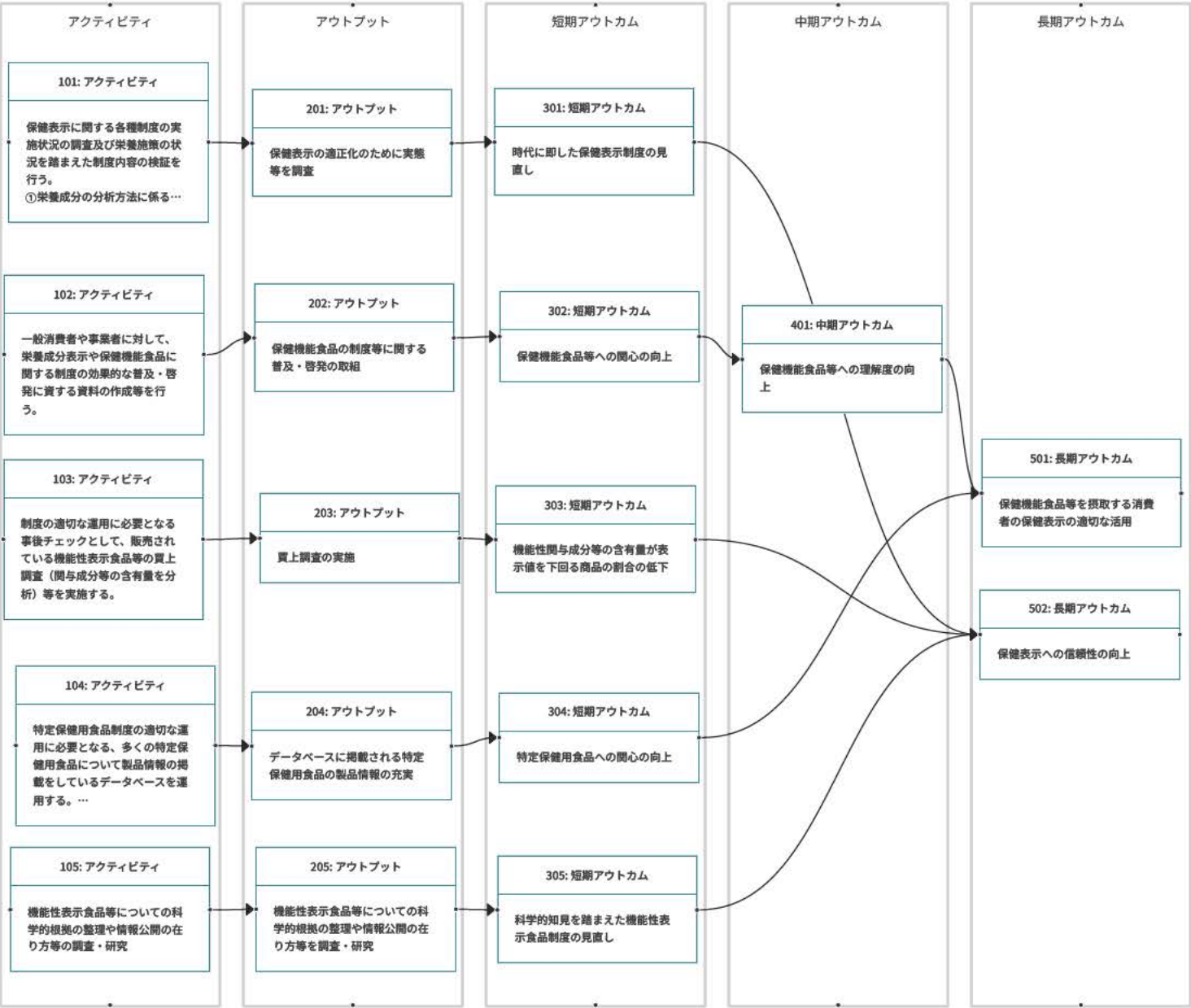
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2024（令和6年6月21日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2024/decision0621.html	
	・健康・医療戦略（令和7年2月18日閣議決定）		https://www.cas.go.jp/jp/seisakukaigi/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/index.html	
実施方法	直接実施 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	2027		
	要求額		42,000	43,397	413,316	231,804	183,734		
	当初予算		11,000	34,106	226,785	216,078	--		
	補正予算		--	91,260	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	50,340	--	--		
	予備費等		--	13,278	--	--	--		
	計		11,000	138,644	277,125	216,078	--		
	執行額		13,572	69,381	188,253	--	--		
	執行率		123.4%	50%	67.9%	--	--		
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 / 非常勤職員手当				--		95,132	75,123
		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				--		82,428	77,513
		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				--		13,902	13,902
		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	5,793
		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				--		7,584	4,995
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 情報処理業務庁費				--		3,888	3,888
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		--	2,520
	主な増減理由	「食品表示対策の推進」で計上していた非常勤職員手当の一部をこちらで計上することとしたため。				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 101-201-301-502

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を行う。 ①栄養成分の分析方法に係る妥当性確認ガイドラインの作成に係る課題抽出及び論点整理等 ②日本版包装前面栄養表示の様式案等に係るアンケート調査 ③機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査 ④特定保健用食品及び機能性表示食品における保健の用途の試験に関する調査				
アウトプット	活動目標	保健表示の適正化のために実態等を調査		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）	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	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	3	3	2	2
	活動実績／成果実績(件)	5	2	4	--
↓ 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の実施に活かされる。				
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	（参考）令和7年度の制度改正等 ・食品表示基準の一部改正（機能性表示食品の表示禁止事項の一部見直し）（令和7年10月1日） ・「日本版包装前面栄養表示ガイドライン」の策定・公表（令和8年2月）		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	栄養施策の状況等を踏まえた消費者に分かりやすく時代に即した制度の改正が重要であり、その改正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	時代に即した保健表示制度の見直しが行われることで、より一層、安全性の確保や健康の保護及び増進に資する制度となり、保健表示の信頼性が向上する。				

長期アウトカム	成果目標	保健表示への信頼性の向上	成果指標	機能性表示食品を「現在摂取している」又は「摂取したことはないが、今後摂取してみたい」と回答した者のうち、「国の制度に基づいた食品で信頼できるから」、「表示されている機能を期待しているから」又は「安全性が担保されているから」という理由を選んだ者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考指標) ・機能性表示食品を「以前摂取していたが、今は摂取していない」又は「これまでに摂取したことはなく、今後も摂取する予定はない」と回答した者のうち、「機能があるか信頼できないから」、「安全性に不安があるから」又は「国が審査・許可したものではないから」という理由を選んだ者の割合：31.9%（2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	制度の適正な見直しはその表示を活用する消費者からの信頼に直結するため。

活動・成果目標と実績		2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	--	80
	活動実績／成果実績(%)	76.8	--
	達成率(%)	--	--

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、栄養成分表示や保健機能食品に関する制度の効果的な普及・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	保健機能食品の制度等に関する普及・啓発の取組		活動指標	保健機能食品の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）	消費者庁調べ （参考情報） 令和7年度においては、パンフレット・教材を5件新規作成又は更新 （その他、政府広報における地上波CMオンエアやバナー広告、説明会等の実施など）
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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
	当初見込み／目標値(件)	45	45	45	55
	活動実績／成果実績(件)	58	113	59	--
↓ 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）	消費者庁調べ 【補足】 2025年度実績測定より、集計ツールの変更を行っており、目標値は2026年度から記載。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(件)	110,000	110,000	--	50,000
	活動実績／成果実績(件)	104,951	138,252	50,407	--
	達成率(%)	95.4	125.7	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の健康の増進に資する保健表示は、その関心の向上を高めることはもちろんのこと、適切な活用につなげるため、その理解度の向上が重要である。 また、事業者における制度の理解度を高めることで、制度の適正な運用にもつながる。				

中期アウトカム	成果目標	保健機能食品等への理解度の向上		成果指標	特定保健用食品への理解度
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(他指標) ・栄養機能食品への理解度：2025年度 5.7% ・機能性表示食品への理解度：2025年度 5.1%		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 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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			2025年度		目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--		30
	活動実績／成果実績(%)		9.7		--
	達成率(%)		--		--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者の保健機能食品等への理解度が高まることによって、保健機能食品等を摂取する消費者は、適切にその保健表示を活用することができる。				
長期アウトカム	成果目標	保健機能食品等を摂取する消費者の保健表示の適切な活用		成果指標	特定保健用食品を摂取している者のうち、特定保健用食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(他指標) ・栄養機能食品を摂取している者のうち、栄養機能食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：20.6%（2025年度） ・機能性表示食品を摂取している者のうち、機能性表示食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：16.3%（2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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			2025年度		最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--		50
	活動実績／成果実績(%)		23.2		--
	達成率(%)		--		--

アクティビティからの発現経路 103-203-303-502

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）等を実施する。				
アウトプット	活動目標	買上調査の実施		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 ・ 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（令和6年度補正予算） 【目標値変更理由】 令和6年度補正予算事業の終了に伴う見直し
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(品)	100	100	1,000	500
	活動実績／成果実績(品)	101	100	1,000	--
↓ 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端緒として、表示値の妥当性の検証がなされることで、事業者における品質管理の質が向上し、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
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	97.6	98.8	--	--
	達成率(%)	100.4	100.8	--	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	機能性関与成分等の含有量が表示値より下回る商品の割合が低下することで、制度がより適正に運用されている状態となり、販売されている機能性表示食品等の表示の信頼性が向上する。				

長期アウトカム	成果目標	保健表示への信頼性の向上	成果指標	機能性表示食品を「現在摂取している」又は「摂取したことはないが、今後摂取してみたい」と回答した者のうち、「国の制度に基づいた食品で信頼できるから」、「表示されている機能を期待しているから」又は「安全性が担保されているから」という理由を選んだ者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考指標) ・機能性表示食品を「以前摂取していたが、今は摂取していない」又は「これまでに摂取したことはなく、今後も摂取する予定はない」と回答した者のうち、「機能があるか信頼できないから」、「安全性に不安があるから」又は「国が審査・許可したものではないから」という理由を選んだ者の割合：31.9% (2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	特に事業者の責任で届出がされる機能性表示食品について、販売されている製品の機能性関与成分の含有量の調査結果を端緒として、表示値の妥当性の検証がなされることにより、事業者における品質管理の質の向上や適正な表示による消費者への情報提供が期待されることから、表示の信頼性の向上に直結するアクティビティである。
活動・成果目標と実績			2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	80
	活動実績／成果実績(%)		76.8	--
	達成率(%)		--	--

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なとなる、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を運用する。 また、素材情報データベースの有効性情報の拡充を行う。				
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	当該年度に許可された品目で、当該年度にデータベースへ製品情報を掲載した品目の割合
	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）	消費者庁調べ 【活動指標の変更】より明瞭な指標とするための見直し
	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(%)	100	100	100	100
	活動実績／成果実績(%)	--	--	91.3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	本データベースの製品情報等を充実させることにより、短期的な成果としては、既に特定保健用食品に関心を持っていた消費者からのアクセスによりアクセス件数が増加する。当該消費者の特定保健用食品への関心がより向上する。				
短期アウトカム	成果目標	特定保健用食品への関心の向上		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）	https://hfnet.nibn.go.jp/specific-health-food/
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(件)	--	1,000,000	1,000,000	1,000,000
	活動実績／成果実績(件)	702,791	933,512	603,948	--
	達成率(%)	--	93.4	60.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	特定保健用食品に関心を持つ消費者が、データベースの商品情報等を活用した消費行動（合理的選択）が可能となる。				

長期アウトカム	成果目標	保健機能食品等を摂取する消費者の保健表示の適切な活用	成果指標	特定保健用食品を摂取している者のうち、特定保健用食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(他指標) ・栄養機能食品を摂取している者のうち、栄養機能食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：20.6%（2025年度） ・機能性表示食品を摂取している者のうち、機能性表示食品の特徴を正しく理解して摂取している者の割合：16.3%（2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	データベースの商品情報等は、単に制度の特徴や表示への消費者の理解を高めるよりは、商品選択に活かすための情報であるため、長期アウトカムに直結する。
活動・成果目標と実績			2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	50
	活動実績／成果実績(%)		23.2	--
	達成率(%)		--	--

アクティビティからの発現経路 105-205-305-502

アクティビティ	機能性表示食品等についての科学的根拠の整理や情報公開の在り方等の調査・研究			
アウトプット	活動目標	機能性表示食品等についての科学的根拠の整理や情報公開の在り方等を調査・研究	活動指標	調査・研究実施件数
	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）	令和8年度食品衛生基準科学研究費補助金公募要項等について https://www.caa.go.jp/notice/entry/044085/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			2026年度	
	当初見込み／目標値(件)		1	
	活動実績／成果実績(件)		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	各調査・研究から得られた科学的知見を踏まえ、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機能性表示食品制度の見直しに活かされる。			
短期アウトカム	成果目標	科学的知見を踏まえた機能性表示食品制度の見直し	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	一例として、機能性表示食品の届出資料の妥当性に寄与する制度の見直しの検討を行う。	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	制度改正を定量的に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	科学的根拠に基づいた制度改正が行われることで、機能性表示食品制度とその表示への信頼性が高まる。			

長期アウトカム	成果目標	保健表示への信頼性の向上	成果指標	機能性表示食品を「現在摂取している」又は「摂取したことはないが、今後摂取してみたい」と回答した者のうち、「国の制度に基づいた食品で信頼できるから」、「表示されている機能を期待しているから」又は「安全性が担保されているから」という理由を選んだ者の割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	(参考指標) ・機能性表示食品を「以前摂取していたが、今は摂取していない」又は「これまでに摂取したことはなく、今後も摂取する予定はない」と回答した者のうち、「機能があるか信頼できないから」、「安全性に不安があるから」又は「国が審査・許可したものではないから」という理由を選んだ者の割合：31.9%（2025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）	食品表示に関する消費者意向調査 【目標/指標の変更理由】 食品表示に関する消費者意向調査の設問の見直しと併せた指標の見直し
	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	科学的根拠に基づいた制度とその表示は、活用する消費者からの信頼に直結するため。
活動・成果目標と実績			2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		--	80
	活動実績／成果実績(%)		76.8	--
	達成率(%)		--	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	--		
	URL	--		
	該当箇所	--		

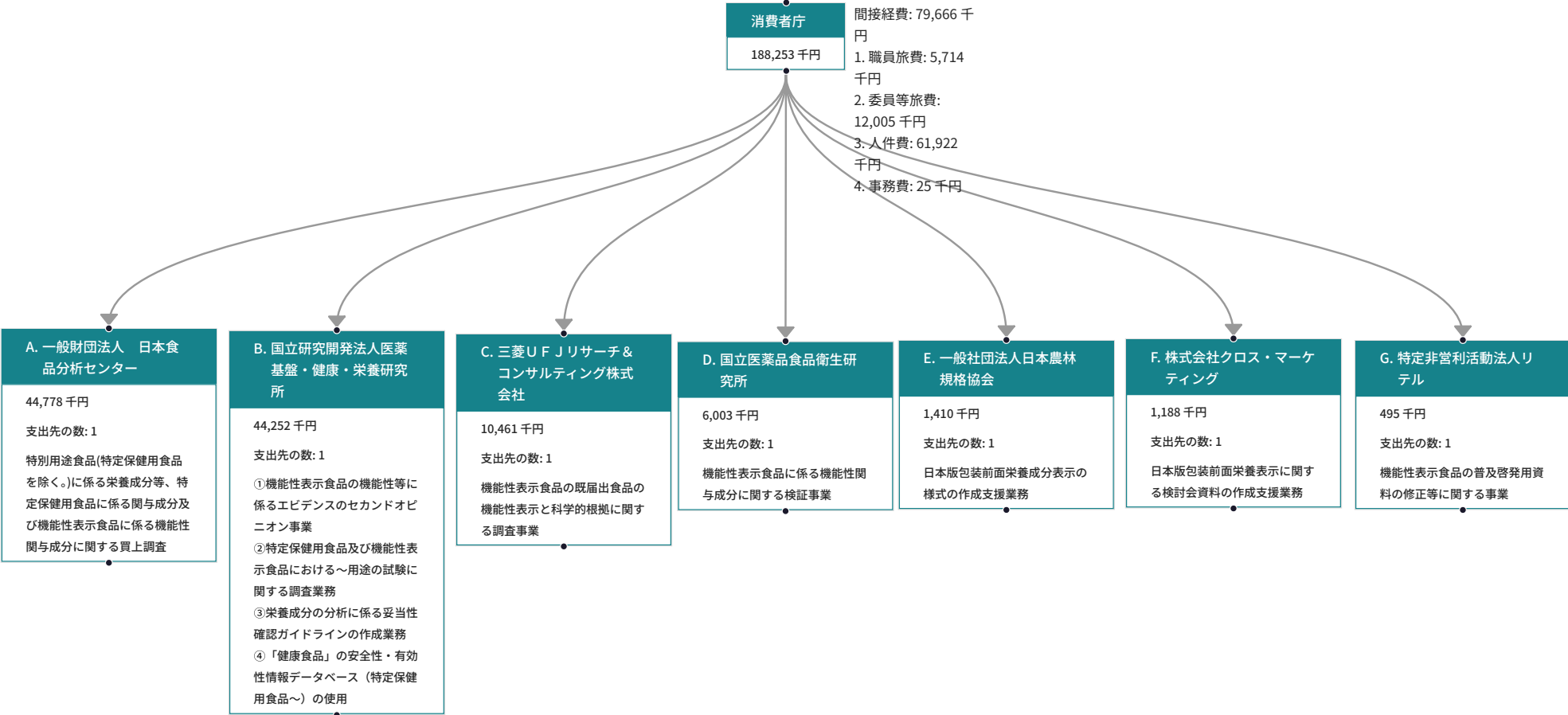
点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・本事業で実施した各種調査等の結果は、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択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。 ・健康の保護及び増進や安全性の確保のためには、摂取する消費者が保健表示を適切に活用することが重要であり、そのために必要な知識や理解を醸成する保健機能食品等の普及啓発は国費投入の必要性が認められる。なお、その有効性を測る理解度については継続的に変化状況を確認する必要がある。 ・機能性表示食品等の科学的根拠の整理や情報公開の在り方等を研究・調査する、食品衛生基準科学研究費補助金については、令和８年度から新たに開始するアクティビティであり、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会において、研究内容・成果を厳正に評価する。また、研究成果は厚生労働科学研究成果データベース等で公表する。				
	目標年度における効果測定に関する評価	消費者からの保健表示への信頼性の向上及び摂取する消費者の保健表示の適切な活用は、保健機能食品に関する制度等の適切な運用や見直しの検討を切れ目なく進め、常に維持・向上するものである。				
	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や見直し等を進め、消費者からの保健表示への信頼性について更なる向上を目指す。また、摂取する消費者が適切に保健表示を活用できるよう、消費者の理解度の向上に資する普及・啓発に努める。 食品衛生基準科学研究費補助金については、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会における厳正な評価を行い、当該評価結果を踏まえて、機能性表示食品制度の信頼性及び安全性の向上等に一層資する研究となるよう事業内容を改善していく。				
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	・一般競争入札（総合評価落札方式）の一者応札については、その要因を分析し、一者応札の解消に努めること。 ・設定した成果指標（保健表示への信頼性及び消費者の理解度・適切な活用に係る指標）について、食品表示に関する消費者意向調査の設問見直しに伴い指標が変更されていることを踏まえ、引き続き実績値の推移を継続的に把握するとともに、目標値の妥当性についても必要に応じて検証していただきたい。		

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	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。また、事業の有効性の適切な点検につながるように、継続的に成果実績の変化状況を確認する。		
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	一般財団法人 日本食品分析センター	44,778	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		
		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		44,778	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7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）		42,507	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（実費分） 随意契約（公募）		2,271	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	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	44,252	1	①機能性表示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 ②特定保健用食品及び機能性表示食品における～用途の試験に関する調査業務 ③栄養成分の分析に係る妥当性確認ガイドラインの作成業務 ④「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～）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		44,252	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
		機能性表示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）(特命随契)		24,929	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。
		特定保健用食品及び機能性表示食品における保健の用途の試験に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）		9,975	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
		栄養成分の分析に係る妥当性確認ガイドラインの作成業務 一般競争契約（最低価格）		5,460	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
		「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。

支出先ブロック名		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	三菱ＵＦＪリサーチ＆コンサルティング株式会社	10,461	1	機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査事業		
	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	10,461	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	
	機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査事業 随意契約（不落・不調）	10,461	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	国立医薬品食品衛生研究所	6,003	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	6,003	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)	6,003	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E	一般社団法人日本農林規格協会	1,410	1	日本版包装前面栄養成分表示の様式の作成支援業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	一般社団法人日本農林規格協会	1,410	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	
	日本版包装前面栄養成分表示の様式の作成支援業務 随意契約（少額）	1,410	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	株式会社クロス・マーケティング	1,188	1	日本版包装前面栄養表示に関する検討会資料の作成支援業務		

	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		
		株式会社クロス・マーケティング	1,188	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
		日本版包装前面栄養表示に関する検討会資料の作成支援業務 一般競争契約（最低価格）	1,188	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	
	G	特定非営利活動法人リテル	495	1	機能性表示食品の普及啓発用資料の修正等に関する事業	
		支出先名	支出額	法人番号		
		特定非営利活動法人リテル	495	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
機能性表示食品の普及啓発用資料の修正等に関する事業 随意契約（少額）		495	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	一般財団法人日本食品分析センター	令和7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	事業費	調査	42,507
	B	国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所	機能性表示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	事業費	調査	24,929
	C	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社	機能性表示食品の既届出食品の機能性表示と科学的根拠に関する調査事業	事業費	調査	10,461
	D	国立医薬品食品衛生研究所	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	事業費	役務	6,003
	E	一般社団法人日本農林規格協会	日本版包装前面栄養成分表示の様式の作成支援業務	事業費	役務	1,410
	F	株式会社クロス・マーケティング	日本版包装前面栄養表示に関する検討会資料の作成支援業務	事業費	役務	1,188
	G	特定非営利活動法人リテル	機能性表示食品の普及啓発用資料の修正等に関する事業	事業費	役務	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

--

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	2026			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	--	--

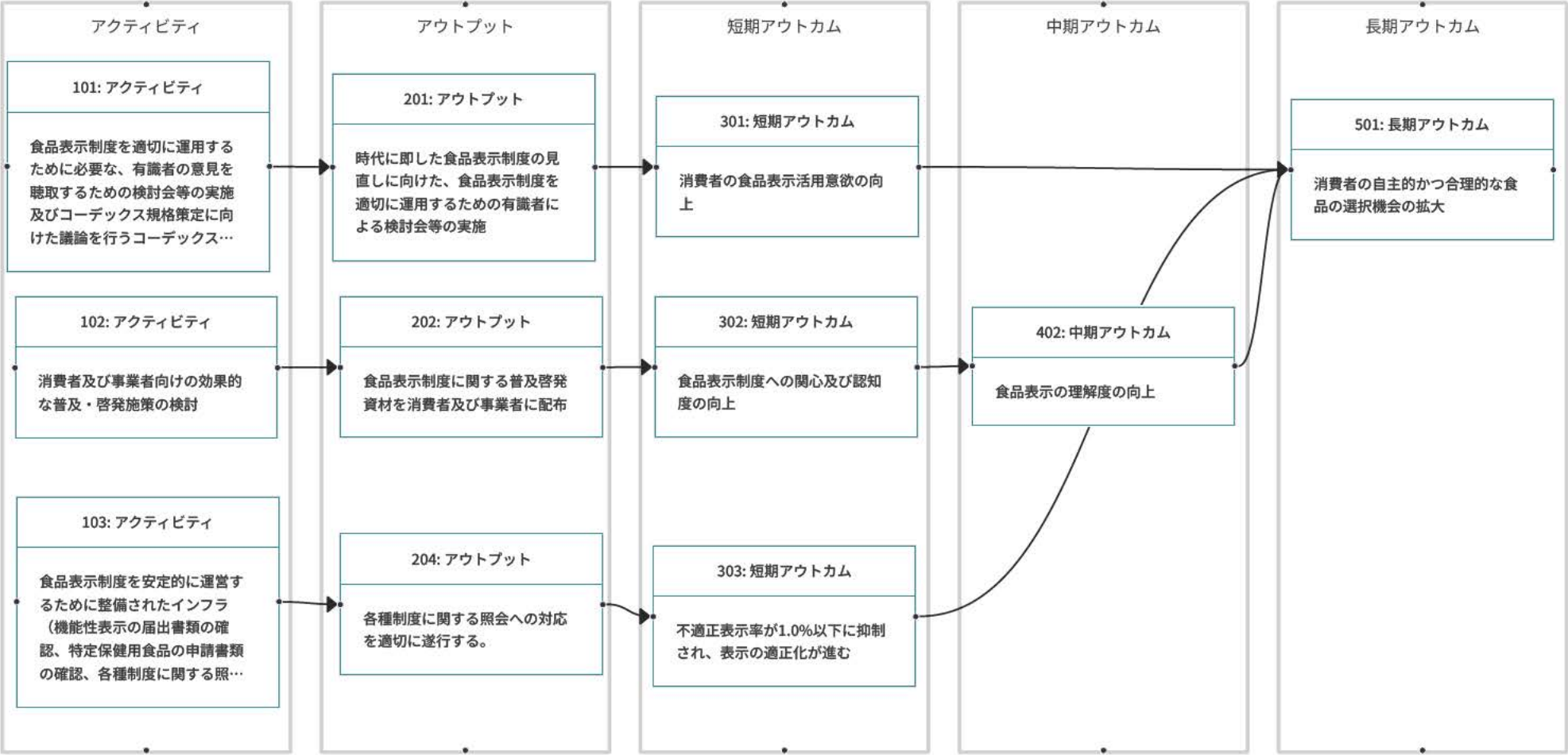
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	・消費者基本計画（令和7年3月18日閣議決定）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
	・経済財政運営と改革の基本方針2023（令和5年6月16日閣議決定）		https://www5.cao.go.jp/keizai-shimon/kaigi/cabinet/honebuto/2023/2023_basicpolicies_ja.pdf	
	・経済財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)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		92,000	89,656	97,248	103,879	132,858	
	当初予算		92,000	96,107	102,791	103,980	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		92,000	96,107	102,791	103,980	--	
	執行額		97,218	89,491	110,484	--	--	
	執行率		105.7%	93.1%	107.5%	--	--	
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 / 非常勤職員手当			--		56,555	79,303
		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			--		37,121	42,848
		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			--		5,541	5,472
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		3,497	3,386
		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			--		1,266	1,849
		主な増減理由		非常勤職員手当の一部を「保健機能食品に関する制度等の適正化・運用」で計上することとしたため。			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 101-201-301-501

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	時代に即した食品表示制度の見直しに向けた、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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	4	4	4	4
	活動実績／成果実績(回)	6	4	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	制度の見直しにより、時代に即した食品表示が行われれば、消費者が必要な情報を入手しやすくなり、食品表示を活用する意欲も向上する。				

短期アウトカム	成果目標	消費者の食品表示活用意欲の向上	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	最近の商品流通の実態や消費者ニーズを踏まえた食品表示が行われるようになれば、消費者にとってより分かりやすく、活用しやすいものとなり、食品表示の活用意欲向上に資する。そのため、下記の改正を実施。 ・表示禁止事項である機能性関与成分以外の成分を強調する用語のうち、成分を添加していないこと、成分を含まないこと等の表示については、一般的な食品と同様に容器包装上への表示を可能とするよう改正。 ・「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（令和7年1月以降に議論された項目）を踏まえた所要の改正。 ・医療機関等の専門家の意見を踏まえ、「特定原材料に準ずるもの」として任意の表示を奨励している「カシューナッツ」について、義務表示となる「特定原材料」に移行。 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	食品表示制度を通じて、消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を拡大するためには、まずは制度の改正を通じて消費者ニーズ等を適切に反映し、消費者の表示活用意欲を向上させる必要があるため。	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	消費者による食品表示の活用意欲が向上、活用が拡大すれば、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な選択機会が拡大する。			
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大	成果指標	食品表示の商品選択への寄与度
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)	98	98	98	--
	達成率(%)	100	100	100	--

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	消費者及び事業者向けの効果的な普及・啓発施策の検討				
アウトプット	活動目標	食品表示制度に関する普及啓発資材を消費者及び事業者に配布		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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(枚)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(枚)	12,763	11,461	7,783	--
↓ 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、食品表示へ関心や認知度が向上する。				
短期アウトカム	成果目標	食品表示制度への関心及び認知度の向上		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）	消費者庁調べ 【補足】 2025年度実績測定より、集計ツールの変更を行っており、目標値は2026年度から記載。
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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(回)	4,000,000	4,000,000	--	200,000
	活動実績／成果実績(回)	6,572,624	5,914,984	204,858	--
	達成率(%)	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及び認知度が高まり、自発的に食品表示制度について学ぶ機会も発生すれば、食品表示の理解度が向上する。				

中期アウトカム	成果目標	食品表示の理解度の向上		成果指標	消費期限表示の理解度	
	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）	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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		目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		--		65	
	活動実績／成果実績(%)		53.7		--	
	達成率(%)		--		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	普及啓発活動による「消費者の関心及び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理解が進めば、食品を選択する際に食品表示を活用する消費者が増加する。普及啓発による食品表示制度の理解度向上を通じて、消費者の食品選択の際の表示活用機会を拡大することが重要である。					
	なお、その他の表示事項の理解度は下記のとおり。 ＜賞味期限＞2025年度：54.5％ ＜原材料名＞2025年度：54.6％ ＜添加物＞2025年度：64.3％ ＜遺伝子組換え表示＞2025年度：47.9％					
長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大		成果指標	食品表示の商品選択への寄与度	
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)		98	98	98	98
	活動実績／成果実績(%)		98	98	98	--
	達成率(%)		100	100	100	--

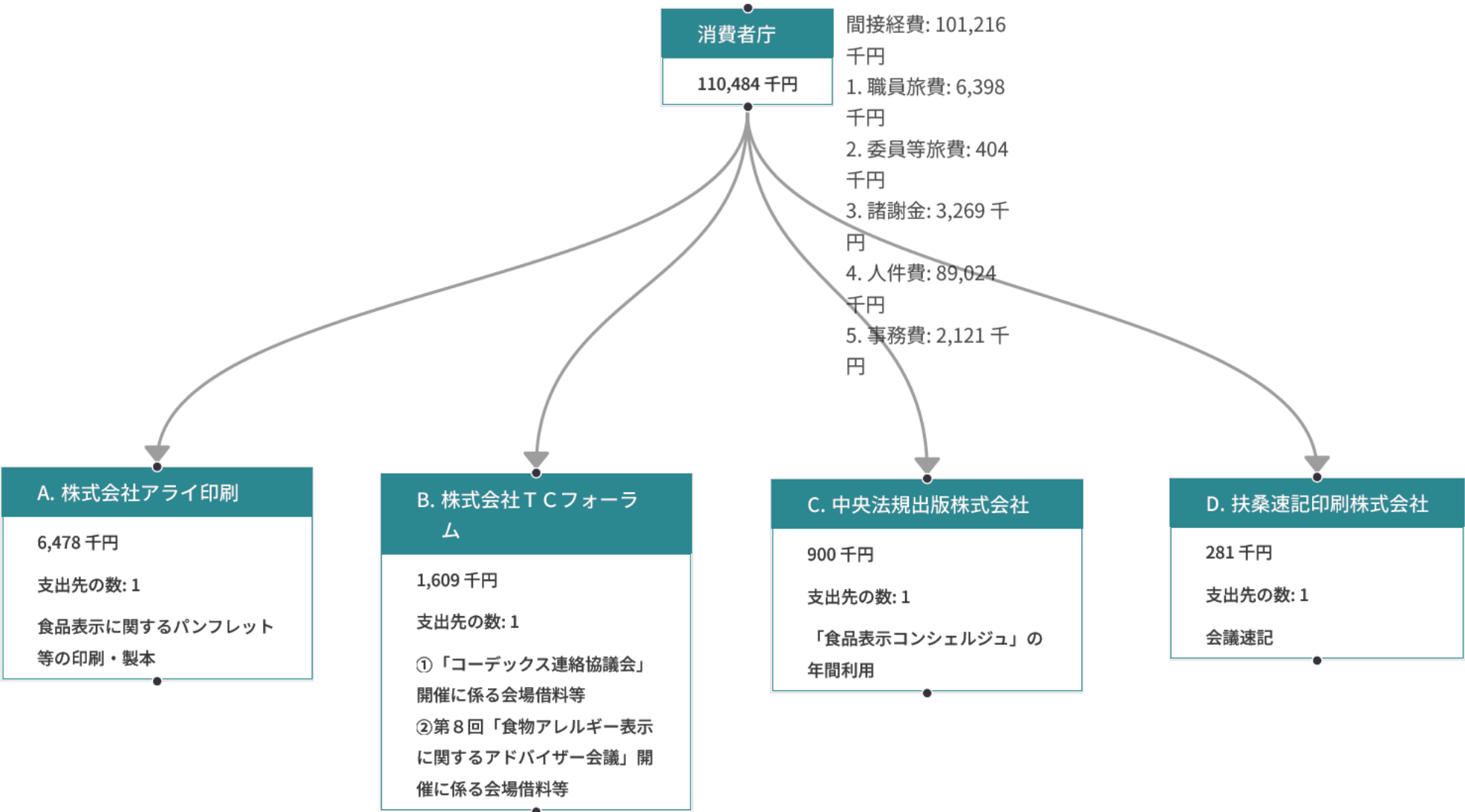
アクティビティからの発現経路 103-204-303-501

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	各種制度に関する照会への対応を適切に遂行する。		活動指標	各種制度に関する照会への対応
	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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	0	0	0	0
	活動実績／成果実績(回)	16,278	9,614	18,027	--
↓ 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各種制度に関する照会事務への対応以外にも、保健機能食品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。 ＜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・届出確認数応＞ 2023年度：1,444件、2024年度：1,596件、2025年度：1,196件 ＜製造所固有記号の申請事務への対応＞ 2023年度：8,883件、2024年度：8,763件、2025年度：8,542件 これらの事務を通じて、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	不適正表示率が1.0%以下に抑制され、表示の適正化が進む		成果指標	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不適正表示の割合
	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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(%)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(%)	1.2	1.1	1.1	--
	達成率(%)	83.3	90.9	90.9	--
↓ 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が高まり、食品表示を活用する意欲も向上して、食品表示を通じた消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会が拡大する。				

長期アウトカム	成果目標	消費者の自主的かつ合理的な食品の選択機会の拡大			成果指標	食品表示の商品選択への寄与度	
	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	2024年度	2025年度	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(%)		98	98	98	98	
	活動実績／成果実績(%)		98	98	98	--	
	達成率(%)		100	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	食品表示は、食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保に関して、重要な役割を果たしており、これを適切に企画・立案・運用するために、国費投入の必要性が認められる。また、活動実績が見込みに見合ったものであることから有効性についても妥当であると評価できる。予算の執行率に関しても経年的に改善されていることから適切に執行されている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	―		
	改善の方向性	引き続き、適切な予算執行に努めるとともに、時代に即した制度の企画・立案・運用を実施する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・引き続き、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。 ・不適正表示率について、目標値に対する未達が続いていることを踏まえ、その要因を分析するとともに、設定した指標の実績を継続的に把握し、事業効果の検証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	不適正表示率については、引き続き食品表示制度の適正な運用に努めつつ、指標の実績を継続的に把握して参りたい。		
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		
	A	株式会社アライ印刷	6,478	1	食品表示に関するパンフレット等の印刷・製本		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社アライ印刷		6,478	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	
	「加工食品の食物アレルギー表示ハンドブック」の印刷・製本業務 随意契約（少額）		3,544	1	--	--	
	「外食・中食での食物アレルギー動画普及啓発資材（リーフレット）」の印刷・製本業務 随意契約（少額）		1,845	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・製本業務 随意契約（少額）		1,089	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TCフォーラム	1,609	1	①「コーデックス連絡協議会」開催に係る会場借料等 ②第8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		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社TCフォーラム		1,609	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119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）		602	1	--	--	
	「第116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）		591	1	--	--	
	第8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）		416	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	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		
	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		
		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 随意契約（少額）		900		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	扶桑速記印刷株式会社		281		1	会議速記	
		支出先名		支出額		法人番号		
		扶桑速記印刷株式会社		281		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 一般競争契約（最低価格）		281		2	84.7	--
費目・使途 （単位：千円）		支出先名	契約概要（契約名）	費目		使途		金額
	A	株式会社アライ印刷	「加工食品の食物アレルギー表示ハンドブック」の印刷・製本業務	事業費		印刷製本費		3,544
	B	株式会社TCフォーラム	「第119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		602
	C	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	事務費		役務提供		900
	D	扶桑速記印刷株式会社	会議速記	事務費		会議速記		281
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	青崎稔							
	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	2026			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 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

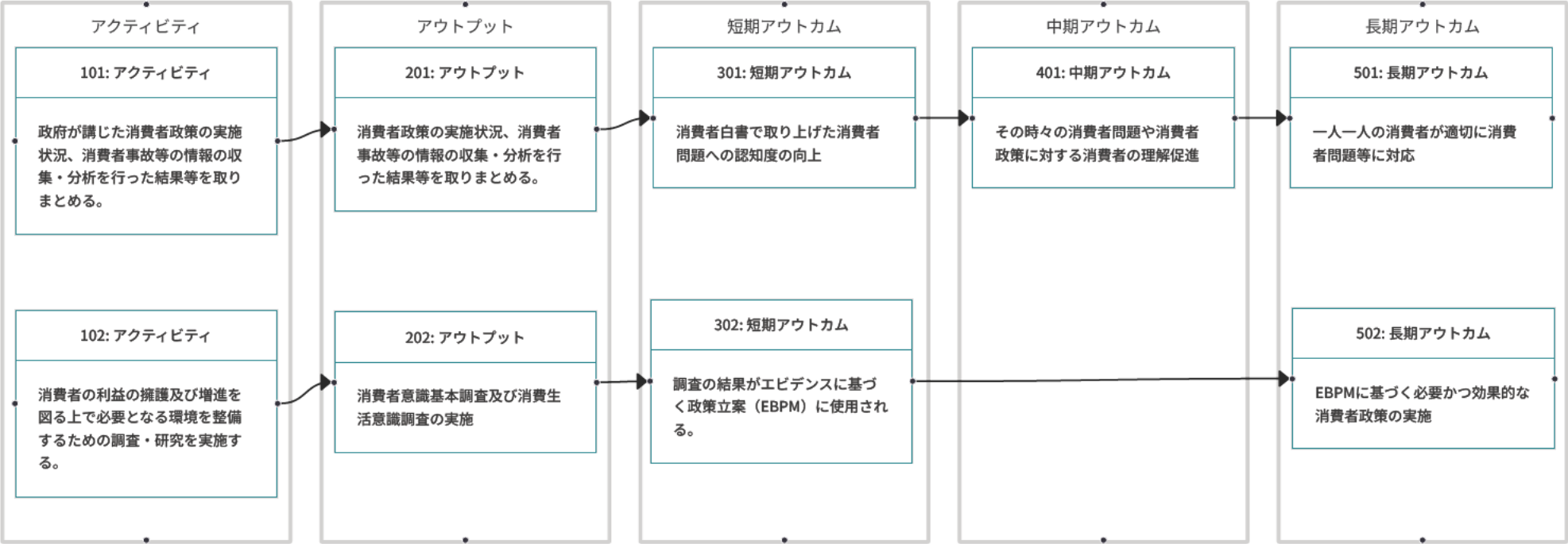
予算額執行額表 (単位：千円)		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	86,000	69,000	72,400	73,566	68,101
	当初予算	75,000	69,629	73,821	66,559	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	811	△4,826	--	--
	計	75,000	70,440	68,995	66,559	--
	執行額	61,281	59,887	61,868	--	--
	執行率	81.7%	85%	89.7%	--	--

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		--	51,821	53,017
		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		--	14,139	14,459
		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		--	304	323
		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		--	169	180
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	126	122

主な増減理由	--	その他特記事項	エシカル消費の啓発のための事業において、緊急的に必要となったため、「消費者教育充実・推進」（消費者教育推進課）へ、また、消費者利益の擁護・推進に係る表彰事業において、緊急的に必要となったため、「消費者に対する普及・啓発」（消費者教育推進課）へ流用の上、執行した。 加えて、消費者白書の作成に係る事業において、緊急的に必要となったため、「消費者契約に関する制度の企画立案」（消費者制度課）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	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		2023年度	2024年度	2025年度	2026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	--
↓ 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		2023年度	2024年度	目標年度 2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	7	7	7	10
	活動実績／成果実績(回数)	7	5	4	--
	達成率(%)	100	71.4	57.1	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回数)	7	7	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	6	7	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	2024年度までは消費者基本計画工程表、2025年度以降は行政事業レビューにおいて、調査結果がKPIに用いられている件数
	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 ○行政事業レビュー https://rssystem.go.jp/top ○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	--

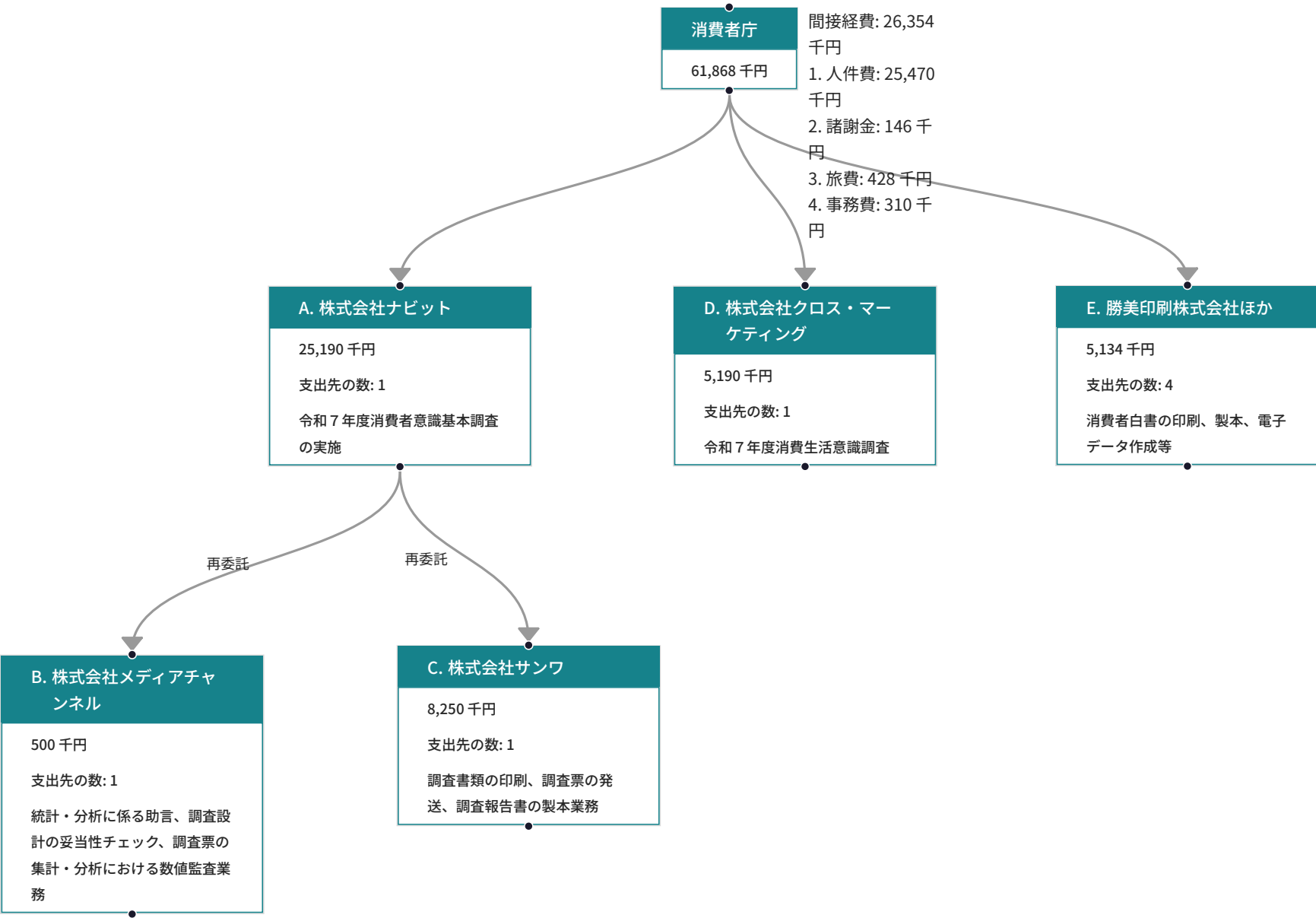
活動・成果目標 と実績		2023年度	目標年度 2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(設問数)	26	29	28	30
	活動実績／成果実績(設問数)	29	28	30	--
	達成率(%)	111.5	96.6	107.1	--
↓ 後続アウトカム へのつながり	消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現するため、エビデンスに基づく政策立案（EBPM）を実施する必要がある。				
長期アウトカム	成果目標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の実施		成果指標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の検討
	定性的なアウトカムに関する成果実績	行政事業レビューに本事業の調査結果が活用され、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づけられており、必要不可欠である。また、当該白書において、消費者意識・行動や様々な政策ニーズについて記載できるように、消費者意識基本調査を実施し、調査結果に基づき、消費者問題の現状や課題を分析している。 ・消費者白書の作成（及びそれに付随する意識基本調査の委託）においては、基本的には一般競争入札を行い、また、少額の事業に係る随意契約においても見積合わせを活用することで、より競争性が確保されるよう努めた。今後は、消費者白書のオンライン活用を推進することで、関係行政機関、地方公共団体及び国民生活センターへの冊子提供数について見直しを図り、更なる経費削減に努めている。 ・消費者白書は、印刷請負相手方において市販版も作成し、一般消費者が様々な媒体で消費者白書に触れることができるよう工夫を行っている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	引き続き、関係各所と連携し、必要な調査・研究を行い、収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2025
	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、必要な調査・研究を行い、効率的な事業の執行に努めること。 ・消費者白書の全国紙報道回数について、目標値に対する未達が続いていることから、その要因を分析するとともに、成果指標の実績の推移を継続的に把握し、事業効果の検証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	御指摘を踏まえ、必要な調査・研究を行い、効率的な事業の執行に努める。 また、消費者白書の全国紙報道回数ほか、成果指標の実績の推移を継続的に把握し、事業効果の検証に取り組んでいく。		
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	株式会社ナビット	25,190	1	令和7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		
	株式会社ナビット		25,190	7010001089876		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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年度消費者意識基本調査 一般競争契約（最低価格）		25,190	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	株式会社メディアチャンネル	500	1	統計・分析に係る助言、調査設計の妥当性チェック、調査票の集計・分析における数値監査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社メディアチャンネル		500	9011001040298		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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年度消費者意識基本調査」業務に係る統計・分析に係る助言、調査設計の妥当性チェック、調査票の集計・分析における数値監査業務 その他(Aの再委託)		500	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	C	株式会社サンワ	8,250	1	調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告書の製本業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社サンワ		8,250	8010001017910		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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年度消費者意識基本調査」業務に係る調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告書の製本業務 その他(Aの再委託)		8,250	--	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
D	株式会社クロス・マーケティング	5,190	1	令和7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	5,190	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7年度消費生活意識調査 一般競争契約（最低価格）	5,190	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	勝美印刷株式会社ほか	5,134	4	消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	勝美印刷株式会社	3,948	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7年版消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等の作業 請負 一般競争契約（最低価格）	3,839	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	令和7年版消費者白書の市販版の購入 随意契約（少額）	109	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	朝日梱包株式会社	679	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年版消費者白書の梱包・発送 随意契約（少額）	679	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	307	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		
「令和7年版消費者白書」概要版の英訳業務 随意契約（少額）	307	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		
		株式会社太陽技報堂		200	8010001133856		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 8 年版消費者白書に掲載する図表画像の作成・検査作業請負 随意契約（少額）		200	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	株式会社ナビット	令和 7 年度消費者意識基本調査	雑役務費	令和 7 年度消費者意識基本調査の実施		16,440
	--	--	--	再委託費	統計・分析に係る助言、調査設計の妥当性 チェック、調査票の集計・分析における数 値監査業務		500
	--	--	--	再委託費	調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告 書の製本業務		8,250
	C	株式会社サンワ	「令和 7 年度消費者意識基本調 査」業務に係る調査書類の印 刷、調査票の発送、調査報告書 の製本業務	雑役務費	調査書類の印刷、調査票の発送、調査報告 書の製本業務		8,250
	D	株式会社クロス・マーケティング	令和 7 年度消費生活意識調査	雑役務費	令和 7 年度消費生活意識調査		5,190
	E	勝美印刷株式会社	令和 7 年版消費者白書の印刷、 製本、電子データ作成等の作業 請負	雑役務費	令和 7 年版消費者白書の印刷、製本、電子 データ作成等		3,839
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 青崎稔							
	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	2026			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 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

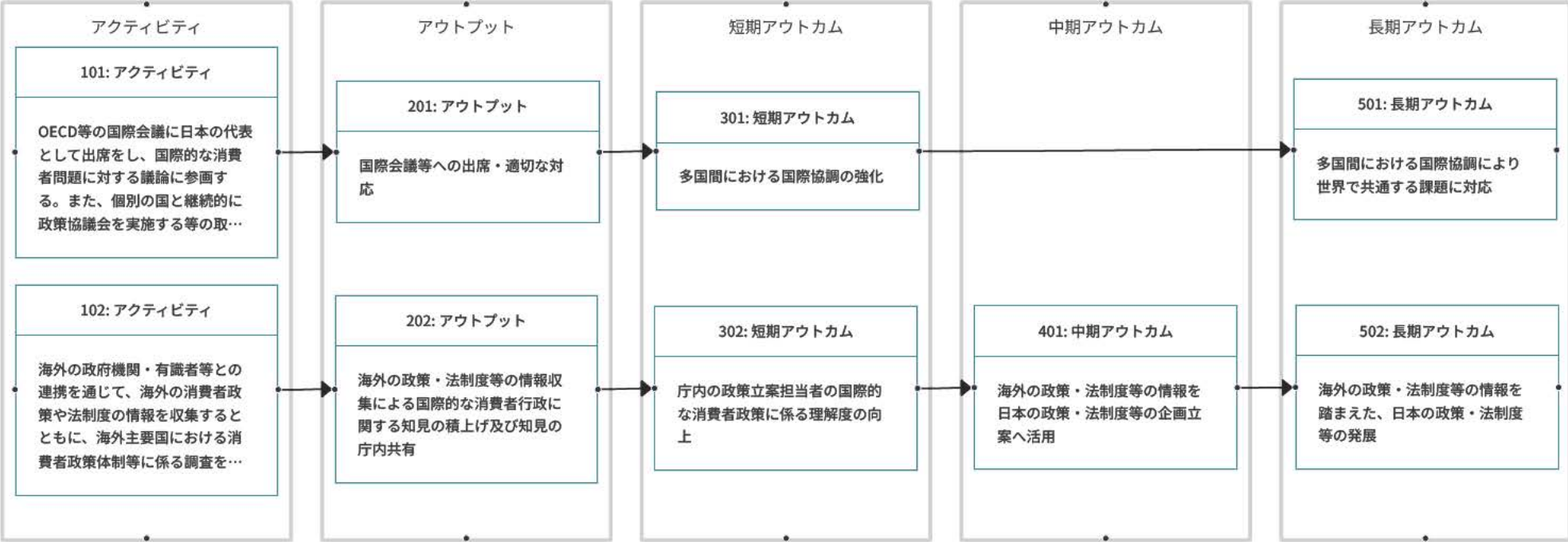
予算額執行額表 (単位：千円)		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	150,000	157,000	143,778	143,054	151,070
	当初予算	107,000	130,178	137,748	131,329	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	△3,233	1,836	514	--	--
	計	103,767	132,014	138,262	131,329	--
	執行額	71,784	84,951	104,011	--	--
	執行率	69.2%	64.3%	75.2%	--	--

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	--	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		--	56,725	66,309
		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		--	41,029	41,029
		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		--	25,265	35,269
		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		--	7,069	7,229
		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		--	209	202

主な増減理由	要望枠で2,000万円を計上したほか、日EU消費者政策協議を閣僚級で実施するための経費を1,000万程度増額したこと、政策調査員及び事務補助員の賃金・保険料等が増額されたことによるもの。	その他特記事項	食品ロスの削減の推進のための事業において、緊急的に必要となったため、「食品ロス削減の推進」（消費者教育推進課）へ流用の上、執行した。 また、非常勤職員手当の不足分について、庁内予算を調整し、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 101-201-301-501

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	36	36	36	36
	活動実績／成果実績(件)	47	52	34	--
↓ 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		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)	2	3	2	2
	活動実績／成果実績(回)	2	2	2	--
	達成率(%)	100	66.7	100	--

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	9	10	6	6
	活動実績／成果実績(件)	10	1	5	--
↓ 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。				

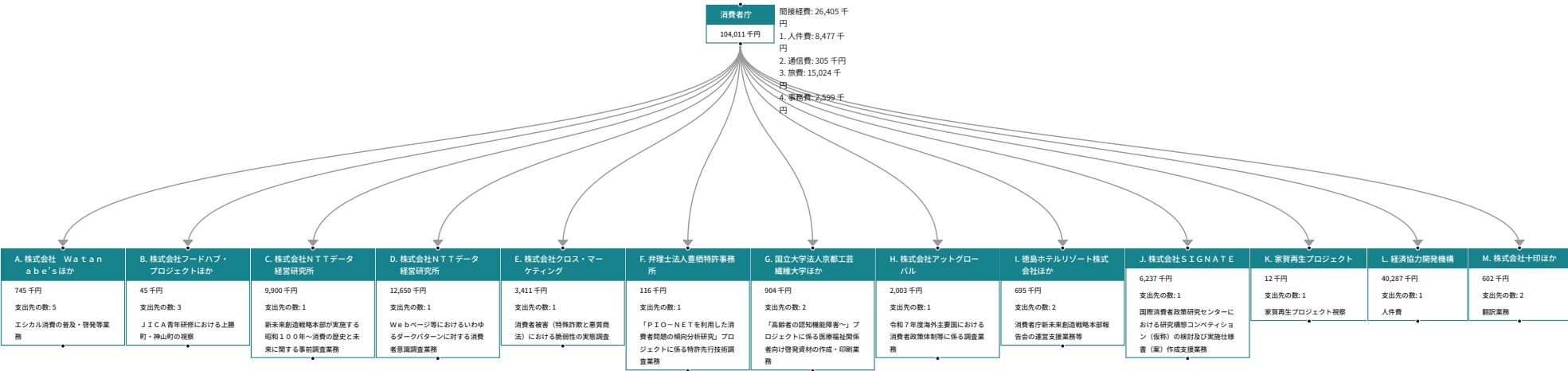
長期アウトカム	成果目標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の発展	成果指標	海外の政策・法制度等の情報を踏まえた、日本の政策・法制度等の実施
	定性的なアウトカムに関する成果実績	共有された海外の政策・法制度等の情報（例：デジタル社会における消費者法制の比較法研究）も参考としつつ、日本の政策等が進められた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	海外の情報を踏まえた政策・法制度の実施状況を定量指標で測ることは難しいため、定性的な指標を設定している。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連する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、生成AIの利活用が急速に進むなど、消費者問題が多様化・複雑化する中、既存の枠組みにとらわれない実効的な施策の検討・展開が求められており、学術的な知見や諸外国の先進的事例・先行研究等の政策対話等を通じた収集、また、それらを踏まえた調査研究等が不可欠である。 ・OECDへの拠出金について、日本の問題意識を的確に反映するために合理的かつ真に必要なものに限定して支出している。また調達手続きにおいては、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	・必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に向けた取組に努めること。 ・引き続き、定性的な成果指標に係る実績を適切に整理するとともに、アクティビティからアウトカムに至る事業効果の把握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	御指摘を踏まえ、引き続き、必要性・効率性・有効性も勘案しつつ、適切な予算執行を図っていく。 また、引き続き、成果指標に係る実績を適切に整理し、事業効果の把握に努めていく。			
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



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 W a t a n a b e ’ s ほか		745	5	エシカル消費の普及・啓発等業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	タムラデザイン		229	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
	エシカル消費の普及啓発に係る広報用資料（ポスター）の制作・印刷業務 随意契約（少額）		229	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社W a t a n a b e ’ s		200	3480001011978		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費体験型イベント運営支援業務 随意契約（少額）		200	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	太陽高速印刷有限会社		199	6480002013194		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	エシカル消費の普及啓発に係る広報用資料（ポスター）の印刷業務 随意契約（少額）		145	1	--	--
	エシカル消費の広報用資料（ポスター）の印刷業務 随意契約（少額）		28	1	--	--
	エシカル消費の普及啓発に係る広報用資料（ポスター）の印刷業務 随意契約（少額）		26	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社共立		90	9480001004968		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	国共催イベント運営支援業務 随意契約（少額）		90	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		
	富永ジョイナー有限会社	28	4480002003288		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	廃材・端材を使用したイーゼルの製作業務 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	
B	株式会社フードハブ・プロジェクトほか	45	3	J I C A 青年研修における上勝町・神山町の視察	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社フードハブ・プロジェクト	22	2480001009593		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	J I C A 青年研修における神山町の視察 随意契約（少額）	22	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	特定非営利活動法人グリーンバレー	13	3480005002602		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	J I C A 青年研修における神山町の視察 随意契約（少額）	13	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	合同会社パンゲア	10	3480003000987		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	J I C A 青年研修における上勝町の視察 随意契約（少額）	10	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N T T データ経営研究所	9,900	1	新未来創造戦略本部が実施する昭和１００年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務	
	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 N T T データ経営研究所	9,900	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
	新未来創造戦略本部が実施する昭和 1 0 0 年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務 一般競争契約（総合評価）	9,900	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	
D	株式会社 N T T データ経営研究所	12,650	1	We b ページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社 N T T データ経営研究所	12,650	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
	We b ページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務 一般競争契約（総合評価）	12,650	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	
E	株式会社クロス・マーケティング	3,411	1	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査	
	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	3,411	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
	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査 一般競争契約（最低価格）	3,411	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	
F	弁理士法人豊栖特許事務所	116	1	「P I O - N E T を利用した消費者問題の傾向分析研究」プロジェクトに係る特許先行技術調査業務	
	支出先名	支出額	法人番号		
	弁理士法人豊栖特許事務所	116	2480005002223		

支出先ブロック名		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
		「P I O－N E Tを利用した消費者問題の傾向分析研究」プロジェクトに係る特許先行技術調査業務 随意契約（少額）	116	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	国立大学法人京都工芸繊維大学ほか		904	2	「高齢者の認知機能障害～」プロジェクトに係る医療福祉関係者向け啓発資材の作成・印刷業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	国立大学法人京都工芸繊維大学		500	2130005005533		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「高齢者の認知機能障害～」プロジェクトに係る医療福祉関係者向け啓発資材の作成 随意契約（少額）		500	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社坂東印刷		404	8480001004531		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	「高齢者の認知機能障害に応じた～」プロジェクトで作成した啓発資材の印刷業務 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	
H	株式会社アットグローバル		2,003	1	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社アットグローバル		2,003	3010501025764		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務 一般競争契約（最低価格）		2,003	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		
I	徳島ホテルリゾート株式会社ほか	695	2	消費者庁新未来創造戦略本部報告会の運営支援業務等		
	支出先名	支出額	法人番号			
	徳島ホテルリゾート株式会社	353	3480001004057			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度成果報告会の開催に伴う会場の使用 随意契約（少額）	353	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ディア	343	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）	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		
J	株式会社SIGNATE	6,237	1	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社SIGNATE	6,237	9010001183388			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務 一般競争契約（最低価格）	6,237	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		
K	家賀再生プロジェクト	12	1	家賀再生プロジェクト視察		
	支出先名	支出額	法人番号			
	家賀再生プロジェクト	12	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	
		家賃再生プロジェクト視察 随意契約（少額）	12	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	経済協力開発機構		40,287	1	人件費	
	支出先名		支出額	法人番号		
	経済協力開発機構		40,287	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
	人件費 その他(任意拠出)		40,287	--	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
M	株式会社十印ほか		602	2	翻訳業務	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社十印		338	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
	OECD文書「PROTECTING～GREEN CLAIMS」の翻訳業務 随意契約（少額）		200	1	--	--
	「第5期消費者基本計画の概要」資料の翻訳業務 随意契約（少額）		85	1	--	--
	「第3回日EU消費者政策実務者協議」資料の翻訳業務 随意契約（少額）		53	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		265	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
消費者庁説明資料の翻訳業務 随意契約（少額）		265	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
	C	株式会社NTTデータ経営研究所	新未来創造戦略本部が実施する昭和100年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務	雑役務費	新未来創造戦略本部が実施する昭和100年～消費の歴史と未来に関する事前調査業務	9,900
	D	株式会社NTTデータ経営研究所	Webページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務	雑役務費	Webページ等におけるいわゆるダークパターンに対する消費者意識調査業務	12,650
	E	株式会社クロス・マーケティング	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査	雑役務費	消費者被害（特殊詐欺と悪質商法）における脆弱性の実態調査	3,411
	H	株式会社アットグローバル	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	雑役務費	令和7年度海外主要国における消費者政策体制等に係る調査業務	2,003
	J	株式会社SIGNATE	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務	雑役務費	国際消費者政策研究センターにおける研究構想コンペティション（仮称）の検討及び実施仕様書（案）作成支援業務	6,237
	L	経済協力開発機構	人件費	任意拠出金	人件費	40,287
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	江田頼宣				
	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	2026	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	

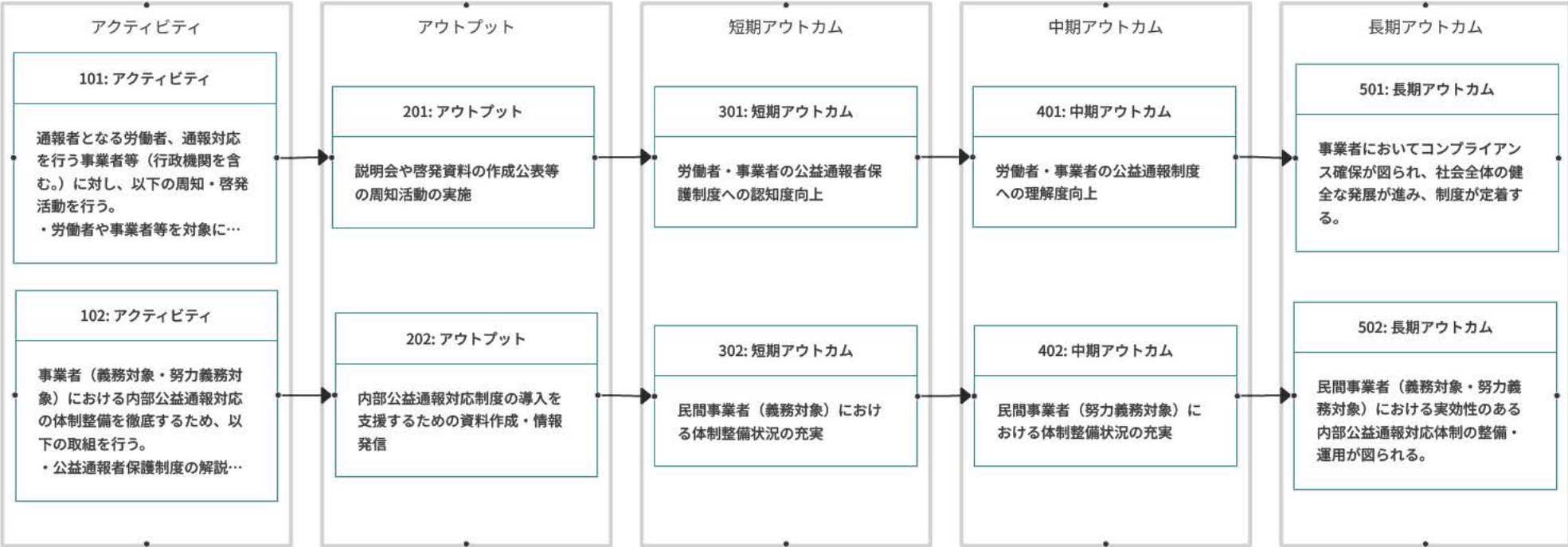
概要・目的	事業の目的	公益通報は、消費者の安全・安心を損なう事業者の法令違反を早期に是正し、被害の防止を図る点で消費者の安全・安心に資するものである。また、事業者にとっても、通報に適切に対応し、リスクの早期把握及び自浄作用の向上を図ることにより、企業価値及び社会的信用を向上させることができ、社会全体の利益を図る上で有用である。これらの意義を踏まえ、公益通報者保護制度の周知・啓発、通報窓口の整備促進、運用に関する情報収集・調査研究等を実施することで、公益通報者保護制度を推進し、公益通報者が守られるとともに、事業者においてコンプライアンス確保が図られ、社会経済の健全な発展が進むことを目的とする。				
	現状・課題	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 こうした状況等も前提に、有識者による検討会を経て、令和7年に公益通報者保護法が改正され、令和8年12月1日から施行される。 （主な改正内容：①事業者が公益通報に適切に対応するための体制整備の徹底と実効性の向上、②公益通報者の範囲拡大、③公益通報を阻害する要因への対処、④公益通報を理由とする不利益な取扱いの抑止・救済を強化するための措置） 以上を踏まえ、公益通報者保護法の改正内容も含めた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	・労働者及び事業者を対象とする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。 ・行政機関を含む事業者の内部公益通報対応体制の整備義務（従業員300人以下の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、説明会・研修会の実施等を通じ整備促進を図るとともに、事業者の自主的な取組を促進する。 ・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				
	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)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		116,200	91,000	235,326	147,329	146,846		
	当初予算		102,000	90,604	147,329	146,846	--		
	補正予算		88,000	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	47,850	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		190,000	138,454	147,329	146,846	--		
	執行額		144,473	93,658	119,543	--	--		
	執行率		76%	67.6%	81.1%	--	--		
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				--		109,545	113,743
		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				--		27,577	28,216
		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				--		3,494	1,655
		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				--		3,408	1,674
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金				--		1,914	504
		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	1,054
主な増減理由	--				その他特記事項	2023年度の執行率（76％）について、補正予算88,000千円のうち47,850千円は翌年度に繰り越しているため、実際の執行率は98.4%である。			

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 101-201-301-401-501

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・フリーランス）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		2023年度		2024年度		2025年度		2026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)	2,503		424		5,821		--
↓ 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）	消費生活意識調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2023年度	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(%)	--	--	36.4	--	--	--	--
	達成率(%)	--	--	121.3	--	--	--	--
↓ 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(%)	38.6	--	--	--	--	--	--
	達成率(%)	154.4	--	--	--	--	--	--
↓ 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	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	20,000	20,000	20,000	20,000
	活動実績／成果実績(件)	21,458	28,523	631,469	--
↓ 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	--			

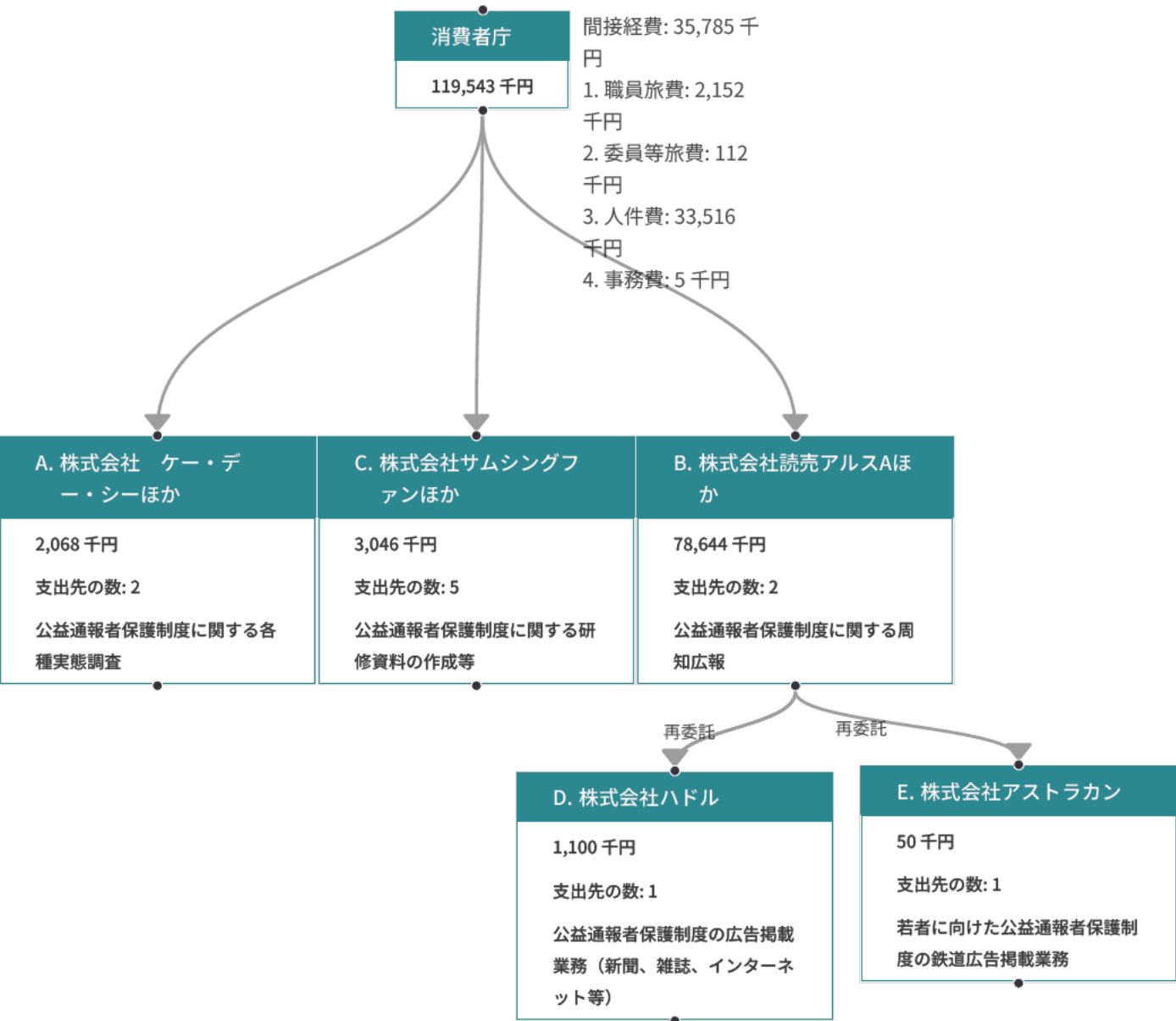
点検・評価

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> 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> 令和7年6月に改正・公布された改正公益通報者保護法では、近年の法制度を巡る国内外の動向や令和4年改正後の施行状況を踏まえた課題を踏まえ、①事業者が公益通報に適切に対応するための体制整備の徹底と実効性の向上、②公益通報者の範囲拡大、③公益通報を阻害する要因への対処、④公益通報を理由とする不利益な取扱いの抑止・救済を強化するための措置を講ずることとし、令和8年12月1日から施行される。 また、令和8年12月1日の改正法施行に向けて、電車内広告や駅でのサイネージ、ウェブバナー等の方法を通じた周知を実施した。結果として、広告実施期間のYoutube動画の再生回数が合計100万回を超えたほか、「はじめての公益通報者保護法」ページのアクセス数が63万回を超えるなど、効果の高い周知を実施することができた。 加えて、47都道府県や関係する業界団体への説明会等を開催することで、幅広い対象にきめ細やかな周知広報を実施することができた。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	令和8年12月1日の改正法施行に向けて、引き続き、電車内広告や駅でのサイネージ、ウェブバナー等の方法を通じた周知、また、各都道府県や事業者団体等への説明会等を実施する。 また、改正法の附帯決議において、3年後見直しが規定されているところ、改正後の施行状況を注視し、裁判事例の収集等を行う。		
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	2025
	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、適切な予算執行に努めていただきたい。 ・引き続き、認知度・理解度及び体制整備状況に係る指標の実績を継続的に把握するとともに、改正法施行後の状況も踏まえ、事業効果の検証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	御指摘を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図る。 事業効果について、各指標の継続的な把握を通じて検証・改善を行う。		

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 ケー・デー・シーほか		2,068	2	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		
	株式会社ケー・デー・シー		1,650	3010401097680		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	民間事業者等における内部通報制度の実態調査実施に係る電子調査票の設計・開発業務等一式 一般競争契約（最低価格）		1,650	4	--	予定価格を類推されるおそれがあるため。
	支出先名		支出額	法人番号		
	MMD L a b o株式会社		418	5011001095619		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	出向・配置転換等に関する意識調査 随意契約（少額）		418	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 株式会社読売アルスAほか		78,644	2	公益通報者保護制度に関する周知広報	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社読売アルスA		53,179	1010001031728		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		53,179	7	--	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 J R西日本コミュニケーションズ		25,465	8120001064792		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	若者に向けた公益通報者保護制度の鉄道広告掲載業務 一般競争契約（最低価格）		25,465	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	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
C 株式会社サムシングファンほか		3,046	5	公益通報者保護制度に関する研修資料の作成等	
支出先名		支出額	法人番号		
アイムクリエイト		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
公益通報者保護法改正に係るポスターの印刷業務 随意契約（少額）		498	1	--	--
公益通報者保護法改正に係るリーフレットの印刷業務 随意契約（少額）		495	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社サムシングファン		805	7120901022181		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
令和7年度 改正法に基づく公益通報者保護制度に関する説明 用動画の制作業務 随意契約（少額）		805	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社翻訳センター		498	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
公益通報者保護法関連のPPT資料 日英翻訳業務 随意契約（少額）		383	1	--	--
説明会原稿 日英翻訳業務 随意契約（少額）		114	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社イー・ブレイン		489	5010401062154		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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周知・啓発に係る資料作成の補助業務 随意契約（少額）		489	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		
		富士テレコム株式会社	261	6011401007346		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		公益通報者保護制度相談ダイヤルへの音声応答装置の導入 随意契約（少額）	261	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	株式会社ハドル	1,100	1	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）	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社ハドル	1,100	1011001043993		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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） その他(再委託)	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	
	E	株式会社アストラカン	50	1	若者に向けた公益通報者保護制度の鉄道広告掲載業務	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社アストラカン	50	8120001102115		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		若者に向けた公益通報者保護制度の鉄道広告掲載業務 その他(再委託)	50	--	--	--
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	株式会社ケー・デー・シー	民間事業者等における内部通報制度の実態調査実施に係る電子調査票の設計・開発業務等一式	雑役務費	民間事業者等における内部通報制度の実態調査実施に係る電子調査票の設計・開発業務等一式	1,650
	B	株式会社読売アルスA	公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等）	雑役務費	公益通報者保護制度の広告掲載業務（新聞、雑誌、インターネット等）	53,179

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	江田頼宣						
	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	2026			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など、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る。 このためには、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、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・横展開を図るため、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・所在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おおむね毎月「消費者志向経営に関する連絡会」を開催し、有識者による講演や事業者における取組事例の共有等を行う （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
	--				--	--	--	--

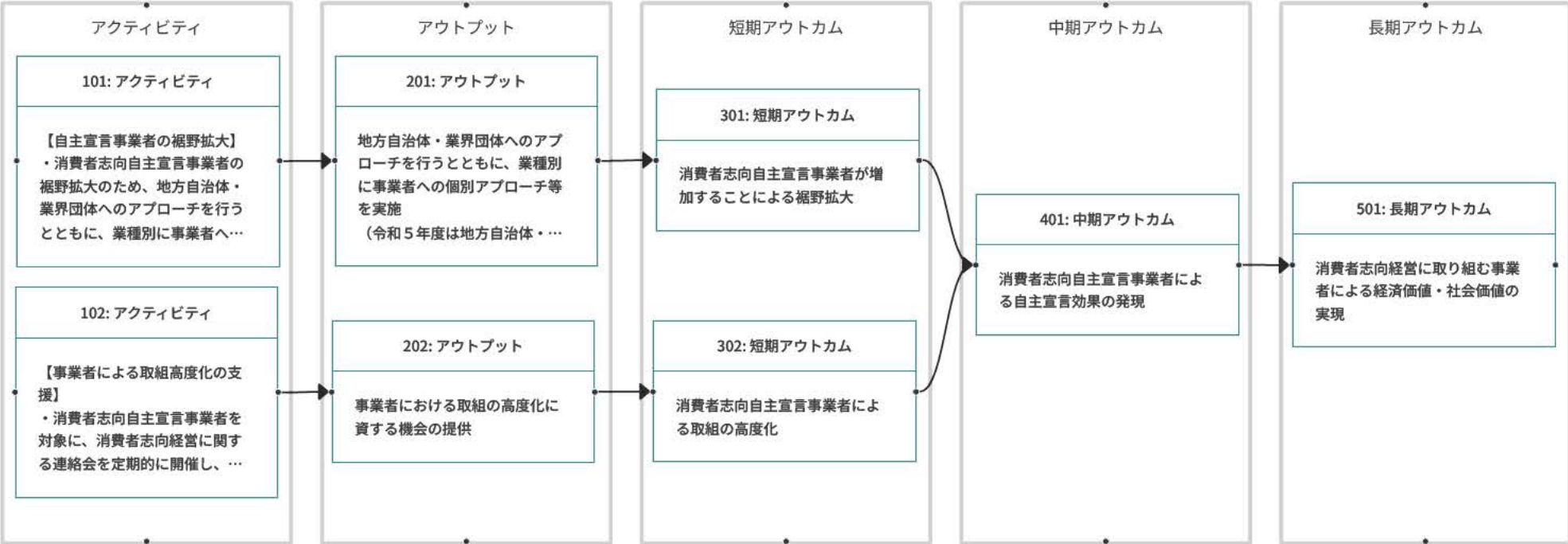
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	消費者基本計画（令和 7 年 3 月18日閣議決定）第 4 章 1．（ 4 ）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_250318_01.pdf	
実施方法	直接実施			
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		55,000	36,000	42,836	17,836	17,836	
	当初予算		20,000	19,818	17,836	17,836	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		20,000	19,818	17,836	17,836	--	
	執行額		14,896	15,066	13,375	--	--	
	執行率		74.5%	76%	75%	--	--	
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			--		16,856	16,973
		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			--		477	383
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		254	252
		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			--		249	228
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、業界団体及び個別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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	30	30	50	40
	活動実績／成果実績(回)	36	76	18	--
↓ 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)	<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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(社)	306	306	1,100	1,100
	活動実績／成果実績(社)	629	870	1,023	--
	達成率(%)	205.6	284.3	93	--
↓ 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。				
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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	11	11	10	10
	活動実績／成果実績(回)	11	9	10	--
↓ 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7年度に開催した連絡会について、各回終了後に実施したアンケート結果（N=298）を集計したところ、連絡会の内容について「満足」と回答した人は87.2%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。）。				

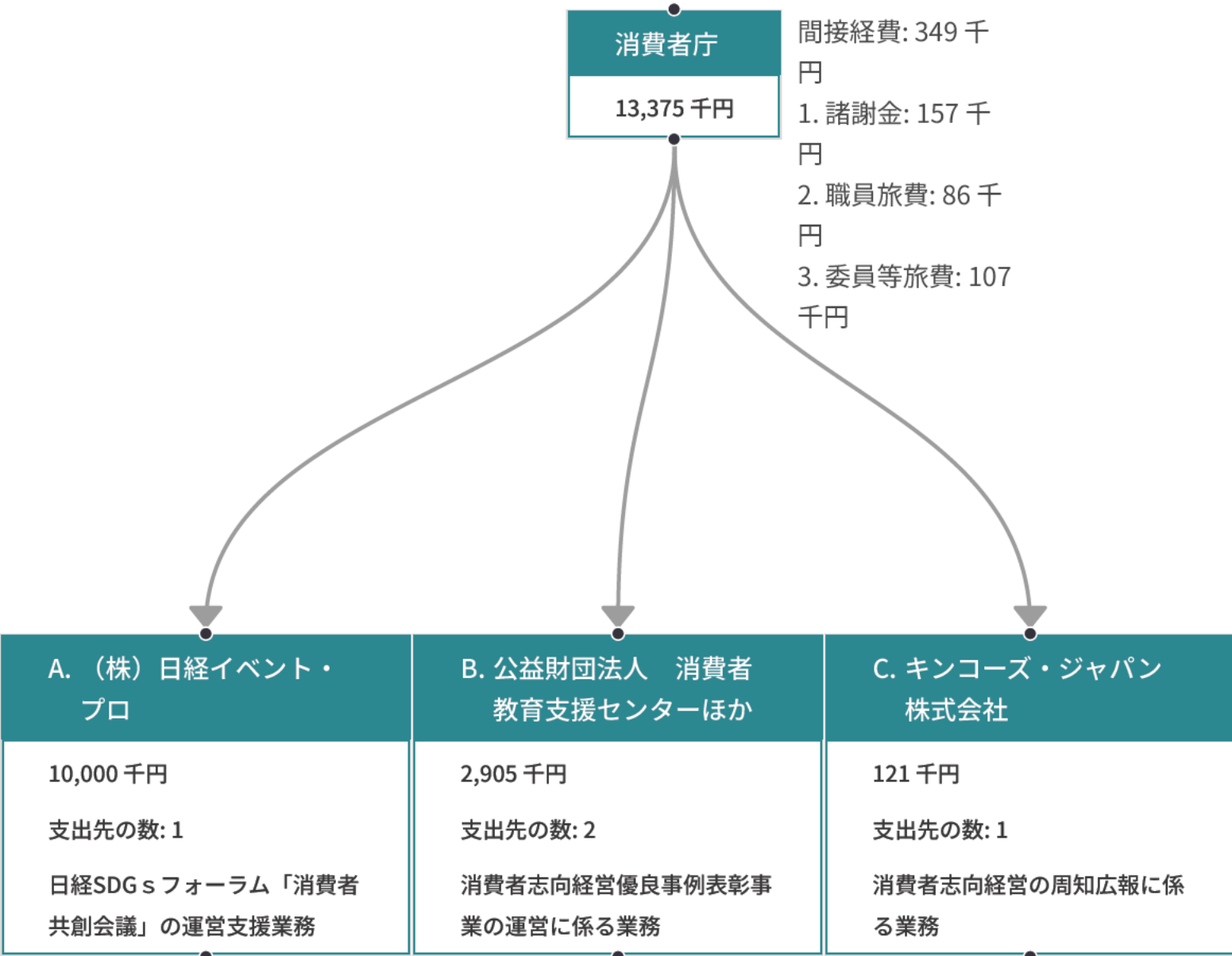
中期アウトカム	成果目標	消費者志向自主宣言事業者による自主宣言効果の発現	成果指標	自主宣言効果
	定性的なアウトカムに関する成果実績	令和5年度末に実施した事業者向け個別アンケート調査（N=124）において、「自主宣言により経営者が経営理念を明示することにより、従業員の意識や行動に良き変化が見られた」と回答した事業者は77.4%であり、従業員エンゲージメント向上に高い効果の発現が見られた（※統計調査でない。）。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	消費者志向経営に取り組む事業者の業種・規模や取組内容は多種多様であり、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＞ 令和7年度は、消費者志向自主宣言事業者の所在の偏りを踏まえ、地域別に地方公共団体向けの説明会や、前年度にアプローチした事業者に対する個別フォローを実施し、自主宣言事業者数は着実に増加している。また、事業者団体や金融機関と個別に意見交換を行い、今後の消費者志向経営の推進に向けた検討を進めた。優良事例表彰については、中小企業を対象とした加点措置の導入やグリーン志向特別表彰の創設を新たに行い、幅広い事業者からの応募拡大を図った。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7年度第3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	--			
		改善の方向性	裾野拡大に向けて、令和8年度は、引き続き事業者や地方公共団体への個別アプローチの他、事業者団体や業界団体へのアプローチを実施する。また、消費者志向経営の意義を明確化し、ブランドイメージを確立するため、周知等に用いる各種資料の見直しを行う。さらに、自主宣言効果の見える化のため、これまで実施した自主宣言事業者への個別アンケートや消費生活意識調査の結果等を踏まえ、消費者志向経営に関する事業者向けの調査を検討する。			
	外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	2023	
	対象の理由	--				
	所見	--				
	公開プロセス結果概要	--				
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に努めること。 ・引き続き、中期・長期アウトカムに係る定性的な成果実績を適切に把握するとともに、成果指標の在り方について継続的に検討していただきたい。		
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	御指摘を踏まえ、引き続き適切な予算執行を図る。 事業効果について、引き続き効果的な測定方法を検討するとともに、各指標の継続的な把握を通じて検証・改善を行う。			

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	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。 ・令和７年度は、前年度にアプローチした事業者に対する個別フォローや、地方公共団体向け説明会を通じて、自主宣言事業者の裾野拡大を図った。 ・消費者志向経営優良事例表彰において、令和７年度から、中小企業に対する加点措置の導入やグリーン志向特別表彰の創設を新たに行之、幅広い事業者からの応募拡大を図った。 【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。 ・令和７年度においても引き続き実施した消費生活意識調査の中で、新たに設けた設問では、企業が消費者志向経営に該当する取組を推進することに対し、消費者の期待感が高いことを確認した。今後も本調査を継続して実施する予定である。 ・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	--



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」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 公益財団法人 消費者教育支援センターほか		2,905	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			
	公益財団法人消費者教育支援センター		2,860	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	
	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務 一般競争契約（最低価格）		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			
	株式会社弘周舎		45	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7年度消費者志向経営優良事例表彰」表彰状作成（筆耕） 随意契約（少額）		45	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 キンコーズ・ジャパン株式会社		121	1	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			
	キンコーズ・ジャパン株式会社		121	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	

	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
			消費者志向自主宣言に係るパンフレットの印刷業務 随意契約（少額）	121	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」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	公益財団法人消費者教育支援センター	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務	雑役務費	消費者志向経営優良事例表彰事業の運営に係る業務		2,860
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

--

生活関連物資等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	江田頼宣					
	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	2026			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動向の把握等	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	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））：2022年度 3.2%、2023年度 3.0%、2024年度 3.0%、2025年度 2.6%） （参考２： 公共料金改定等の協議件数：2022年度 25件、2023年度 38件、2024年度 12件、2025年度 24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
	国民生活安定緊急措置法	昭和四十八年法律第二百一十一号			--	--	--
	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	昭和四十八年法律第四十八号			--	--	--
	物価統制令	昭和二十一年勅令第百十八号			--	--	--

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）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	--			

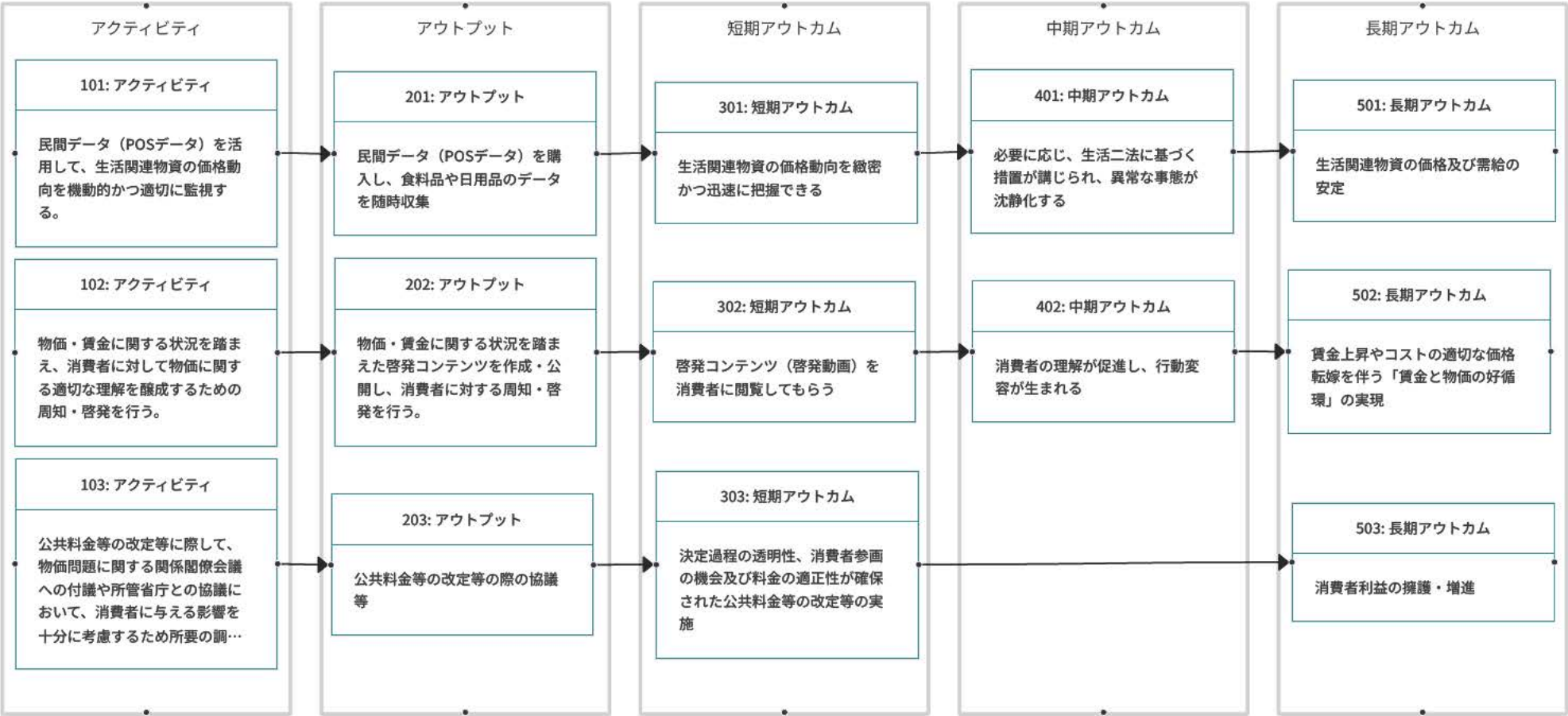
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		35,000	52,000	32,406	51,133	62,719
	当初予算		34,000	34,417	33,793	34,238	--
	補正予算		--	--	40,000	--	--
	前年度から繰越し		1,000	--	--	40,000	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		35,000	34,417	73,793	74,238	--
	執行額		21,214	21,674	25,360	--	--
	執行率		60.6%	63%	34.4%	--	--

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	--	28,481		--	
		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	--		18,879	47,550
		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	--		14,139	14,459
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金	--		1,044	504
		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	--		117	137
		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	--		59	69
		前年度から繰越し	--	--		40,000	--
主な増減理由	「賃金と物価の好循環の実現」のための普及啓発活動経費について新規要求を行ったため。			その他特記事項		2025年度の執行率（34.4%）について、補正予算40,000千円は翌年度に全額繰り越しているため、実際の執行率は75.0%である。	

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 101-201-301-401-501

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	200	240	240	240
	活動実績／成果実績(回)	240	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	2026年度
	当初見込み／目標値(回)	7	12	24	12
	活動実績／成果実績(回)	7	16	11	--
↓ 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	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(回)	5,000	10,000	10,000	10,000
	活動実績／成果実績(回)	5,188	7,437	7,583	--
	達成率(%)	103.8	74.4	75.8	--
↓ 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	令和7年度の動画内容の更新に当たり、消費者向けにアンケート調査を実施した結果、本動画を閲覧することで新たに知ることができたこととして、「これまで物価が上昇しなかった理由」を知ることができたとした者が41.8%、「物価が上昇しないことの問題点」を知ることができたとした者が34.5%、「賃金上昇と物価上昇の関係」について知ることができたとした者が34.9%となった。また、2023年からの3年間で物価上昇に対する意識が変わったとする声が8割を超えるなど、社会情勢も変化中、物価上昇に関する情報の分かりやすい発信について、企業に加え、国に対しても求める声が多かったことも踏まえ、啓発活動を継続し消費者の理解を一段と促進することにより、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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	25	38	12	24
	活動実績／成果実績(件)	38	12	24	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	25	38	12	24
	活動実績／成果実績(件)	38	12	24	--
	達成率(%)	152	31.6	200	--
↓ 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	--		

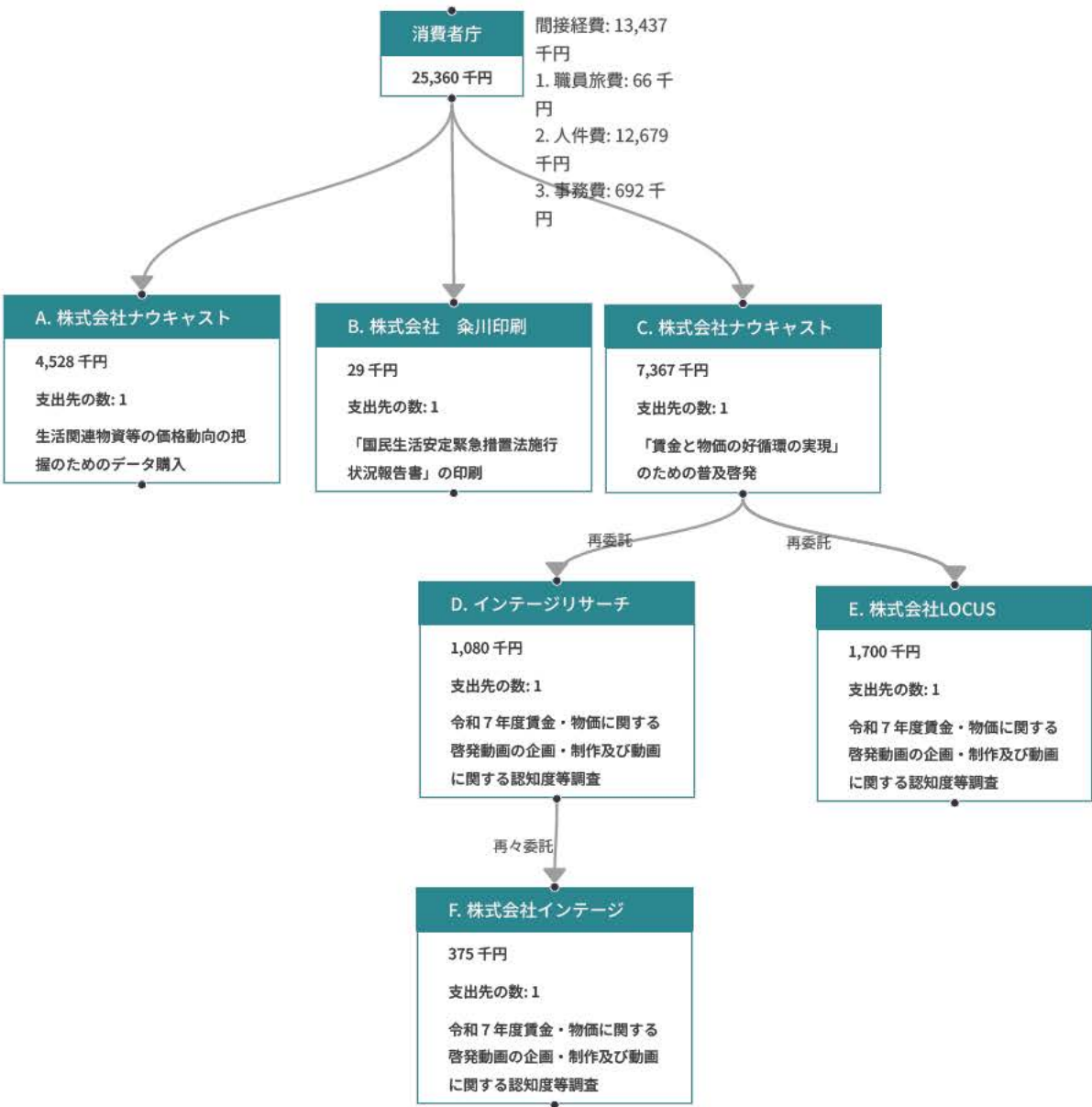
点検・評価

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	- 一部の調達において一者応札となっている。その他の応札者が見込めるよう仕様書を見直すなど調達方法について工夫いただきたい。 - 引き続き、設定した活動指標及び成果指標の実績を適切に把握するとともに、定性的な成果実績（啓発動画の認知度調査結果等を含む）とアウトカムとの関係を継続的に整理し、事業効果の検証に継続的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	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。 事業効果について、引き続き効果的な測定方法を検討するとともに、各指標の継続的な把握を通じて検証・改善を行う。		
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	株式会社ナウキャスト	4,528	1	生活関連物資等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			
	株式会社ナウキャスト	4,528	8010001165825			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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）	4,528	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	株式会社 糸川印刷	29	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			
	株式会社糸川印刷	29	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）	17	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）	12	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	株式会社ナウキャスト	7,367	1	「賃金と物価の好循環の実現」のための普及啓発		
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社ナウキャスト	7,367	8010001165825			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 一般競争契約（総合評価）	7,367	2	--	予定価格を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 インテージリサーチ		1,080	1	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社インテージリサーチ		1,080	6012701004917			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 その他(再委託)		1,080	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	E 株式会社LOCUS		1,700	1	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社 L O C U S		1,700	7011001064654			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 その他(再委託)		1,700	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	F 株式会社インテージ		375	1	令和 7 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社インテージ		375	3010001152563			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査 その他(再委託)		375	--	--	--	

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	株式会社ナウキャスト	令和7年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7年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	4,528
	C	株式会社ナウキャスト	令和7年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査	雑役務費	令和7年度賃金・物価に関する啓発動画の企画・制作及び動画に関する認知度等調査	7,367
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7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8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。）等の審議において公表されることが前提となっていることから、適正な内容が得られるよう努めているところである。

このため、実態調査においては毎年一定の実施数を確保できており、当該調査データに基づき広く国民に対し汚染物質の含有濃度が高い食品について、必要に応じて摂食頻度を下げるよう指導するなどの活用を図っている。

・農薬等ポジティブリスト制度推進事業について、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において、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年度以降は、2者以上の応札を確保している。

・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、本事業の調査結果は、既に器具・容器包装ポジティブリストに掲載されている物質の規格改正に向けて、既存物質のリスク評価依頼に必要な情報を収集するための調査や、その整理に重要な役割を果たした。

また、新たに追加する物質の規格について整理を行うためにも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、本事業の調査結果は、適正な内容となるよう努めている。

・健康食品の安全性の確保等事業について、令和7年度においては、これまでの調査・分析成果を踏まえ、事業者による自主的な品質・安全確保の取組を一層促進するため、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ついて、具体的な項目解説及び自己点検表を取りまとめ、発出した。これにより、製造工程の適正化及び品質保証の向上が図られ、実効性のある安全な商品供給体制の確立に資するものとなっている。

さらに、本事業は、専門家及び関係省庁との緊密な連携の下で推進されており、健康被害の未然防止及び発生時の拡大防止に向けた総合的な取組を展開している。今後とも、科学的知見の蓄積と制度的対応の充実を両輪として、健康食品の安全性確保に万全を期すものである。

・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）及び研究評価推進事業について、食品衛生基準科学研究の振興を促し、科学的知見に基づき食品の安全性を確保するために重要な研究であり、外部有識者会議にて公募内容等を事前に検討いただくことで研究課題の選定の妥当性を担保するとともに、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会において研究内容・成果を厳正に評価することにより、研究の妥当性及び公平性を確保している。

科学技術・イノベーション基本計画において、申請書作成や審査の負担軽減が示されており、この方針に基づき、各種手続きや評価会議におけるヒアリングをオンライン化するなどの負担軽減を行っている。

また、研究成果は、厚生労働科学研究成果データベース等で公表することにより国民に広く還元されるとともに、食品衛生基準行政に活用されている。昨年度までは、当該HPへのアクセス数を成果指標としていたところ、成果指標の設定の仕方に対して外部有識者会合にて指摘があったことから、一部の指標について見直しを行った。

・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、令和7年度は一日摂取量調査による試料364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

引き続き、効率的な予算執行に努め、食品等に係る規格基準の検討・策定等に資するよう取り組んでいく。

※ 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	2026			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	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し、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、含有濃度測定及び将来の規格基準への適否を検査するための試験法検討を実施する。							
	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								

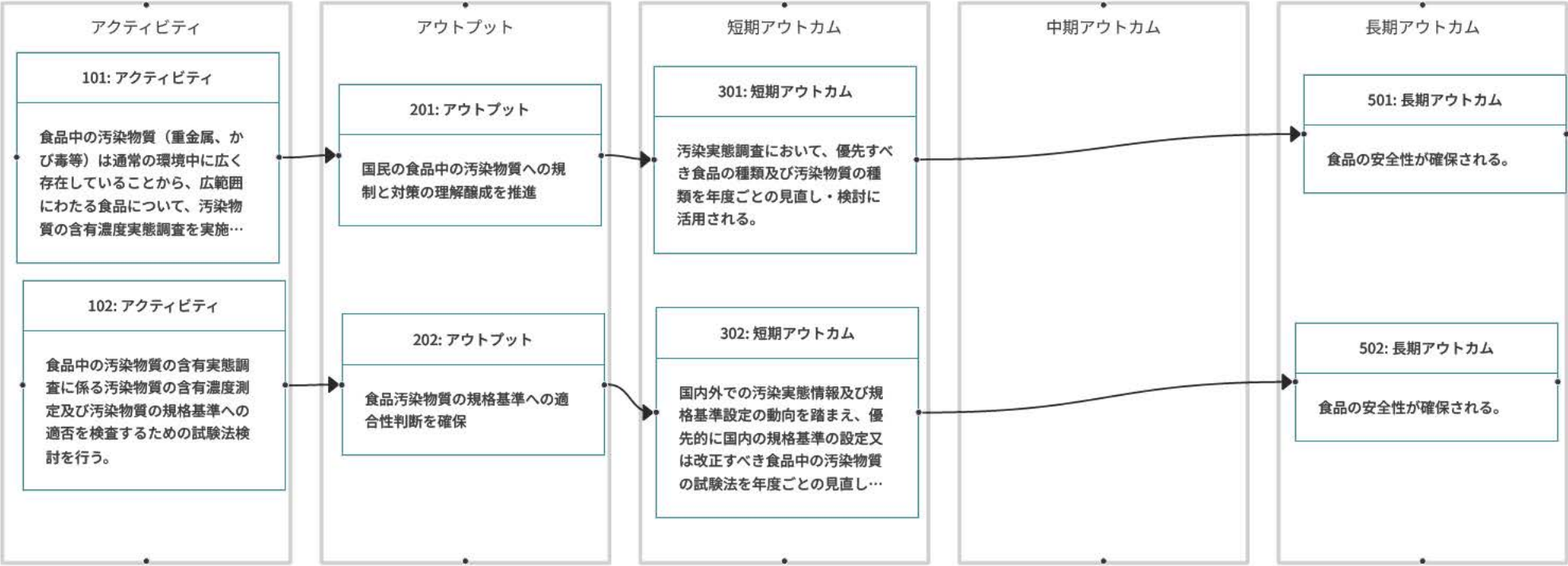
補助率等	補助対象	補助率	補助上限等	補助率URL
	--	--	--	--
備考	--			

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		36,000	77,000	67,336	87,336	214,336
	当初予算		76,000	67,125	67,336	67,336	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		76,000	67,125	67,336	67,336	--
	執行額		70,315	65,197	57,087	--	--
	執行率		92.5%	97.1%	84.8%	--	--

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	--	147,000		--	
		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 / 食品衛生基準政策費 / 食品等試験検査費		--		66,099	213,455
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 職員旅費		--		554	260
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 庁費		--		331	334
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 委員等旅費		--		184	86
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 諸謝金		--		168	201

主な増減理由	食品中の汚染物質に係る国際動向の調査及び分析法の開発や微生物制御等にかかる規制実態の調査等を行うため。	その他特記事項	--
--------	---	---------	----



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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(物質)	3	6	2	4
	活動実績／成果実績(物質)	4	6	2	--
↓ 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、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の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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(物質)	1	1	3	3
	活動実績／成果実績(物質)	2	3	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。また、新たな試験法を自治体等に通知し、適切な検査体制に貢献した。		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公表されることが前提となっていることから、適正な内容が得られるよう努めているところである。このため、実態調査においては毎年一定の実施数を確保できており、当該調査データに基づき広く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よう指導するなどの活用を図っている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、事業の目標が達成できており、このまま継続して事業を実施する。また、引き続き、実態調査における一定の実施数を確保し、精度の高い調査結果が得られるよう検証する。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	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	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に努めること。 ・汚染実態調査の結果が規格基準の設定等に活用された状況を適切に把握するとともに、設定した成果指標の実績及び事業効果の検証に引き続き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	調査結果の活用状況を適切に把握し、事業効果等の検証を行うとともに、事業の必要性・効率性・有効性の検討を行い、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	--			

●

消費者庁

57,087 千円

●

間接経費: 407 千円

1. 職員旅費: 291 千円

2. 庁費: 82 千円

3. 諸謝金: 35 千円



A. 国立医薬品食品衛生研究所

56,680 千円

支出先の数: 46

食品等規格基準に関する試験検査等

●

支出先上位者リスト
(単位：千円)

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
A	国立医薬品食品衛生研究所	56,680	46	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		
個人A		10,675	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・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)		10,675	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ヴィジブルインフォメーションセンター		7,887	5050001004809		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食事中的放射性物質のばく露量推定のための食品摂取量確率論的推定業務 一般競争契約（最低価格）		7,887	2	96.3	--
支出先名		支出額	法人番号		
東京電力エナジーパートナー株式会社		6,789	8010001166930		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		6,789	6	79.6	--
支出先名		支出額	法人番号		
個人B		6,178	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・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)		6,178	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社バイオテック・ラボ		6,060	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

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	解析用ワークステーション 一式 随意契約（少額）	2,000	1	--	--
	微量冷却遠心機 トミー精工 MDX-310 1点 随意契約（少額）	861	1	--	--
	タンデム四重極型質量分析計 一式 随意契約（少額）	663	1	--	--
	バイオメディカルフリーザー PHC MDF-MU539H -PJ 1点 外1点ほか 随意契約（少額）	2,536	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
新東産業株式会社		3,000	8011001010418		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		3,000	2	93.4	--
支出先名		支出額	法人番号		
日本空調サービス株式会社		2,000	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）		2,000	1	94.1	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社池田理化		1,961	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
MULTISEP 226 25ケイリ R9059226 5点 外10点 随意契約（少額）		799	1	--	--
アカデミックライセンス フィルジェン F-CLC-GP1 Y 1点 随意契約（少額）		704	1	--	--
4, 4'-(((2S, 5S)-Piperazine~diphenol 1点 随意契約（少額）		224	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		
		OchraStar 25本入 RA100050 1点 外2点ほか 随意契約（少額）	234	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社帝国理化		1,728	3010001050750			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	エアテック製 窒素発生装置 AT-20NP-60CSL 用圧縮機 2点 随意契約（少額）		1,049	1	--	--	
	ML125-3012 スクリューバイアル（100） 20点 外2点 随意契約（少額）		207	1	--	--	
	P8215-5ML Protease Inhibitor ～ 1点 外1点 随意契約（少額）		162	1	--	--	
	01-002 シャーレCL 90-15 12枚×50袋 3点 外4点ほか 随意契約（少額）		309	1	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	個人C		1,601	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・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)		1,601	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	宮崎化学薬品株式会社ほか		8,801	--			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	T100 Thermal Cycler バイオラッド 1861096J1 1点ほか その他(--)		8,801	--	--	--	
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	給与・賞与		人件費	食品等規格基準に関する試験検査等	10,675

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	2026	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	--	--

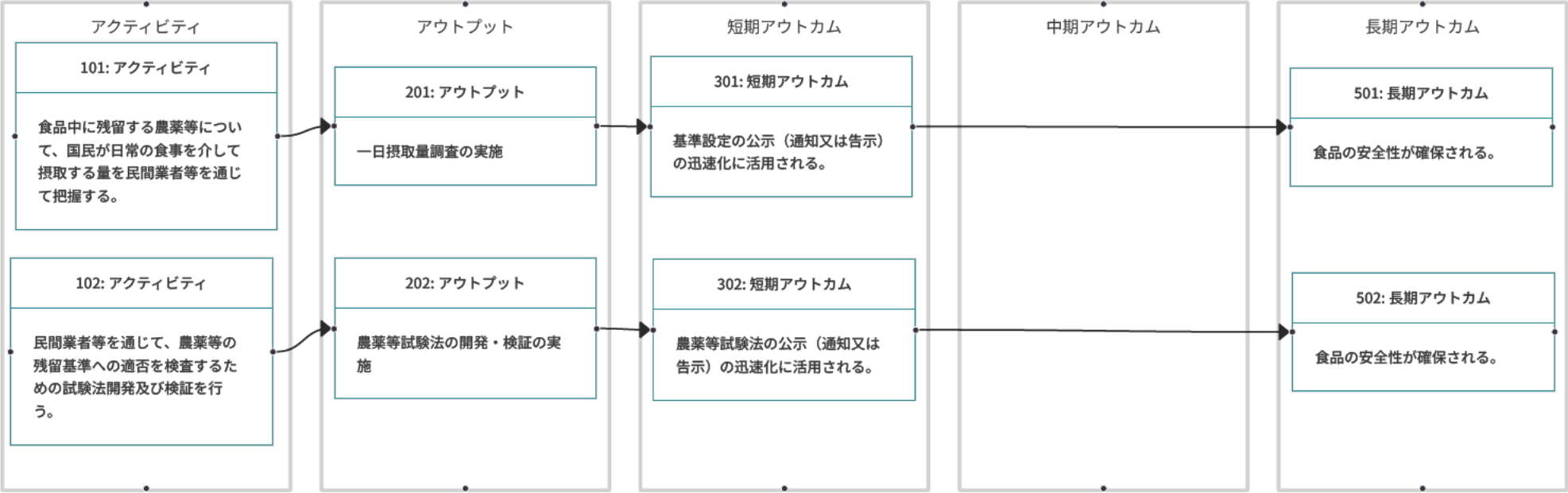
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	食品衛生法第十一条第三項の規定により人の健康を損なうおそれのない量として厚生労働大臣が定める量を定める件（平成17年厚生労働省告示第497号）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/pesticide_residues/assets/standards_cms208_240918_02.pdf	
	食品衛生法第十一条第三項の規定により人の健康を損なうおそれのないことが明らかであるものとして厚生労働大臣が定める物質（平成17年厚生労働省告示第498号、最終改正：令和8年2月19日）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/pesticide_residues/assets/standards_cms208_260219_01.pdf	
	食品、添加物等の規格基準の一部を改正する件（平成17年厚生労働省告示第499号）		https://www.mhlw.go.jp/topics/bukyoku/iyaku/syoku-anzen/zanryu2/dl/051129-1c.pdf	
	「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/assets/050124-2.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	修正日：2025年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)			2023	2024	2025	2026	2027		
	要求額		546,200	583,000	496,670	506,731	484,185		
	当初予算		503,000	510,909	518,690	472,739	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		--	--	--	--	--		
	計		503,000	510,909	518,690	472,739	--		
	執行額		443,934	409,183	513,453	--	--		
	執行率		88.3%	80.1%	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	--		--		--		
		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 / 食品衛生基準調査研究費				--		295,871	295,871
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 食品等試験検査費				--		123,237	127,382
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 食品衛生基準調査委託費				--		20,500	20,500
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 職員旅費				--		17,219	21,185
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 委員等旅費				--		6,258	5,865
		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				--		4,373	6,721
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 諸謝金				--		2,700	3,260
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 庁費				--		2,581	3,401
	主な増減理由		国際的な連携・協力の強化や規格基準に関する国際調和をより一層推進するため。			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	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		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
	活動実績／成果実績(件)	384	376	504	--
↓ 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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	60	60	60	60
	活動実績／成果実績(件)	65	37	34	--
	達成率(%)	108	61.7	56.7	--
↓ 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、その成果に基づき残留基準への適合性を確認することは、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運用につながり、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

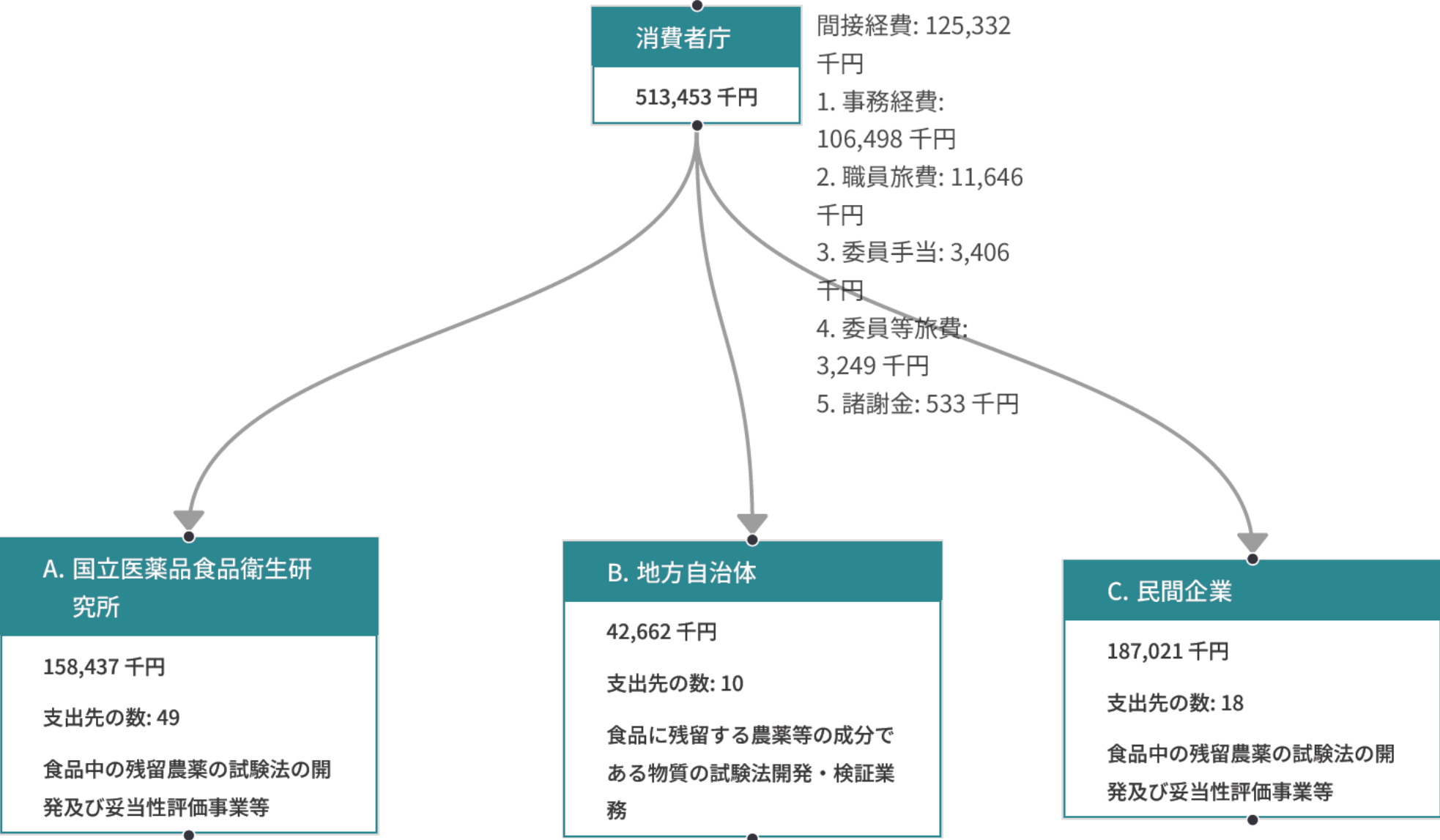
アクティビティ	民間業者等を通じて、農薬等の残留基準への適否を検査するための試験法開発及び検証を行う。				
アウトプット	活動目標	農薬等試験法の開発・検証の実施		活動指標	農薬等試験法の開発・検証数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	20	20	20	20
	活動実績／成果実績(件)	27	24	23	--
↓ 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件の試験法を開発し、2025年度に通知した。）
	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		2023年度	2024年度	2025年度	目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)	15	15	15	15
	活動実績／成果実績(件)	8	0	8	--
	達成率(%)	53.3	0	53.3	--
↓ 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において、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年度以降は、2者以上の応札を確保している。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行し、目標達成に向けて事業を実施しており、継続して事業を実施する。 ○残留農薬等試験法開発事業において、分析法の専門家による試験法の効率的な検討がなされている。 ○試験法開発のより一層の推進を図るため、分析法の専門家による会議を定期的（年3回程度）に開催し、サンプル量や抽出溶媒の選択方法等を検討し、より効率的な試験法の開発を推進することができるよう、その環境整備に努める。 ○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。 ・引き続き、成果指標（基準設定の公示件数及び農薬等試験法の公示件数）の実績を継続的に把握するとともに、目標値を連続して下回っている状況の要因を分析し、事業効果の検証に努めていただきたい。
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	現状通り		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	・引き続き、必要性・効率性・有効性を検討し、適切な予算執行を図っていくこととする。 ・引き続き、成果指標の実績を継続的に把握するとともに、目標値を連続して下回っている状況の要因を分析し、事業効果の検証に努めていくこととする。		

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	158,437	49	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		
	東京電力エナジーパートナー株式会社		26,973	8010001166930		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		26,973	6	79.6	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	島津サイエンス株式会社		22,405	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
	トリプル四重極型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）		18,843	3	95.2	--
	PDA検出器 SPD-M40 1点 随意契約（少額）		1,639	1	--	--
	LCMS-8060NX 検出器 交換作業 1式 随意契約（少額）		714	1	--	--
	Genius XE SMZ メンテナンス作業 1式ほか 随意契約（少額）		1,209	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社バイオテック・ラボ		16,083	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
	タンデム四重極型質量分析計 一式 一般競争契約（最低価格）		4,000	2	96.6	--
	CARTRIDGE HOLDER PKG 19×10MM 1点 外20点 随意契約（少額）		2,348	1	--	--
	日本分光 AS-4050i オートサンプラー 1点 随意契約（少額）		1,815	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	
	Waters Xevo TQ Absolute 洗浄点検 1式ほか 随意契約（少額）	7,920	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
新東産業株式会社		9,500	8011001010418		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		9,500	2	93.4	--
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		7,260	9010001027685		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
米国における農薬等残留物ばく露量推定実施状況の調査 随意契約（少額）		1,980	1	--	--
チリ国およびタイ国におけるホセチルアルミニウム残留物の管理状況調査 随意契約（少額）		1,540	1	--	--
OECD主要国におけるホセチルアルミニウム残留物のリスク管理状況調査 随意契約（少額）		1,320	1	--	--
諸外国におけるホセチルアルミニウムのMRL設定状況調査ほか 随意契約（少額）		2,420	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		6,882	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）		6,882	8	82.1	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社リクルートR＆Dスタッフィング		5,896	9010001127312		

支出先ブロック名		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
	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）	5,896	8	91.6	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	尾崎理化株式会社	5,129	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
	A，A，Aートリフルオロ－オートルイルサンSTD 1点 外11点 随意契約（少額）	482	1	--	--
	スクリーキャップ 赤 PTFE／白シリコンセブタム 1 00個 10点 外6点 随意契約（少額）	399	1	--	--
	EDB水蒸気蒸留抽出装置 桐山製作所 AB25A－1－1 3点 随意契約（少額）	365	1	--	--
	Reference 2／V（容量可変ピペット） 1点 外7 点ほか 随意契約（少額）	3,884	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	三協ラボサービス株式会社	4,000	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）	4,000	2	93	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	ユーロフィンQKEN株式会社	3,828	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
	市場流通するピーマンの買い上げとそれらの分析による農薬残 留物濃度の実態調査 一般競争契約（最低価格）	3,828	2	68.2	--
	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	
	東京瓦斯株式会社ほか	50,480	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	ガス使用料ほか その他(--)	50,480	--	--	--
支出先ブロック名		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	42,662	10	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	
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		
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		
山形県		5,000	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
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		
愛知県		4,890	1000020230006		

	支出先ブロック名		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)		4,890	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	福島県		4,499	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)		4,499	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	福岡県		3,763	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)		3,763	--	--	--
	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		
	新潟県		3,646	5000020150002		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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)		3,646	--	--	--
	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	
	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
	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	民間企業	187,021	18	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		
	株式会社三菱総合研究所	66,000	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等の管理に向けた調査等業務 一般競争契約（総合評価）	66,000	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		
	エム・アール・アイリサーチアソシエイツ株式会社	49,500	7010001012532		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	諸外国における農薬等の残留基準設定等に関する調査業務 一般競争契約（総合評価）	49,500	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		
	日本環境科学株式会社	18,150	4390001001525		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／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	
	食品中に残留する農薬等の摂取量調査 一般競争契約（最低価格）	18,150	2	--	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		
一般財団法人東京顕微鏡院		14,784	3010005004232		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）[新規LC/MS一斉試験法（畜水産物）：国衛研法] 妥当性評価試験 一般競争契約（最低価格）		5,280	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
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Ⅰ（農産物）妥当性評価試験 一般競争契約（最低価格）		4,752	3	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
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EPN等グループ試験法（農産物）[改良法] 妥当性評価試験 一般競争契約（最低価格）		4,752	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		
ユーロフィンQKEN株式会社		13,695	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（デルタメトリン及びトラロメトリン）の高感度試験法開発検討 一般競争契約（総合評価）		8,745	1	--	予定価格が類推されるおそれがあるため。
食品に残留する農薬等の成分である物質（ピリデート）の高感度試験法開発検討 一般競争契約（総合評価）		4,950	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		
株式会社環境科学研究所		10,120	8180001011830		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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（プロクロラズ）の高感度試験法開発検討 一般競争契約（総合評価）		5,170	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	
	食品に残留する農薬等の成分である物質（ニトラピリン）の 高感度試験法開発検討 一般競争契約（総合評価）	4,950	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		
一般財団法人食品環境検査協会		5,720	6010005002803		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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Ⅰ（農産物）妥 当性評価試験（令和7年度第2回） 一般競争契約（最低価格）		5,720	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 e e		2,365	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
残留農薬等評価資料等の整理及び電子化業務等一式 一般競争契約（最低価格）		2,365	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		
株式会社メディアアトリエ		1,916	1011001037079		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 開催に係る運営等支援業務 一般競争契約（最低価格）		1,916	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		
株式会社メディア総合研究所		1,564	4011001041557		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
食品安全関係法令等英訳業務 随意契約（少額）		791	1	--	--
食品関係資料等英訳業務 随意契約（少額）		773	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ＴＣフォーラムほか	3,207	--			
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
		コーデックス連絡協議会の会場設営等 その他(--)	3,207	--	--	--	
費目・使途 (単位：千円)		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途		金額
	A	東京電力エナジーパートナー株式会社	電気使用料	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		26,973
	B	岩手県	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		5,000
	C	株式会社三菱総合研究所	農薬等の残留基準値等の管理に向けた調査等業務	役務費	農薬等の残留基準値等の管理に向けた調査等業務		66,000
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	2026	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、過去に指定された食品添加物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	
	--	--	--		--	

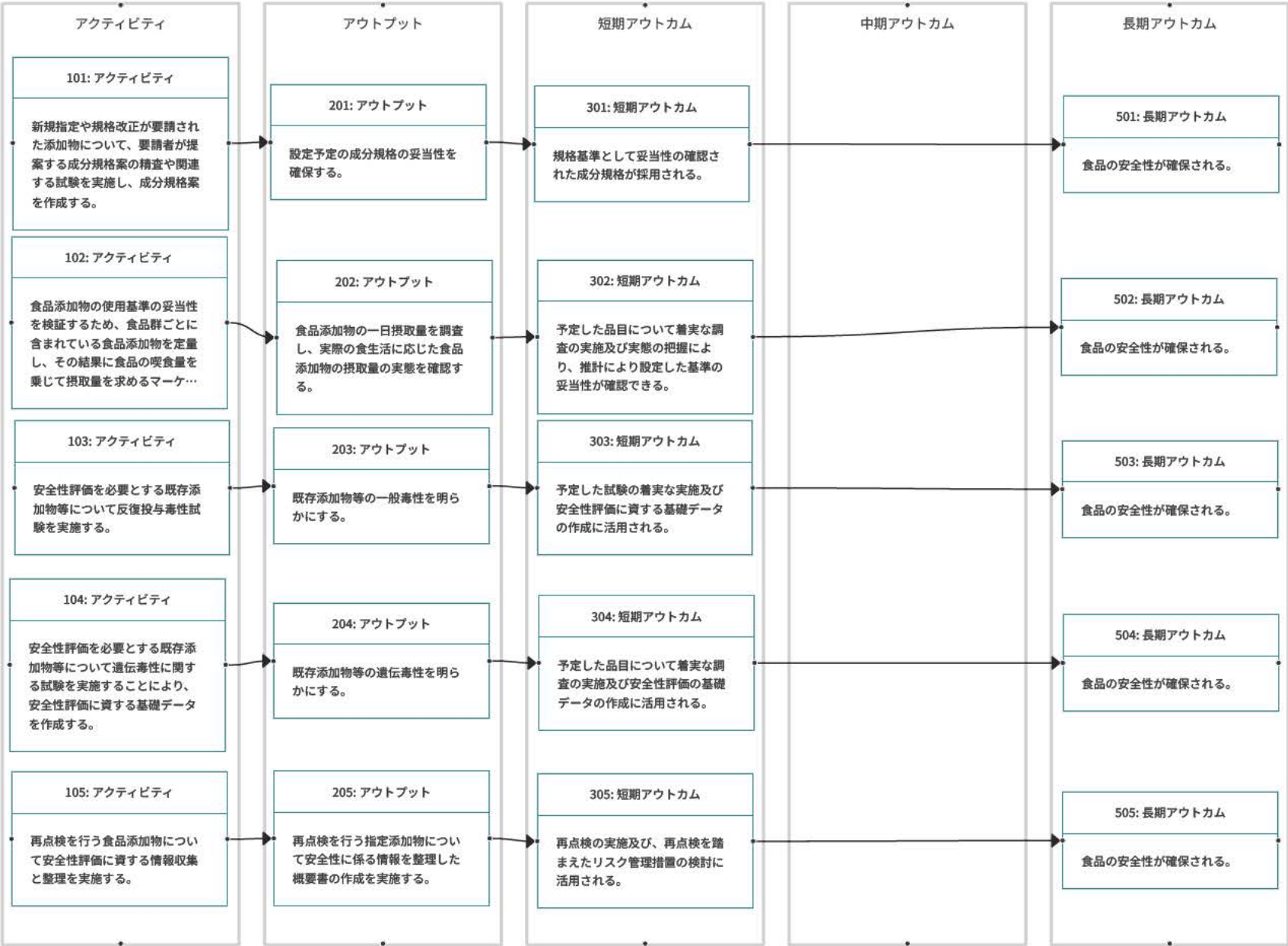
備考	--
----	----

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027	
	要求額		322,900	453,000	332,368	419,436	439,430	
	当初予算		275,000	269,436	269,436	278,533	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		275,000	269,436	269,436	278,533	--	
	執行額		248,641	224,157	265,759	--	--	
	執行率		90.4%	83.2%	98.6%	--	--	
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 / 食品衛生基準政策費 / 食品等試験検査費			--		272,119	433,468
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 職員旅費			--		2,341	2,729
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 委員等旅費			--		1,676	803
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 庁費			--		1,576	1,541
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 諸謝金			--		821	889
	主な増減理由	酵素・香料等の特殊な添加物の特性に応じたリスク管理手法の検討等のため。			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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	5	5	5	5
	活動実績／成果実績(件)	5	4	5	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	国内で使用可能な添加物の指定に当たり、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）	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、2025年度に11件の予定に対して保存料6件、着色料5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			2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)		11	11	11	11
	活動実績／成果実績(件)		12	8	11	--
↓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）	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、2025年度は5件の予定に対して1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			2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)		5	5	5	5
	活動実績／成果実績(件)		2	2	1	--
↓ 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）	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、2025年度は2件の予定に対して3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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)	3	1	3	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	安全性の評価が必要な既存添加物等について、変異毒性試験を実施することにより、その安全性評価に資する基礎データが得られる。				
短期アウトカム	成果目標	予定した品目について着実な調査の実施及び安全性評価の基礎データの作成に活用される。		成果指標	予定した品目について着実に調査を実施及び安全性評価の基礎データの作成
	定性的なアウトカムに関する成果実績	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 105-205-305-505

アクティビティ	再点検を行う食品添加物について安全性評価に資する情報収集と整理を実施する。			
アウトプット	活動目標	再点検を行う指定添加物について安全性に係る情報を整理した概要書の作成を実施する。	活動指標	指定添加物の概要書作成の実施数
	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			2026年度	
	当初見込み／目標値(件)		2	
	活動実績／成果実績(件)		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	食品添加物の概要書作成を実施することにより、再点検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	再点検の実施及び、再点検を踏まえたリスク管理措置の検討に活用される。	成果指標	予定した品目についての再点検の実施
	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	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	再点検及び再点検に伴うリスク管理措置の検討が実施されることにより、食品添加物が使用された食品の安全を確保することができる。			
長期アウトカム	成果目標	食品の安全性が確保される。	成果指標	国民の食品に関する健康被害の防止
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	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

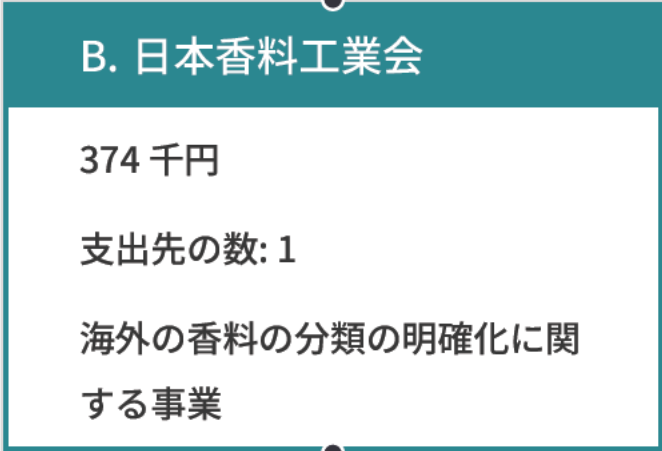
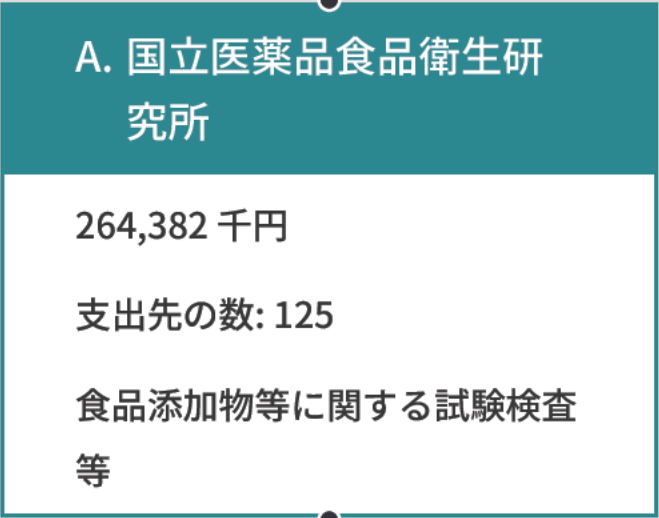
事業所管部局による点検・改善	点検結果	本事業の調査結果は、規制対象物質に対し規格基準を設定するための重要なデータであり、コーデックス委員会等の国際会議及び食品衛生基準審議会の審議において使用されるものでもあるため、適正な内容となるよう努めている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	適切に予算を執行するとともに、事業の目標をおおむね達成できているため、継続して本事業を実施する。今後においても、食品の安全性確保のために必要不可欠な事業のため、引き続き調査・試験における一定の実施数を確保し、食品の安全を確保できるよう効率的かつ適正な執行に努めていく。		
外部有識者による点検	点検対象	外部有識者による点検対象外	最終実施年度	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、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。 ・引き続き、設定した活動指標の実績を継続的に把握するとともに、目標値と実績値に乖離が生じている場合はその要因を分析し、事業効果の検証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、実績を継続的に把握し、事業の必要性・効率性・有効性の検討を行うことで適切な予算執行に努めていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



間接経費: 1,003 千円

1. 職員旅費: 988 千円

2. 庁費: 15 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	
A	国立医薬品食品衛生研究所	264,382	125	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		28,074	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
レーザーマイクロダイセクション装置 一式 一般競争契約（最低価格）		10,000	2	91.2	--
DNAマイクロアレイ解析装置 保守 一式 1ヶ年 一般競争契約（最低価格）		5,941	1	100	--
分子モデリングソフトウェア Spartan 一式 随意契約（少額）		2,483	1	--	--
ICP-MS用MassHunterソフト 1点 外1点ほか その他(--)		9,650	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社池田理化		21,015	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
加熱脱着装置 一式 一般競争契約（最低価格）		4,976	2	95.2	--
固体試料サンプリング装置 一式 一般競争契約（最低価格）		4,312	2	94.5	--
RIDA QUICK DON RQS ECO 20本～ 4点 外3点 随意契約（少額）		928	1	--	--
Sep-Pak PLUS TC18 ENV (50／BOX)～ 5点 外9点ほか その他(--)		10,798	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
東京電力エナジーパートナー株式会社		17,797	8010001166930		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）	17,797	6	79.6	--
支出先名		支出額	法人番号		
新東産業株式会社		13,256	8011001010418		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		13,000	2	93.4	--
3 F B－1 1 室/C－9 室 1 0 0 V 2 0 A コンセント・1 0 0 V コンセント増設工事 随意契約（少額）		256	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
I N S T E M P L C		9,900	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
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）		9,900	2	100	--
支出先名		支出額	法人番号		
尾崎理化株式会社		9,092	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
ピリメタニルRM [CRM] ザンノウヨウ 1 0 0 M G 3 点 外 6 点 ほか その他(--)		6,827	--	--	--
1 . 5－A n h y d r o－D－f r u c t o s e 1 g 2 点 随意契約（少額）		970	1	--	--
1 5－A n h y d r o－D－f r u c t o s e 1 g 1 点 随意契約（少額）		835	1	--	--
ステピオールピオシドヒョウジュンヒンシヨクヒ 2 5 M G 1 点 外 5 点 随意契約（少額）		460	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	
	日本空調サービス株式会社	8,000	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）	8,000	1	94.1	--
	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	6,635	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
	既存添加物の成分規格設定に関する検討 随意契約（少額）	2,185	1	--	--
	食品中の食品添加物含有量分析試験業務（安息香酸、ソルビン酸及びデヒドロ酢酸） 随意契約（少額）	1,507	1	--	--
	既存添加物の成分規格設定に関する検討（酵素分解リンゴ抽出物） 随意契約（少額）	1,217	1	--	--
	食品中の食品添加物分析法の検討（サイクラミン酸及びその塩類分析法の検討）ほか 随意契約（少額）	1,727	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	一般財団法人東京顕微鏡院	5,401	3010005004232		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品中の食品添加物含有量分析試験業務（指定添加物タール色素12種） 一般競争契約（最低価格）	3,872	1	88.3	--
	マーケットバスケット混合試料における保存料分析の検討 随意契約（少額）	1,529	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	Elsevier B.V.	4,682	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7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）（--）		4,682	1	100	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	島津サイエンス株式会社ほか			140,530	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	自動計測コロニーカウンター P S F－1 1 0 0 1点ほか その他（--）			140,530	--	--	--
	支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B	日本香料工業会		374	1	海外の香料の分類の明確化に関する事業	
	支出先名			支出額	法人番号		
	日本香料工業会			374	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	
海外の香料の分類の明確化に関する事業 随意契約（少額）			374	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	レーザーマイクロダイセクション装置 一式	物品購入費	食品添加物等に関する試験検査等		10,000
	B	日本香料工業会	海外の香料の分類の明確化に関する事業	役務費	海外の香料の分類の明確化に関する事業		374
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	2026			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					

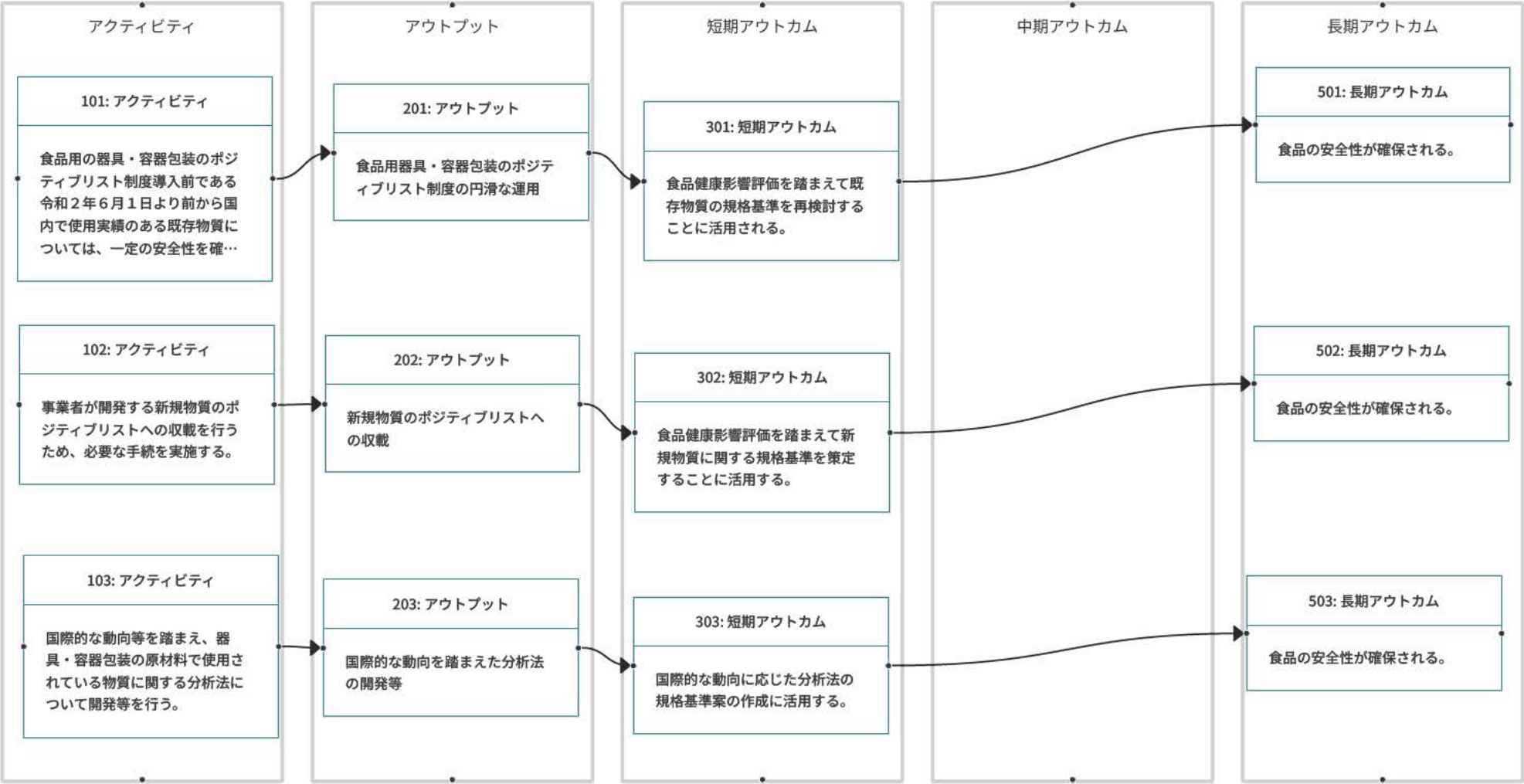
根拠法令	法令名		法令番号	条	項	号・号の細分
	食品衛生法		昭和二十二年法律第二百三十三号	第十八条	1	--
	食品衛生法		昭和二十二年法律第二百三十三号	第十八条	3	--
	食品衛生法		昭和二十二年法律第二百三十三号	第六十八条	1	--
	食品安全基本法		平成十五年法律第四十八号	第二十四条	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL			
	食品、添加物等の規格基準（昭和34年厚生省告示第370号）の第3 器具及び容器包装（最終改正:2025年5月30日）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/assets/standards_cms101_260605_04.pdf			
	食品、添加物等の規格基準（昭和34年厚生省告示第370号）の第4 おもちゃ（最終改正:2025年5月30日）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/assets/standards_cms101_260605_05.pdf			
	食品、添加物等の規格基準（昭和34年厚生省告示第370号）の第5 洗浄剤（最終改正:2020年12月4日）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/assets/standards_cms101_250529_006.pdf			
	食品、添加物等の規格基準（昭和34年厚生省告示第370号）の別表第1（2023年11月30日公布 2024年9月27日改正）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/positive_list_new/assets/standards_cms101_240927_08.pdf			
	「食品、添加物等の規格基準別表第1第1表に規定する基材を構成するモノマー等について」（令和5年11月30日付け厚生食基発1130第1号厚生労働省健康・生活衛生局食品基準審査課長通知）（最終改正:2026年3月26日）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/positive_list_new/assets/standards_cms101_260326_02.pdf			
	食品、添加物等の規格基準の一部を改正する告示（令和7年内閣府告示第95号）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/assets/standards_cms101_250530_001.pdf			
	「食品、添加物等の規格基準の一部改正について(器具及び容器包装に係る用途別規格の整理等に関する取扱い)」（令和7年5月30日付け消食基第361号消費者庁次長通知）（最終改正：2026年2月13日）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/notice/assets/standards_cms101_260213_03.pdf			
	「器具及び容器包装に係る規格基準に関する試験法等の取扱いについて」（令和7年5月30日付け消食基第362号消費者庁食品衛生基準審査課通知）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/appliance/assets/cms_standards101_250620_004.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	2027	
	要求額		579,000	587,000	585,265	579,048	419,151	
	当初予算		579,000	579,043	579,048	579,048	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		579,000	579,043	579,048	579,048	--	
	執行額		493,426	474,763	516,673	--	--	
	執行率		85.2%	82%	89.2%	--	--	
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	--		25,000		--	
		予算種別/歳出予算項目			備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 食品衛生基準調査研究費			--		575,670	415,773
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 職員旅費			--		1,933	2,362
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 委員等旅費			--		554	85
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 諸謝金			--		504	604
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 庁費			--		387	327
		主な増減理由		既存物質について、リスク評価依頼に必要な安全性試験の実施が進み、今後、安全性試験の件数が減ることが見込まれるため。			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	食品用の器具・容器包装のポジティブリスト制度導入前である令和２年６月１日より前から国内で使用実績のある既存物質については、一定の安全性を確認した上でポジティブリストに掲載されているとともに、従来からの一般規格や材質別規格等でも引き続きリスク管理されているところであるが、リスク評価の優先度の高いと考えられる物質に関しては、個別に食品健康影響評価を受けるため、最新の科学的知見を踏まえた調査を継続的に行う。				
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 ※対象とする既存物質は、2025年度に既存物質のリスク評価方針が整理されたことを踏まえ、リスク評価優先度に基づき275物質とする。	
	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）	※2025年度までの実績値は、全840の既存物質に関する調査数を計上。	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカ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
	当初見込み／目標値(件)	300	250	250	289
	活動実績／成果実績(件)	154	456	780	--
↓ 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の規格基準を再検討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の規格基準を再検討する。	
	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。 2025年６月26日の食品衛生基準審議会器具・容器包装部会にて、ポジティブリストに掲載されている既存物質については、優先度が高いと考えられる物質群を優先し、知見が収集されたものからリスク評価を依頼する方針が了承された。また、2025年12月15日の同部会にて、年間４～５物質程度を目途に食品安全委員会にリスク評価を依頼すること、優先度が高いと考えられる物質の評価を８～10年程度で完了すること等とされた。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	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（2023年４月13日） 食品衛生基準審議会器具・容器包装部会（2025年６月26日開催） 食品衛生基準審議会器具・容器包装部会（2025年12月15日開催） ※本アウトカムでは食品健康影響評価を踏まえ、既に策定済の規格基準の妥当性に関して再検討を行うことを目標としており、その趣旨を明確にするため、2026年度に成果目標を「食品健康影響評価を踏まえて既存物質の規格基準を再検討することに活用される」へ変更した。	
	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の結果を踏まえて規格基準を再検討するため、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	器具・容器包装ポジティブリスト制度に関して遵守状況の確認を行う。
	定性的なアウトカムに関する成果実績	器具・容器包装ポジティブリスト制度は、経過措置期間が令和7年5月末に満了し、令和7年6月1日に完全施行となった後も円滑に運用されており、適切にリスク管理が行われている。 既存物質については、2025年度にリスク評価方針を決定したところであり、今後順次、リスク評価依頼を行い、評価結果を踏まえ、必要に応じてリスク管理水準を見直すこととしている。 2025年12月器具・容器包装部会に「平成30年食品衛生法改正の施行状況等を踏まえた課題について」の報告を行った。今後も器具・容器包装ポジティブリスト制度の円滑な運用のため、遵守状況について、関係機関と連携しながら、引き続き確認を行っていく。	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	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	器具・容器包装部会で議論された新規物質の件数
	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		2025年度		2026年度
	当初見込み／目標値(件)	7		3
	活動実績／成果実績(件)	4		--
↓ 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	2025年度は事業者から4件のモノマー等通知の改正要請があり、規格基準及び通知の改正を行った。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	「「食品、添加物等の規格基準別表第1第1表に規定する基材を構成するモノマー等について」の一部改正について」（令和7年7月4日付け消食基第437号消費者庁食品衛生基準審査課長通知） 「「食品、添加物等の規格基準別表第1第1表に規定する基材を構成するモノマー等について」の一部改正について」（令和7年10月7日付け消食基第601号消費者庁食品衛生基準審査課長通知） 「「食品、添加物等の規格基準別表第1第1表に規定する基材を構成するモノマー等について」の一部改正及び一部訂正について」（令和8年3月26日付け消食基第159号消費者庁食品衛生基準審査課長通知）
	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等の収載等は事業者からの申請等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。	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	2025年度に事業者から申請等があった物質 4 件について、必要な手続きが実施され、適切にリスク管理が行われている。	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	「食品、添加物等の規格基準別表第1第1表に規定する基材を構成するモノマー等について」（令和 5 年11月30日付け厚生食基発1130第1号厚生労働省健康・生活衛生局食品基準審査課長通知）（最終改正:2026年3月26日）
	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

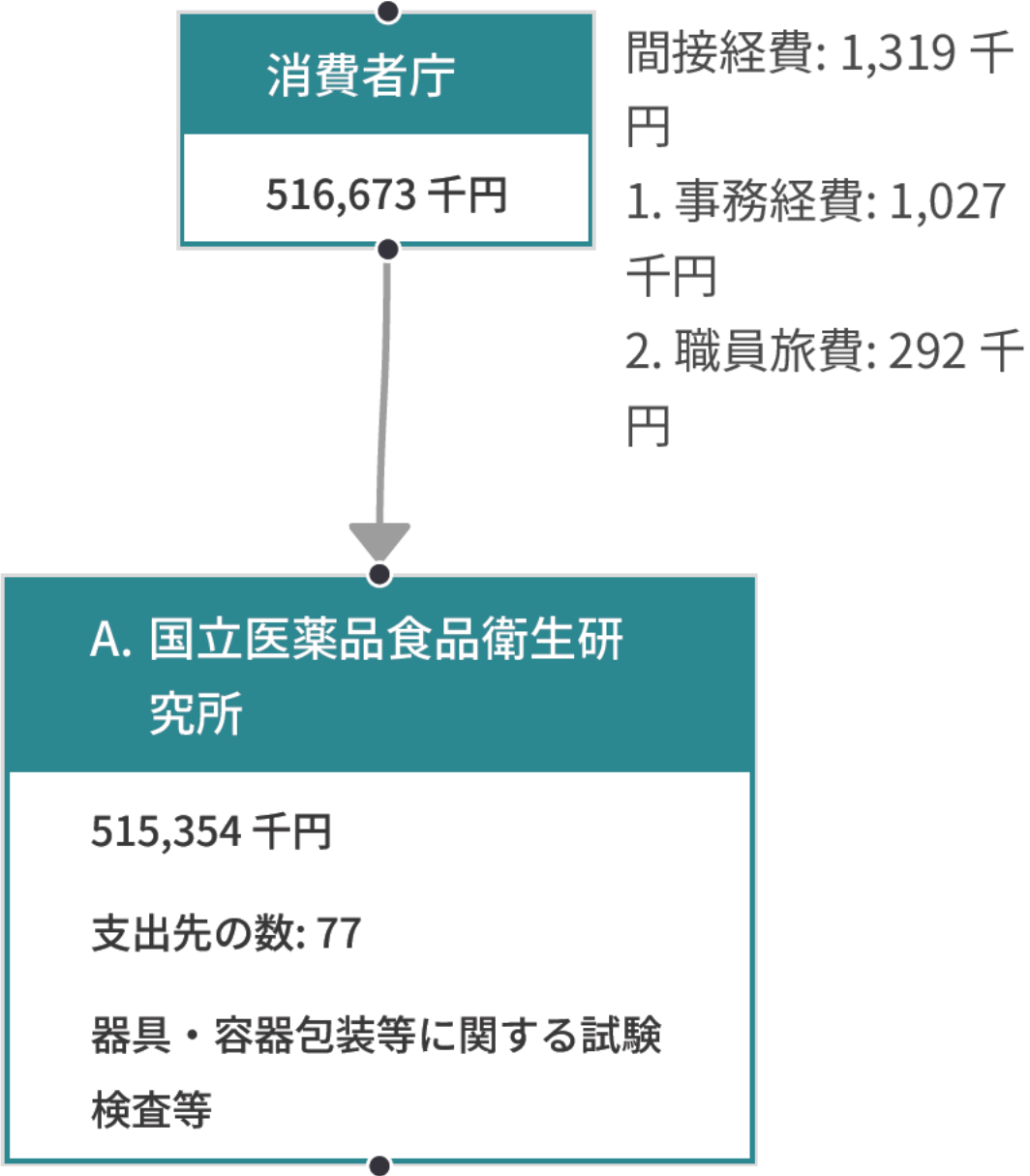
アクティビティ	国際的な動向等を踏まえ、器具・容器包装の原材料で使用されている物質に関する分析法について開発等を行う。					
アウトプット	活動目標	国際的な動向を踏まえた分析法の開発等		活動指標	分析法の開発等の数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)		2	2	2	2
	活動実績／成果実績(件)		2	2	3	--
↓ 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の検討	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	開発した試験法を規格基準に導入するため、食品、添加物等の規格基準の一部改正について（令和7年内閣府告示第95号）を告示した。あわせて、一部の試験法については、「器具及び容器包装に係る規格基準に関する試験法等の取扱いについて」（令和7年5月30日付け消食基第362号消費者庁食品衛生基準審査課通知）の別紙「器具及び容器包装に関する分析法の性能評価の手引き」に規定した。		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	食品、添加物等の規格基準の一部を改正する告示（令和7年内閣府告示第95号） 「器具及び容器包装に係る規格基準に関する試験法等の取扱いについて」（令和7年5月30日付け消食基第362号消費者庁食品衛生基準審査課通知）	
	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	開発した試験法を規格基準として導入したことにより、国際的な動向等を踏まえたリスク管理が行われている。また、一部の試験法を通知化したことで、分析技術の進展や国際動向に応じた試薬等の調達状況による試験法の変更等に柔軟に対応できる環境を整備した。	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	--
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、既に器具・容器包装ポジティブリストに掲載されている物質の規格改正に向けて、既存物質のリスク評価依頼に必要な情報を収集するための調査や、その整理に重要な役割を果たした。また、新たに追加する物質の規格について整理を行うためにも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、本事業の調査結果は、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、適切な予算執行の下で着実に実施されており、器具・容器包装ポジティブリスト制度を円滑に運用するための基盤となっている。このため、現行の枠組みを維持しつつ、引き続き本事業を継続的に実施し、政策効果の更なる発現を図ることが重要である。 事業実施に際しては、優先度の高い物質群から計画的に評価・検討を行うほか、一般競争入札をはじめとする適正な調達手法を活用することにより、透明性の確保とともにコストの低減を図り、限られた財源の中で最大限の政策効果を発揮できるよう効率的かつ効果的な事業運営に努める。 さらに、令和7年6月に器具・容器包装ポジティブリスト制度が完全施行されたことから、今後は、合成樹脂以外の材質についてもポジティブリスト化を検討し、より一層の食品の安全性確保を図る。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	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本事業は、食品用器具・容器包装に関して2020年度から施行されたポジティブリスト制度に従って安全性が確認されたものののみを使用すること本旨とするものである。ポジティブリスト制度実施以前から使用されている、いわゆる「既存物質」について、優先度の高い順に、リスク評価依頼作業を続けて、10年程度で完了させるものとしている。 短期アウトカムとしては、上記の既存物質の規格基準の評価作業を進めることをあげているが、ポジティブリスト制度によることとされる中であって、リストに含まれている既存物質について、なお安全性の追加評価を実施していくことについては、制度的には矛盾をかかえることにならないかという疑問を感じる。 そもそもポジティブリスト制度制定時まで何の問題もなく使用されてきた既存物質にどのような「新たなリスク」がありうるのか、追加評価の「視点」はどのように見出されると考えているのか。それが有り得るとするなら、新規に開発された化学物質がリストに加えられる際にも、もう「新たなリスク」はないとはいえないということにならないか。 結局、ポジティブリスト制度は、「現時点」で考え得る一定の安全基準であり、ポジティブリストに掲載されているものは、全て安全性において「同格」と考える必要があるように思われる。本事業に関する資料に、「ポジティブリスト制度の円滑な運用」という言葉がでてくるが、それはポジティブリストが、現時点の「安全基準」として、いわば一定の「絶対性」を持つものであるということがなければ成立し得ないように思われる。 また、ポジティブリスト制度が、上記のように「現時点で」という限定付きながらも一定の「絶対性」を持つということを前提とする中で、初めて、「ポジティブリスト」の遵守状況(あるいは「違反状況」)を以て本事業の定量的な長期アウトカムとすることが可能になるものと思う。 ②アウトプット指標として「既存物質の安全性に関する調査数」を設定している。指標名からは、既存物質の安全性が全く担保されていないかのように受け取れるため、これは以前のネガティブ規制を遵守していた既存物質を確認的に調査することである等の意味合いを明記した方が良いのではないか。 ③「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」ことに対する活動指標としての「既存物質の安全性に関する調査数」が300あるいは250に設定されているところ、実績値がバラバラになっているが、そもそもここでいう調査数は目標値を事前に設定できるものなのか。乖離が続くのであれば見直しも必要になろう。 「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」事業については、そもそも定量的基準のみならず、定性的な基準の構築も困難。何か、現状のものと違う視点で議論ができないか。		
	公開プロセス結果概要	--		

行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	現状通り	詳細	・一部の調達において一者応札となっている。その他の応札者が見込めるよう仕様書や調達時期を見直すなど調達方法について工夫いただきたい。 ・外部有識者の所見を踏まえ、指標の設定方法及び実績値の把握方法について継続的に検討するとともに、制度効果を適切に把握できる成果指標の在り方について引き続き検討していただきたい。
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	外部有識者による点検及び行政事業レビュー推進チームの所見を踏まえて、適切な指標となるよう見直しを行った。今後も継続的に検討することで適切な制度効果の把握に努めていく。 また、令和８年度よりその他の応札者が見込めるよう仕様書等の見直しにも取り組んでおり、引き続き、効果的な事業実施に向け、効率的かつ適正な予算執行に努めていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			



支出先上位者リスト
(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	515,354	77	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		
株式会社バイオテック・ラボ		75,889	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
レーザーマイクロダイセクション装置 一式 一般競争契約（最低価格）		13,265	2	91.2	--
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）		9,977	3	95.5	--
I C P M S用L Cシステム 一式 一般競争契約（最低価格）		6,999	3	90.9	--
高速液体クロマトグラフ・質量分析装置点検作業 一式ほか その他(--)		45,648	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
東京電力エナジーパートナー株式会社		44,345	8010001166930		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		44,345	6	79.6	--
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		32,549	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
9 0日間反復経口投与毒性試験（キシレン及びホルムアルデヒド～重合体） 一式 一般競争契約（最低価格）		15,455	1	66.5	--
ビス（4－tert－ブチル安息香酸）～9 0日間反復経口投与毒性試験 一式 一般競争契約（最低価格）		12,936	1	79	--
エトキシル化処理された脂肪族アミン及び飽和脂肪酸～反復経口投与試験 一式 一般競争契約（最低価格）		3,828	1	66.5	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	化学物質の細菌を用いる復帰突然変異試験に関する試験（1物質） 随意契約（少額）	330	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社池田理化		30,120	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
加熱脱着装置 一式 一般競争契約（最低価格）		4,976	2	95.2	--
誘導結合プラズマ質量分析装置 プラズマ点火不良修繕作業一式 一般競争契約（最低価格）		3,382	2	95.3	--
フリーザー 1台 一般競争契約（最低価格）		2,626	1	96.6	--
ダクトレスヒュームフード 1点 外3点ほか その他(--)		19,136	--	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
新東産業株式会社		28,090	8011001010418		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		27,914	2	93.4	--
実験室の床洗浄 1式 随意契約（少額）		176	1	--	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社薬物安全性試験センター		27,390	5011101021284		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
酸化ケイ素及びジメチルシロキサン～90日間反復経口投与毒性試験 一式 一般競争契約（最低価格）		23,100	1	95.9	--
エトキシル化処理されたフェノール及びリン酸～反復経口投与試験 一式 一般競争契約（最低価格）		2,420	2	46.3	--

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	酵素処理ルチン（抽出物）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）	1,870	4	32.7	--
支出先名		支出額	法人番号		
島津サイエンス株式会社		17,444	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
高速液体クロマトグラフ 一式 一般競争契約（最低価格）		10,010	3	84.7	--
高速液体クロマトグラフ質量分析計 ターボ分子ポンプ～交換作業 一式 一般競争契約（最低価格）		2,992	3	93.8	--
分析天秤A P 2 2 5 W－A D（J P N） 1点 随意契約（少額）		1,000	1	--	--
高速液体クロマトグラフ質量分析装置 修理作業 1 式ほか その他(--)		3,442	--	--	--
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		17,160	9010001027685		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／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 一般競争契約（最低価格）		9,460	1	97.3	--
ポジティブリスト化に係る物質リスト整備 一般競争契約（最低価格）		7,700	2	96.6	--
支出先名		支出額	法人番号		
三協ラボサービス株式会社		17,000	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）		17,000	2	93	--
支出先名		支出額	法人番号		
一般社団法人化学情報協会		12,300	3010005016764		

	支出先ブロック名			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	
			SciFinder-n 利用 一式 1ヶ年 随意契約（少額）	12,300	1	--	--	
		支出先名			支出額	法人番号		
		日本空調サービス株式会社ほか			213,067	--		
			契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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 一式ほか その他(--)	213,067	--	--	--	
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	レーザーマイクロダイセクション装置 一式	物品購入費	器具・容器包装等に関する試験検査等		13,265	
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	2023		事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	2026			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」による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	市場に流通するいわゆる「健康食品」に係る安全対策を強化する観点から、安全性に懸念が指摘される成分又は物質について、体系的な分析調査を実施する。具体的には、国内外の規制動向や諸外国における注意喚起の実態を把握するとともに、対象成分の含有量を高精度に把握するための測定手法の開発を進めることにより、健康被害等が発生した場合においても、科学的根拠に基づく迅速かつ的確なリスク評価及び行政対応を可能とする体制を構築する。						
	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	--	--

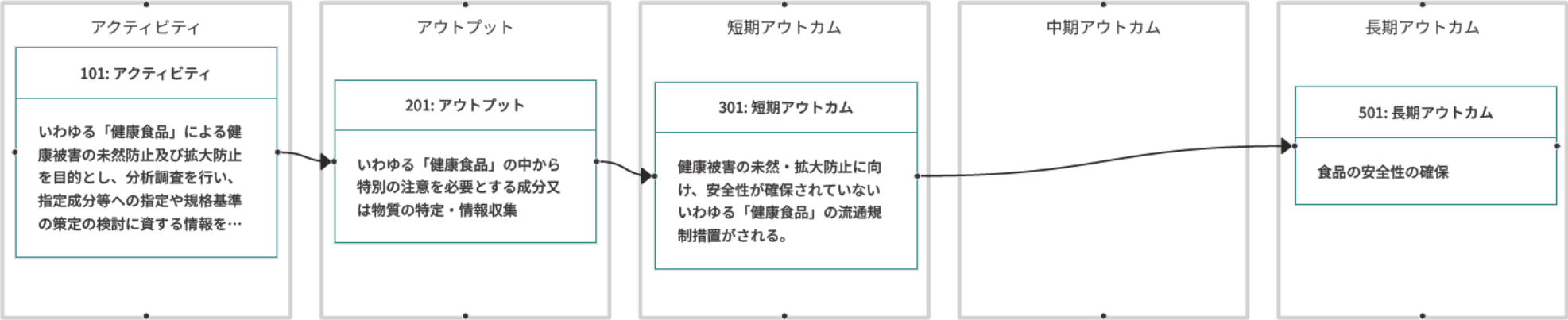
関係する計画・通知等	計画・通知名		計画・通知等URL	
	「いわゆる「健康食品」・無承認無許可医薬品健康被害防止対応要領について」（課長通知）		https://www.mhlw.go.jp/content/001368533.pdf	
	「「錠剤、カプセル剤等食品の原材料の安全性に関する自主点検及び製品設計に関する指針（ガイドライン）」及び「錠剤、カプセル剤等食品の製造管理及び品質管理（GMP）に関する指針（ガイドライン）」について」（課長通知）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/health_food/assets/cms_standards107_241227_02.pdf	
	「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）」に係る項目解説及び自己点検表について（項目解説）		https://www.caa.go.jp/policies/policy/standards_evaluation/health_food/assets/cms_standards107_250502_02.pdf	
	「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）」に係る項目解説及び自己点検表について（自己点検表）		https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fwww.caa.go.jp%2Fpolicies%2Fpolicy%2Fstandards_evaluation%2Fhealth_food%2Fassets%2Fcms_standards107_250502_03.docx&wdOrigin=BROWSELINK	
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	2027		
	要求額		75,400	136,000	361,213	137,780	295,008		
	当初予算		120,000	120,098	126,780	119,607	--		
	補正予算		--	--	--	--	--		
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--		
	予備費等		0	--	--	--	--		
	計		120,000	120,098	126,780	119,607	--		
	執行額		117,140	118,886	115,614	--	--		
	執行率		97.6%	99%	91.2%	--	--		
予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定		要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--		30,294		【「強く豊かな日本」投資枠】117,473千円		
		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 / 食品等試験検査費				--		112,335	136,970
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 職員旅費				--		2,953	6,215
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 委員等旅費				--		2,768	8,606
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 諸謝金				--		1,505	1,908
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 庁費				--		46	18
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 食品衛生基準調査研究費				--		0	116,210
		当初予算 一般会計/内閣府/消費者庁/食品衛生基準政策費/非常勤職員手当				--		0	25,081
	主な増減理由		サプリメントのGMPによる製造管理の義務化に向けた体制構築等のため。			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

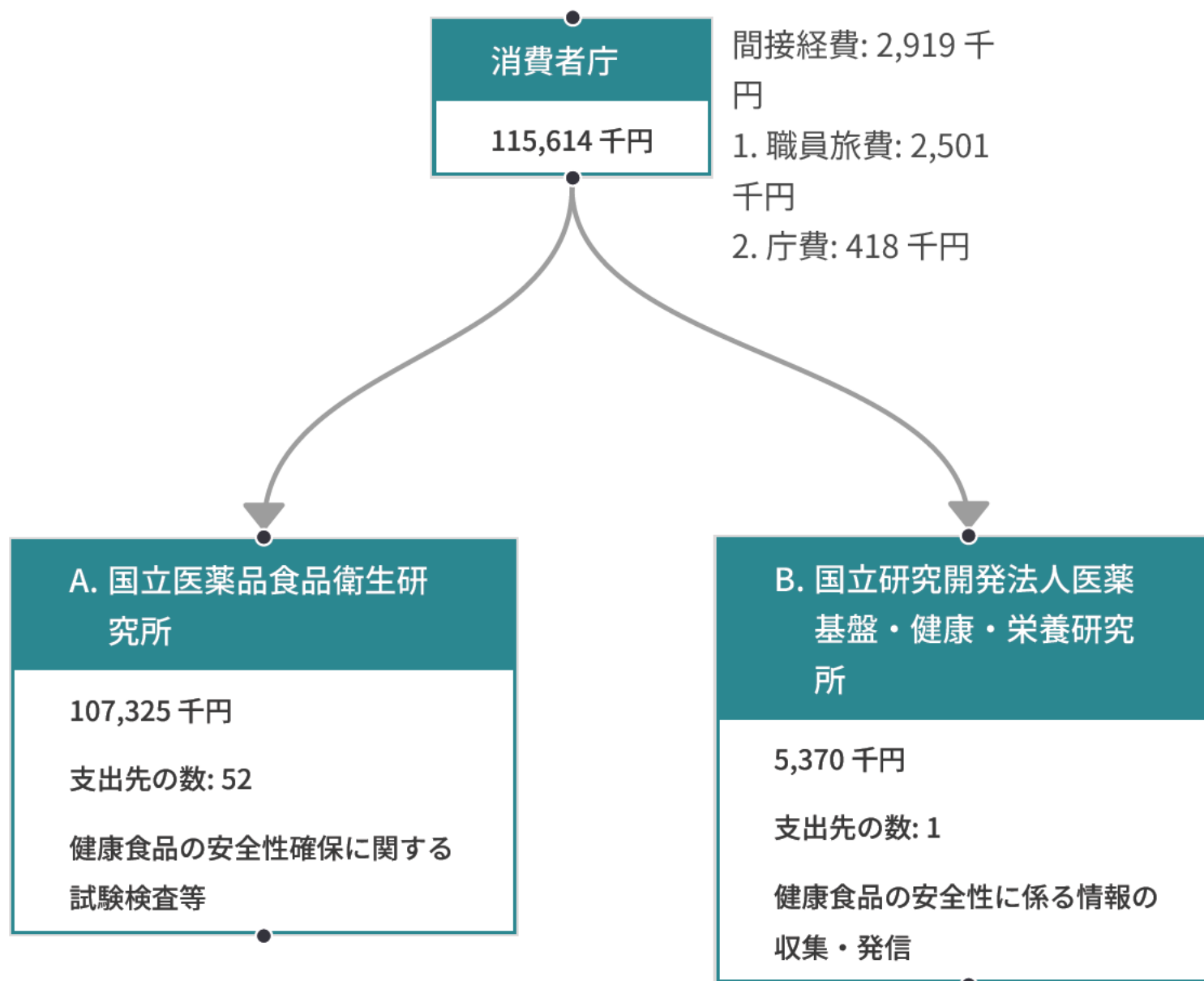
アクティビティ	いわゆる「健康食品」による健康被害の未然防止及び拡大防止を目的とし、分析調査を行い、指定成分等への指定や規格基準の策定の検討に資する情報を収集する。さらに、国内外の健康被害や諸外国の規制、注意喚起の情報を収集し、必要に応じて消費者とリスクコミュニケーションを行う。				
アウトプット	活動目標	いわゆる「健康食品」の中から特別の注意を必要とする成分又は物質の特定・情報収集		活動指標	健康被害と疑われる事例又は海外規制当局にて危険性が示唆されている、いわゆる「健康食品」に対する分析調査
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカ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
	当初見込み／目標値(件)	2	2	1	2
	活動実績／成果実績(件)	2	3	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、適切な流通規制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、4つの成分について、指定成分への指定を行い、それらについて製造に係る規格基準を策定。		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	令和7年度においては、これまでの調査・分析成果を踏まえ、事業者による自主的な品質・安全確保の取組を一層促進するため、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ついて、具体的な項目解説及び自己点検表を取りまとめ、発出した。 これにより、製造工程の適正化及び品質保証の向上が図られ、実効性のある安全な商品供給体制の確立に資するものとなっている。 さらに、本事業は、専門家及び関係省庁との緊密な連携の下で推進されており、健康被害の未然防止及び発生時の拡大防止に向けた総合的な取組を展開している。今後とも、科学的知見の蓄積と制度的対応の充実を両輪として、健康食品の安全性確保に万全を期すものである。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	本事業については、適切な予算執行の下で着実に実施されており、初期の目的である健康食品の安全性確保に向けた基盤整備が着実に進展している。このため、現行の枠組みを維持しつつ、引き続き本事業を継続的に実施し、政策効果の更なる発現を図ることが重要である。 また、市場に流通しているいわゆる「健康食品」の安全性確保をより一層強化する観点から、分析調査等の対象選定に当たっては、健康被害の発生リスクや社会的影響の大きさを踏まえ、関係省庁及び専門家の知見を十分に活用しつつ、緊急性及び優先度の高い案件を的確に選定することとする。 さらに、分析調査等の実施に際しては、一般競争入札をはじめとする適正な調達手法を活用することにより、透明性の確保とともにコストの低減を図り、限られた財源の中で最大限の政策効果を発揮できるよう効率的かつ効果的な事業運営に努める。これらの取組を通じて、国民の健康保護に資する安全・安心な健康食品の供給体制を一層強化していく。		
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	・事業の必要性・効率性・有効性を検討し、更なる執行率の向上に努めること。 ・引き続き、分析調査件数の実績及び流通規制措置の状況を継続的に把握するとともに、アウトプットから短期アウトカムに至る効果発現経路の妥当性を検証し、事業の有効性及び成果の確認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、分析調査及び流通規制措置を適切に実施し、いわゆる「健康食品」による健康被害を未然に防止するため、事業の必要性・効率性・有効性を検証して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	国立医薬品食品衛生研究所	107,325	52	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		38,514	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	
タンデム四重極型質量分析装置 一式 指名競争契約（最低価格）		17,400	2	98.9	--	
タンデム四重極型質量分析計 一式 一般競争契約（最低価格）		7,000	2	96.6	--	
バイオメディカルクーラー 修理費用（S／N：8 3 8 9 6 7 6 6 7） 1式 随意契約（少額）		4,400	1	--	--	
窒素ガス発生装置 AT-5 NP-2 5 CSL 1点ほか 随意契約（少額）		9,715	--	--	--	
支出先名		支出額	法人番号			
東京電力エナジーパートナー株式会社		21,218	8010001166930			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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）		21,218	6	79.6	--	
支出先名		支出額	法人番号			
個人A		5,776	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・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)		5,776	--	--	--	
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		4,114	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	

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	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）	1,320	1	--	--
	諸外国における遺伝子組換え食品等～審査法令とリスクに関する最新情報の確認業務 随意契約（少額）	968	1	--	--
	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業務 随意契約（少額）	968	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一式 随意契約（少額）	858	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人B	4,086	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・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)	4,086	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社池田理化	3,647	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
	S u p e l (TM) Q u E Z - S e p B u l k ～ 1点 外5点 随意契約（少額）	857	1	--	--
	L R U I N 1 0 L A S E R H E - N E 1 2 V W M N T G ～ 1点 随意契約（少額）	606	1	--	--
	薬用冷蔵ショーケース ピーエイチシー M P R - S 3 0 0 H - P J 1点 随意契約（少額）	388	1	--	--
	R I D A S M A R T B O X Z R S A - S B 1点ほか 随意契約（少額）	1,797	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社帝国理化	3,488	3010001050750		

支出先ブロック名		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
	質量分析器及び窒素発生装置の点検作業 1式 随意契約（少額）	1,797	1	--	--
	0013071 TSKgel Amide-80 5um 1点 外8点 随意契約（少額）	780	1	--	--
	186002639 300μL 高純度PPバイアル～ 2 点 外10点 随意契約（少額）	735	1	--	--
	NE-MG06 ミドリグリーン ダイレクト 1mL 7点 外3点 随意契約（少額）	177	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	個人C	3,041	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)	3,041	--	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	新東産業株式会社	3,000	8011001010418		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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 指名競争契約（最低価格）	3,000	2	93.4	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	尾崎理化株式会社	2,557	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
	27-Deoxyactein 10mg 1点 外6点 随意契約（少額）	633	1	--	--
	システム適合性HRS用ブラックコホシュ乾燥抽出物 120 0mg 1点 外3点 随意契約（少額）	277	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	
		秋ウコン粉末100% 1点 外67点 随意契約（少額）		269	1	--	--
		Oasis MCX 6cc Vac Cratridge～ 1点 外4点ほか 随意契約（少額）		1,379	--	--	--
		支出先名		支出額	法人番号		
		日本空調サービス株式会社ほか		17,882	--		
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	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 一式ほか その他(--)		17,882	--	--	--	
	支出先ブロック名			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		5,370	1	健康食品の安全性に係る情報の収集・発信	
		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		5,370	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)		5,370	1	100	--		
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	タンデム四重極型質量分析装置一式	物品購入費	健康食品の安全性確保に関する試験検査等		17,400
	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	健康食品の安全性に係る情報の収集・発信		5,370
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	2026	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等を交付対象とする補助金であり、国民の健康を守るための政策等に活用する観点も踏まえ、食品安全に係る技術水準の向上に資する研究を進めることができるよう、外部有識者からなる事前及び中間・事後評価委員会での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	国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行うことにより、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である。 ①食品衛生基準科学研究費補助金：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。（定額補助） ②食品衛生基準行政推進調査事業費補助金：食品衛生基準科学研究のうち、行政的に特に重要度が高いものや専門的・学術的観点等から研究者の指定が必要なものについて、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。（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	
	・「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	
	・「「第2期復興・創生期間」以降における東日本大震災からの復興の基本方針の変更に ついて」（令和7年6月20日閣議決定）		https://www.reconstruction.go.jp/files/user/topics/main-cat12/sub-cat12-1/2_20250620_kihonhousin.pdf	
	・「バイオエコノミー戦略」（令和6年6月3日統合イノベーション戦略推進会議決定）		https://www8.cao.go.jp/cstp/bio/bio_economy.pdf	
	・「食料・農業・農村基本計画」（令和7年4月11日閣議決定）		https://www.maff.go.jp/j/keikaku/k_aratana/attach/pdf/index-61.pdf	
	・「第7期科学技術・イノベーション基本計画」（令和8年3月27日閣議決定）		https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/7honbun.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
	試験研究機関や大学等に所属する研究者等	定額	--	--
備考	--			

予算・執行

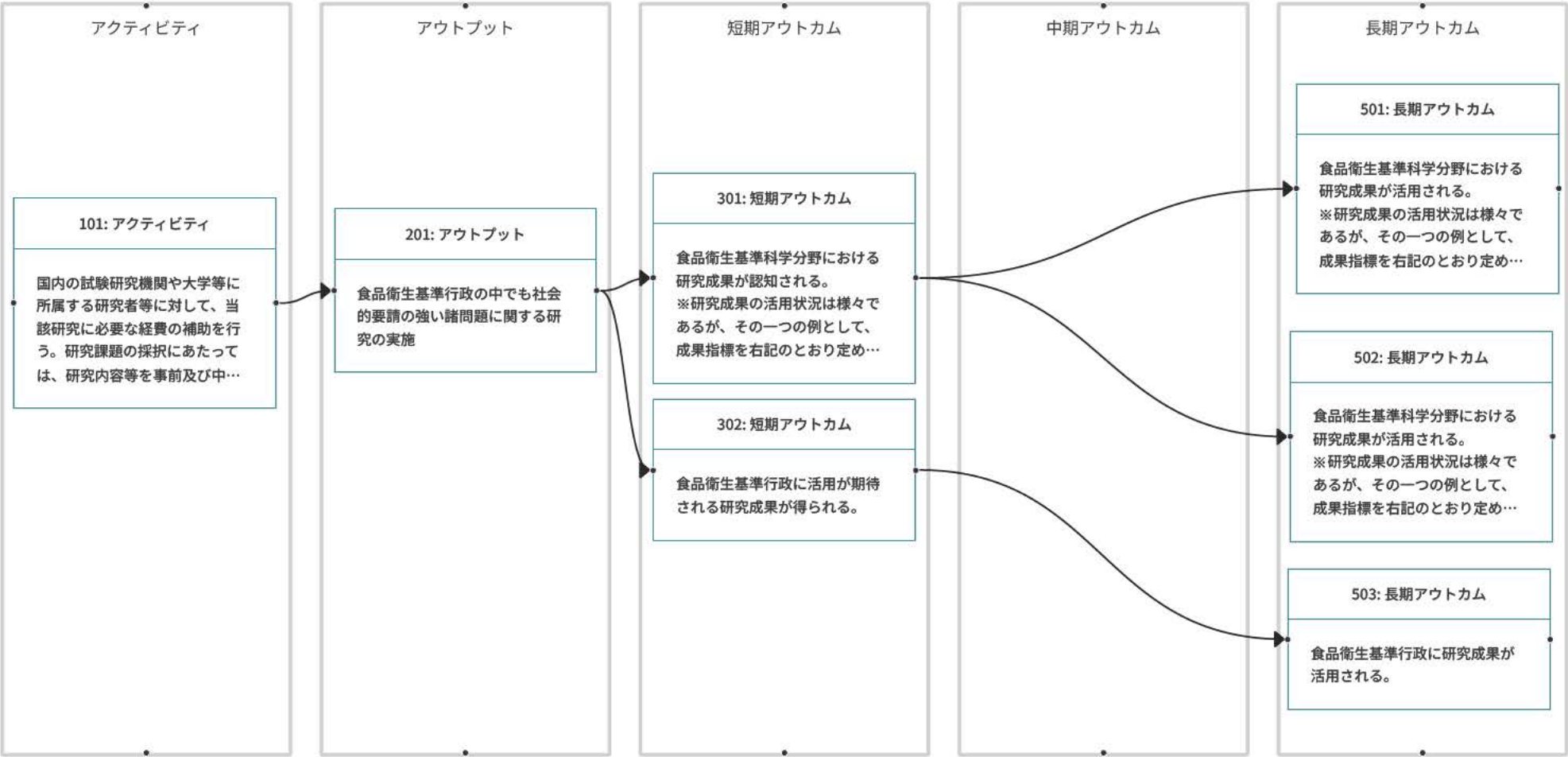
予算額執行額表 (単位：千円)			2023	2024	2025	2026	2027
	要求額		--	307,000	307,433	348,715	279,575
	当初予算		0	256,195	255,575	255,575	--
	補正予算		--	--	--	--	--
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--
	予備費等		--	--	--	--	--
	計		0	256,195	255,575	255,575	--
	執行額		--	255,027	255,575	--	--
	執行率		--	99.5%	100%	--	--

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 / 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	221,865
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 食品衛生基準行政推進調査事業費補助金		--		57,710	57,710

主な増減理由	研究者の発想を活かした分野横断的な研究や複数の研究機関の連携による研究を通じて食品衛生基準科学研究における人材育成等をより一層推進するため。	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。 ※2025年度執行額については交付決定時点の数字を記載。
--------	--	---------	--

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等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。研究課題の採択にあたっては、研究内容等を事前及び中間・事後評価委員会に所属する外部有識者によって評価いただき、その研究の妥当性の確認を行う。また、同評価委員会における評価は評点をつけることにより行っており、その点数に応じて各研究課題の配分額の差別化を図ることにより、PDCAサイクルを毎年繰り返し、公平かつ効率的な執行を行う。			
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）	厚生労働科学研究成果データベース
	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	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	6	6	6
	活動実績／成果実績(件)	6	7	--
↓ 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国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態を定性的指標として設定している。			
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、定性的な評価を行う。	成果指標	研究成果を厚生労働科学研究データベース（閲覧システム）に掲載することで国民が研究成果を広く閲覧・利活用することができる。
	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）	厚生労働科学研究成果データベース
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	研究成果については国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態が重要であり、定量的な評価が適さないため。	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	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、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	研究成果について発表された年度ごとの論文数 ※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。 ※対象とする研究成果は、実施中の課題及び行政効果報告の対象となっている終了課題に係るものとする。	
	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）	厚生労働科学研究成果データベース ※2025年度までの目標値及び2024年度までの実績値については、今回の成果指標見直し前の数値として、当該年度において実施中の課題に係る当該年度における論文数を計上。	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカ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	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(件)	68	68	73	
	活動実績／成果実績(件)	68	73	--	
	達成率(%)	100	107.4	--	

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等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。研究課題の採択にあたっては、研究内容等を事前及び中間・事後評価委員会に所属する外部有識者によって評価いただき、その研究の妥当性の確認を行う。また、同評価委員会における評価は評点をつけることにより行っており、その点数に応じて各研究課題の配分額の差別化を図ることにより、PDCAサイクルを毎年繰り返し、公平かつ効率的な執行を行う。			
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）	厚生労働科学研究成果データベース
	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	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	6	6	6
	活動実績／成果実績(件)	6	7	--
↓ 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国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態を定性的指標として設定している。			
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、定性的な評価を行う。	成果指標	研究成果を厚生労働科学研究データベース（閲覧システム）に掲載することで国民が研究成果を広く閲覧・利活用することができる。
	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）	厚生労働科学研究成果データベース
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	研究成果については国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態が重要であり、定量的な評価が適さないため。	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	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、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	研究成果について発表された年度ごとの学会発表件数（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。 ※対象とする研究成果は、実施中の課題及び行政効果報告の対象となっている終了課題に係るものとする。	
	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）	厚生労働科学研究成果データベース ※2025年度までの目標値及び2024年度までの実績値については、今回の成果指標見直し前の数値として、当該年度において実施中の課題に係る1課題あたりの学会発表件数を計上。	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカ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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)		7	7	176
	活動実績／成果実績(件)		7	176	--
	達成率(%)		100	2,514.3	--

アクティビティからの発現経路 101-201-302-503

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等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。研究課題の採択にあたっては、研究内容等を事前及び中間・事後評価委員会に所属する外部有識者によって評価いただき、その研究の妥当性の確認を行う。また、同評価委員会における評価は評点をつけることにより行っており、その点数に応じて各研究課題の配分額の差別化を図ることにより、PDCAサイクルを毎年繰り返し、公平かつ効率的な執行を行う。			
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）	厚生労働科学研究成果データベース
	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	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	6	6	6
	活動実績／成果実績(件)	6	7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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を実施するだけでなく、それによって得られた研究成果をより多く国民、社会に還元する必要がある、食品衛生基準行政に活用が期待される研究成果が創出できているかを図る指標として外部有識者会議による評価を実施し、その評価を定性指標として設定している。			
短期アウトカム	成果目標	食品衛生基準行政に活用が期待される研究成果が得られる。	成果指標	外部有識者会議の評価のもと、研究成果の評価を行い、食品衛生基準行政に活用が期待される研究成果が得られたことを確認している。
	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	研究成果については、外部有識者会議において厳正な評価がなされた上で、各研究に係る評点の上下にかかわらず、食品衛生基準行政に活用が期待される水準が確保されることが重要であることから、定量的な評価は適さない。	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	得られた研究成果によって、実際に国民の食の安全に資するためには、研究成果の行政施策への活用が重要となってくるため、「食品衛生基準行政に研究成果が活用される。」を定性指標として設定している。			

長期アウトカム	成果目標	食品衛生基準行政に研究成果が活用される。	成果指標	食品衛生基準行政に研究成果が活用される。
	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	行政の施策の数や、運用がなされた制度の絶対数を計上することは必ずしも容易ではないことに加え、仮に「規格基準の策定」を計上の対象にしようとする場合、本来必要な施策を行うために「規格基準の策定」が必要となるとは限らない一方、目標達成のために不要な規格基準を設定する等の不適切な行為を助長する可能性があることから、定性的なアウトカムとした。	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、食品衛生基準科学研究の振興を促し、科学的知見に基づき食品の安全性を確保するために重要な研究であり、外部有識者会議にて公募内容等を事前に検討いただくことで研究課題の選定の妥当性を担保するとともに、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会において研究内容・成果を厳正に評価することにより、研究の妥当性及び公平性を確保している。 科学技術・イノベーション基本計画において、申請書作成や審査の負担軽減が示されており、この方針に基づき、各種手続きや評価会議におけるヒアリングをオンライン化するなどの負担軽減を行っている。 また、研究成果は、厚生労働科学研究成果データベース等で公表することにより国民に広く還元されるとともに、食品衛生基準行政に活用されている。昨年度までは、当該HPへのアクセス数を成果指標としていたところ、成果指標の設定の仕方に対して外部有識者会合にて指摘があったことから、一部の指標について見直しを行った。
	目標年度における効果測定に関する評価	--
	改善の方向性	国民の健康を守るための政策等に活用する観点も踏まえ、食品安全に係る技術水準の向上に一層資する研究となるよう、外部有識者による検討・評価体制を維持し、研究成果の公開及び食品の規格基準策定等の食品衛生基準行政への活用を継続的に行う。 また、食品安全に関する独創的又は先駆的な研究や社会的要請の強い諸問題に関する研究について、一層の競争的な研究環境の確保とそれによる研究の質の向上、食品衛生基準分野を担う研究人材の育成を図るため、研究者の発想を活かした研究課題の設定や複数の研究機関による連携を更に推進する。さらに、点検結果を踏まえて、必要に応じて更なる事務負担の軽減に努めるとともに、今般見直した指標に基づき事業成果を評価しつつ、当該指標の妥当性について、継続的に検証を行っていく。

外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2026
	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本事業は、食品の衛生基準に関する研究の振興を促すために、大学や国立・民間の試験研究機関に所属する研究者等の研究を対象に補助金を交付するものである。研究テーマは、公募によるものと、行政上の緊急性などにに基づき指定するものに分かれるが、いずれも食品の衛生基準に関するものであることが前提となる。 短期アウトカムとしては、より多くの国民が自由に閲覧・利用できるように、研究者の成果物を厚生労働省科学研究成果データベースで公表することとされているが、研究者の研究報告書を、一般国民が広く購読することについては、あまり多くを期待できるとは思われない。もしもそれを本格的に追求するとすれば、研究報告書内容を噛み砕いた「概要・概説」といったスタイルのものを別途に用意して提供するといったことが必要になるように思われる。 また、補助対象となった論文が、学界・学会等において高い評価を得る場合は、研究者にとって、貴重な「研究業績」となるものではあるが、消費者庁が本事業に求めるところは、その研究内容が消費者行政に反映され、結果として国民(消費者)に利益をもたらすことに他ならない。論文等の学術的な評価と、消費者行政における有用性の評価は分けて考える必要があるように思われる。 その意味では、本事業の短期的なアウトカムとしては、論文を一般国民に公表することよりは、むしろ消費者行政を担う消費者庁自身が積極的に研究の内容を点検・習得することなのではないかと思われ、そのためには、本事業の研究テーマ選定の段階から、研究成果に対する消費者庁としての期待が込められた対応が取られる必要がある。 研究成果の政策への取り込み・反映を示す事象、具体的には、消費者庁の関係者による研究成果の閲覧実績、実務の参考となった事柄の整理、関係する諸会議の資料としての利用実績といった事柄を把握していくことが、本事業の定量的な長期的なアウトカムとなるべきものと思われる。 ②消費者庁の同事業に関わるウェブサイトでは、研究成果が公表される「厚生労働科学研究成果データベース」へのリンクが貼られておらず研究成果の確認が難しい。ウェブサイトの構成に工夫が必要ではないか。 採択先が特定の機関に偏っている。新たな視点の獲得や研究者の裾野を広げるために、課題の内容や公募・採択方法に工夫が必要ではないか。 ③食品衛生基準行政推進調査事業費補助金：食品衛生基準科学研究のうち、「行政的緊急性が高いもの」を対象とする際の、その「緊急性」に対応するアウトカム（短期・長期）は描写できているだろうか。 研究補助の狙いは政策立案や行政実務へのインパクトを問題にするのか、科学技術の発展、研究成果の公表というアカデミックな出口を念頭におくか。前者の場合、指標の作り込みが非常に難しく、行政の側が積極的に研究成果と政策とのリンクを意識したカウントの取り方をしなければならない。		
	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	・補助金等の見直しの観点をふまえ、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。 ・外部有識者の所見を踏まえ、今般見直した成果指標（論文数・学会発表件数等）の実績を継続的に把握するとともに、制度効果を適切に把握できる指標の在り方について、引き続き検討していただきたい。

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	外部有識者による点検及び行政事業レビュー推進チームの所見を踏まえて、適切な指標となるよう見直し等を行った。また、外部有識者からの「新たな視点の獲得や研究者の裾野を広げるべき」の所見に対しては、食品安全に関する独創的又は先駆的な研究や社会的要請の強い諸問題に関する研究のより一層の競争的な研究環境の確保とそれによる研究の質の向上、食品衛生基準分野を担う研究人材の育成を図るため、研究者の発想を活かした分野横断的な研究や複数の研究機関の連携による研究を通じて食品衛生基準科学研究における人材育成等をより一層推進する。引き続き、実績を継続的に把握するとともに、効率的かつ適正な予算執行に努めていく。		
公開プロセス・ 秋の年次公開検 証（秋のレビュ ー）における取 りまとめ	--			
その他の指摘事 項	--			



支出先上位者リスト (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		255,575	35	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		30,000	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
	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		30,000	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	研究者B		21,549	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		21,549	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	研究者C		18,025	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		18,025	0	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	研究者D		14,800	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・容器包装等の食品衛生に係る安全性確保の推進に 資する研究 補助金等交付		14,800	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	12,934	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	7,278	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	5,656	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者F	12,428	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	12,428	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者G	10,622	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	10,622	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者H	10,355	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	10,355	0	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	研究者 I	10,297	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	
			「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	10,297	0	--	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	研究者 J			9,880	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
	かび毒の効率的なリスク管理のための新技術の応用研究 補助金等交付			9,880	0	--	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	研究者 K ほか			104,685	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等			支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	食品中残留農薬等の試験法開発における課題の解決に向けた研究等 補助金等交付			104,685	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	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		30,000
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

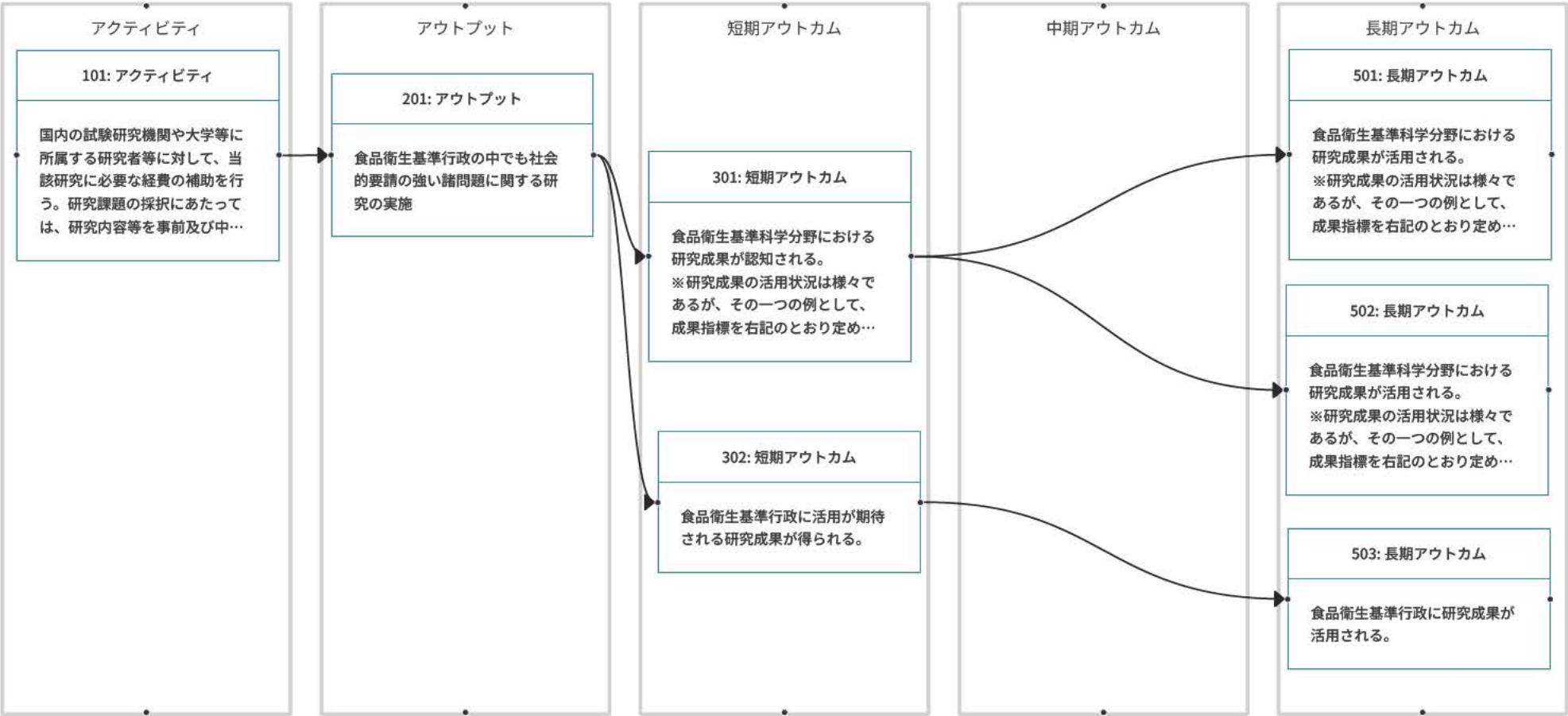
基本情報

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	2026		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7期科学技術・イノベーション基本計画」（令和8年3月27日閣議決定）		https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/7honbun.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	
	・「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	
	・「「第2期復興・創生期間」以降における東日本大震災からの復興の基本方針の変更について」（令和7年6月20日閣議決定）		https://www.reconstruction.go.jp/files/user/topics/main-cat12/sub-cat12-1/2_20250620_kihonhousin.pdf	
	・「バイオエコノミー戦略」（令和6年6月3日統合イノベーション戦略推進会議決定）		https://www8.cao.go.jp/cstp/bio/bio_economy.pdf	
	・「食料・農業・農村基本計画」（令和7年4月11日閣議決定）		https://www.maff.go.jp/j/keikaku/k_aratana/attach/pdf/index-61.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	2027	
	要求額		--	6,000	770	770	770	
	当初予算		0	5,628	770	770	--	
	補正予算		--	--	--	--	--	
	前年度から繰越し		--	--	--	--	--	
	予備費等		--	--	--	--	--	
	計		0	5,628	770	770	--	
	執行額		--	3,488	489	--	--	
	執行率		--	62%	63.5%	--	--	
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 / 食品衛生基準政策費 / 委員等旅費			--		462	317
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 食品衛生基準政策費 / 諸謝金			--		308	453
主な増減理由	--			その他特記事項	--			



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等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。研究課題の採択にあたっては、研究内容等を事前及び中間・事後評価委員会に所属する外部有識者によって評価いただき、その研究の妥当性の確認を行う。また、同評価委員会における評価は評点をつけることにより行っており、その点数に応じて各研究課題の配分額の差別化を図ることにより、PDCAサイクルを毎年繰り返し、公平かつ効率的な執行を行う。			
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）	厚生労働科学研究成果データベース
	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	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	6	6	6
	活動実績／成果実績(件)	6	7	--
↓ 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国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態を定性的指標として設定している。			
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、定性的な評価を行う。	成果指標	研究成果を厚生労働科学研究データベース（閲覧システム）に掲載することで国民が研究成果を広く閲覧・利活用することができる。
	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）	厚生労働科学研究成果データベース
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	研究成果については国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態が重要であり、定量的な評価が適さないため。	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	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、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	研究成果について発表された年度ごとの論文数 ※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。 ※対象とする研究成果は、実施中の課題及び行政効果報告の対象となっている終了課題に係るものとする。	
	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）	厚生労働科学研究成果データベース ※2025年度までの目標値及び2024年度までの実績値については、今回の成果指標見直し前の数値として、当該年度において実施中の課題に係る当該年度における論文数を計上。	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカ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	最終目標年度 2026年度	
	当初見込み／目標値(件)	68	68	73	
	活動実績／成果実績(件)	68	73	--	
	達成率(%)	100	107.4	--	

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等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。研究課題の採択にあたっては、研究内容等を事前及び中間・事後評価委員会に所属する外部有識者によって評価いただき、その研究の妥当性の確認を行う。また、同評価委員会における評価は評点をつけることにより行っており、その点数に応じて各研究課題の配分額の差別化を図ることにより、PDCAサイクルを毎年繰り返し、公平かつ効率的な執行を行う。			
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）	厚生労働科学研究成果データベース
	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	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	6	6	6
	活動実績／成果実績(件)	6	7	--
↓ 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国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態を定性的指標として設定している。			
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、定性的な評価を行う。	成果指標	研究成果を厚生労働科学研究データベース（閲覧システム）に掲載することで国民が研究成果を広く閲覧・利活用することができる。
	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）	厚生労働科学研究成果データベース
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	研究成果については国民が自由に閲覧・利活用できるよう広く公表されている状態が重要であり、定量的な評価が適さないため。	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	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、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	研究成果について発表された年度ごとの学会発表件数（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。 ※対象とする研究成果は、実施中の課題及び行政効果報告の対象となっている終了課題に係るものとする。	
	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）	厚生労働科学研究成果データベース ※2025年度までの目標値及び2024年度までの実績値については、今回の成果指標見直し前の数値として、当該年度において実施中の課題に係る1課題あたりの学会発表件数を計上。	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--	アウトカ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	最終目標年度 2026年度
	当初見込み／目標値(件)		7	7	176
	活動実績／成果実績(件)		7	176	--
	達成率(%)		100	2,514.3	--

アクティビティからの発現経路 101-201-302-503

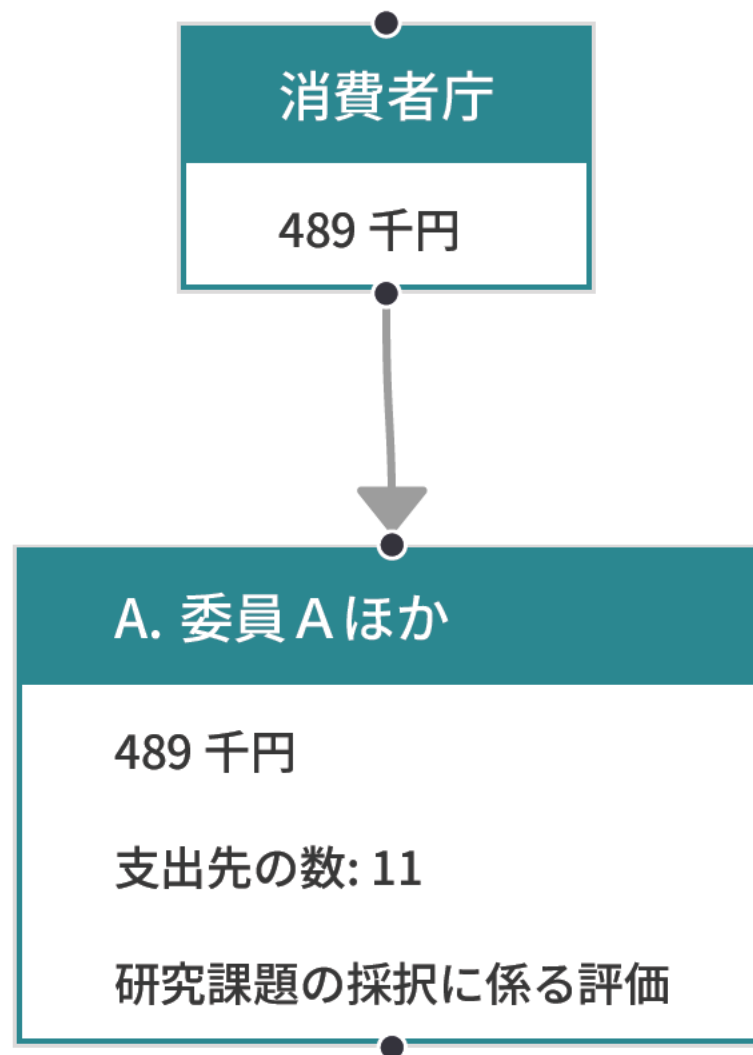
アクティビティ	国内の試験研究機関や大学等に所属する研究者等に対して、当該研究に必要な経費の補助を行う。研究課題の採択にあたっては、研究内容等を事前及び中間・事後評価委員会に所属する外部有識者によって評価いただき、その研究の妥当性の確認を行う。また、同評価委員会における評価は評点をつけることにより行っており、その点数に応じて各研究課題の配分額の差別化を図ることにより、PDCAサイクルを毎年繰り返し、公平かつ効率的な執行を行う。			
アウトプット	活動目標	食品衛生基準行政の中でも社会的要請の強い諸問題に関する研究の実施	活動指標	採択件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	厚生労働科学研究成果データベース
	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	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(件)	6	6	6
	活動実績／成果実績(件)	6	7	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	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を実施するだけでなく、それによって得られた研究成果をより多く国民、社会に還元する必要がある、食品衛生基準行政に活用が期待される研究成果が創出できているかを図る指標として外部有識者会議による評価を実施し、その評価を定性指標として設定している。			
短期アウトカム	成果目標	食品衛生基準行政に活用が期待される研究成果が得られる。	成果指標	外部有識者会議の評価のもと、研究成果の評価を行い、食品衛生基準行政に活用が期待される研究成果が得られたことを確認している。
	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	研究成果については、外部有識者会議において厳正な評価がなされた上で、各研究に係る評点の上下にかかわらず、食品衛生基準行政に活用が期待される水準が確保されることが重要であることから、定量的な評価は適さない。	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	得られた研究成果によって、実際に国民の食の安全に資するためには、研究成果の行政施策への活用が重要となってくるため、「食品衛生基準行政に研究成果が活用される。」を定性指標として設定している。			

長期アウトカム	成果目標	食品衛生基準行政に研究成果が活用される。	成果指標	食品衛生基準行政に研究成果が活用される。
	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	行政の施策の数や、運用がなされた制度の絶対数を計上することは必ずしも容易ではないことに加え、仮に「規格基準の策定」を計上の対象にしようとする場合、本来必要な施策を行うために「規格基準の策定」が必要となるとは限らない一方、目標達成のために不要な規格基準を設定する等の不適切な行為を助長する可能性があることから、定性的なアウトカムとした。	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、食品衛生基準科学研究の振興を促し、科学的知見に基づき食品の安全性を確保するために重要な研究であり、外部有識者会議にて公募内容等を事前に検討いただくことで研究課題の選定の妥当性を担保するとともに、外部有識者による事前及び中間・事後評価委員会において研究内容・成果を厳正に評価することにより、研究の妥当性及び公平性を確保している。科学技術・イノベーション基本計画において、申請書作成や審査の負担軽減が示されており、この方針に基づき、各種手続きや評価会議におけるヒアリングをオンライン化するなどの負担軽減を行っている。また、研究成果は、厚生労働科学研究成果データベース等で公表することにより国民に広く還元されるとともに、食品衛生基準行政に活用されている。昨年度までは、当該HPへのアクセス数を成果指標としていたところ、成果指標の設定の仕方に対して外部有識者会合にて指摘があったことから、一部の指標について見直しを行った。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	国民の健康を守るための政策等に活用する観点も踏まえ、食品安全に係る技術水準の向上に一層資する研究となるよう、外部有識者による検討・評価体制を維持し、研究成果の公開及び食品の規格基準策定等の食品衛生基準行政への活用を継続的に行う。また、食品安全に関する独創的又は先駆的な研究や社会的要請の強い諸問題に関する研究について、一層の競争的な研究環境の確保とそれによる研究の質の向上、食品衛生基準分野を担う研究人材の育成を図るため、研究者の発想を活かした研究課題の設定や複数の研究機関による連携を更に推進する。さらに、点検結果を踏まえて、必要に応じて更なる事務負担の軽減に努めるとともに、今般見直した指標に基づき事業成果を評価しつつ、当該指標の妥当性について、継続的に検証を行っていく。		
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	2025
	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、更なる執行率の向上に努めること。 ・引き続き、設定した指標の実績を適切に把握するとともに、研究成果が食品衛生基準行政に活用されているかについて、定性的な成果実績を整理し、事業効果の検証に引き続き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	設定した指標の実績を適切に把握し、事業効果等の検証を行うとともに、事業の必要性・効率性・有効性の検討を行い、引き続き、適切な予算執行に努めていく。		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			

その他の指摘事項	--
----------	----



支出先上位者リスト (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	委員Aほか	489	11	研究課題の採択に係る評価		
	支出先名		支出額	法人番号			
	委員A		83	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	
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		83	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	委員B		71	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	
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		71	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	委員C		71	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	
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		71	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	委員D		47	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	
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		47	--	--	--	
	支出先名		支出額	法人番号			
	委員E		47	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	
		会議出席に係る経費 その他(会議経費)	47	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
委員 F			31	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
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		31	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
委員 G			31	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
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		31	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
委員 H			28	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
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		28	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
委員 I			16	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
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		16	--	--	--
支出先名			支出額	法人番号		
委員 J			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
	会議出席に係る経費 その他(会議経費)		14	--	--	--

	支出先ブロック名			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		50	--				
		契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由		
		委員の会議経支給に係る源泉徴収 その他(源泉徴収)		50	--	--	--		
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	委員 A	会議出席に係る経費		会議経費		会議出席に係る経費		83
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	高江慎一 長谷部貴史					
	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	2026		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	--			

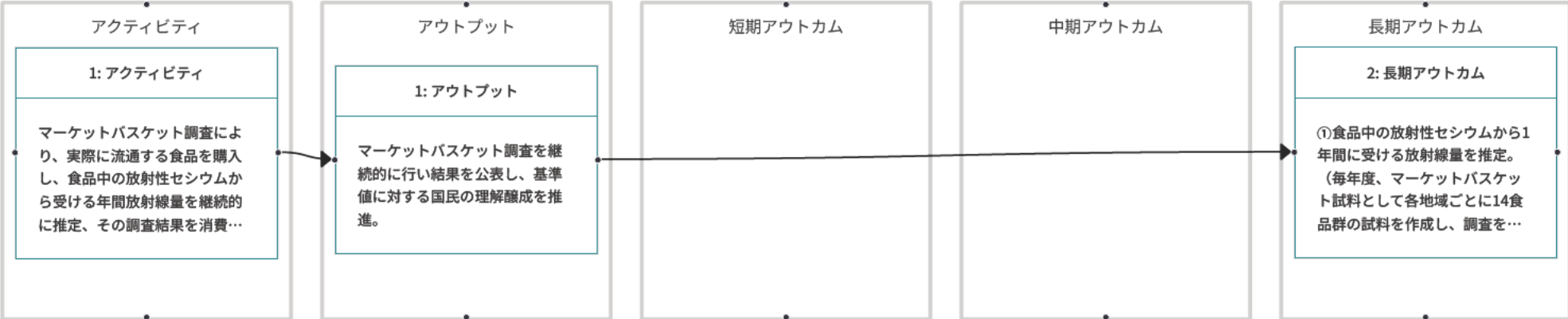
予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2023	2024	2025	2026	2027
	要求額	76,000	76,000	67,745	67,442	61,869
	当初予算	76,000	76,143	67,710	67,313	--
	補正予算	--	--	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	--	--	--
	予備費等	--	--	--	--	--
	計	76,000	76,143	67,710	67,313	--
	執行額	62,313	74,873	66,848	--	--
	執行率	82%	98.3%	98.7%	--	--

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 東日本大震災復興 / 国会、裁判所、会計検査院、内閣、内閣府、デジタル庁、防災庁、復興庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省及び防衛省 / 消費生活復興政策費 / 食品等試験検査費			--		66,741	61,241
		当初予算 東日本大震災復興 / 国会、裁判所、会計検査院、内閣、内閣府、デジタル庁、防災庁、復興庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省及び防衛省 / 消費生活復興政策費 / 職員旅費			--		554	628
		当初予算 東日本大震災復興 / 国会、裁判所、会計検査院、内閣、内閣府、デジタル庁、防災庁、復興庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省及び防衛省 / 消費生活復興政策費 / 庁費			--		18	0
		当初予算 東日本大震災復興 / 国会、裁判所、会計検査院、内閣、内閣府、デジタル庁、防災庁、復興庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省及び防衛省 / 消費生活復興政策費 / 委員等旅費			--		0	0
		当初予算 東日本大震災復興 / 国会、裁判所、会計検査院、内閣、内閣府、デジタル庁、防災庁、復興庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省及び防衛省 / 消費生活復興政策費 / 諸謝金			--		0	0
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



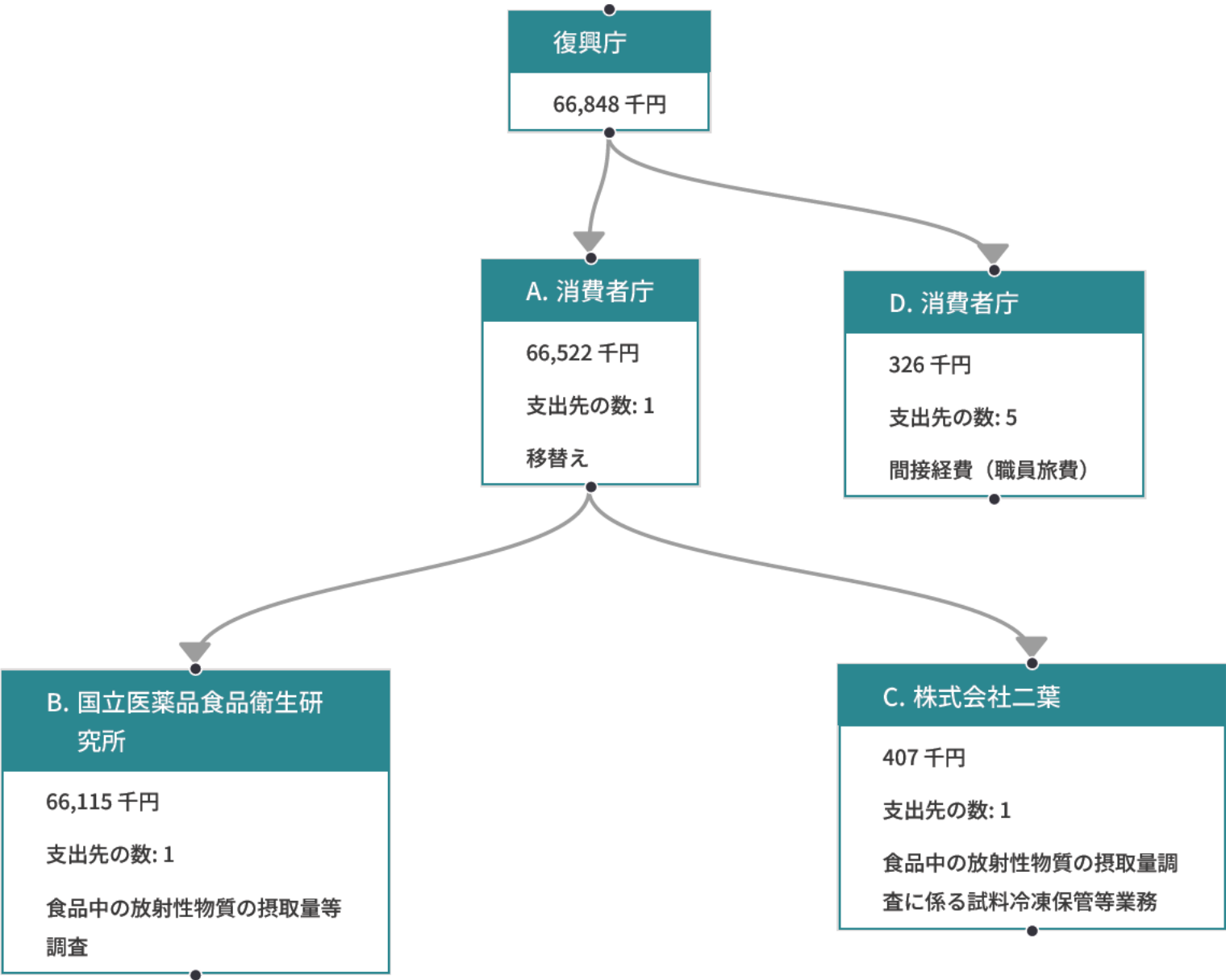
アクティビティからの発現経路 1-1-2

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		2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
	当初見込み／目標値(試料数)	420	420	364	364
	活動実績／成果実績(試料数)	420	420	364	--
↓ 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7年度は一日摂取量調査による試料364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	適切な予算執行及び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	事業内容の一部改善	詳細	本事業のニーズを的確に把握し、予算規模の適正化を図り、予算の效果的・効率的な執行とすること
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、予算規模の適正化を図るとともに、效果的・効率的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	消費者庁	66,522	1	移替え		
	支出先名	支出額	法人番号			
	消費者庁	66,522	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(--)	66,522	0	0	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
B	国立医薬品食品衛生研究所	66,115	1	食品中の放射性物質の摂取量等調査		
	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	22,626	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製一式 随意契約（その他）(--)	21,702	1	--	--	
	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（その他）(--)	924	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	個人	10,936	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・賞与 その他(事業に係る職員給与・賞与)	10,936	--	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	東京瓦斯株式会社	8,656	6010401020516			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	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）	8,656	4	51	--		

支出先ブロック名		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			
	尾崎理化株式会社	6,429	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	
	手袋 ニトリルグローブ パウダーフリー SUPRENO S 10点 外11点 随意契約（少額）	711	1	--	--	
	平底フラスコ 300ml 24／30（普通摺り） 12点 外12点 随意契約（少額）	592	1	--	--	
	ポリ袋 18号 B318J 100枚 10点 外4点 随意契約（少額）	547	1	--	--	
	炭酸アンモニウム 特級 500G 2点 外3点ほか 随意契約（少額）	4,578	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	株式会社鈴木商館	5,129	3011401003348			
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	研究に使用する液体窒素等の購入 一般競争契約（最低価格）	2,925	3	100	--	
	高純度ヘリウム（6N）47L 5点 随意契約（少額）	2,204	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
	川崎市	3,500	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	
	水道使用料 随意契約（その他）（--）	3,500	1	--	--	
	支出先名	支出額	法人番号			
株式会社バイオテック・ラボ	3,381	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		

支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	Milli-Q EQ 7008 一式 随意契約（少額）	1,817	1	--	--
	分析機器 洗浄点検費用 一式 随意契約（少額）	1,285	1	--	--
	ヤマト科学 EY-600 塩ビ製薬品庫 1点 随意契約（少額）	183	1	--	--
	スティッククリーナー 日立 PKV-BK3K 1点ほか 随意契約（少額）	96	1	--	--
	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	1,507	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
	令和7年度 既設放射能測定装置 4式 点検・再校正 1式 随意契約（少額）	1,507	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社池田理化	1,311	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 1点 随意契約（少額）	614	1	--	--
	Milli-Q IQ 7003-5 1点 外2点 随意契約（少額）	246	1	--	--
	Milli-Q IQ 7003/05 purification～ 1点 外1点 随意契約（少額）	216	1	--	--
	アイボーイ（ケース販売）PP広口びん 2L 20本 3点 外2点ほか 随意契約（少額）	234	1	--	--
	支出先名	支出額	法人番号		
	株式会社千代田テクノル	893	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
	中型灰化炉定期点検 1式 随意契約（少額）	479	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	
		低バックグラウンドα／β自動測定装置点検費　L B C－5 2 0 2　1式 随意契約（少額）	413	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	その他		1,747	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
	Mirai Translator年間ライセンス　100万ワード　一式　1ヶ年ほか その他(--)		1,747	--	--	--
支出先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
C	株式会社二葉		407	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		407	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
	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（少額）		407	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	消費者庁		326	5	間接経費（職員旅費）	
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社I A C Eトラベル		155	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
	職員の出張に係る旅費 その他(職員旅費)		155	--	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	職員A		61	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	
		職員の出張に係る旅費 その他(職員旅費)		61	--	--	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	職員 B			54	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
	職員の出張に係る旅費 その他(職員旅費)			54	--	--	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	職員 C			38	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
	職員の出張に係る旅費 その他(職員旅費)			38	--	--	--
	支出先名			支出額	法人番号		
	職員 D			19	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
	職員の出張に係る旅費 その他(職員旅費)			19	--	--	--

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	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製一式	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製一式	21,702
	C	株式会社二葉	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	407
	D	株式会社 I A C E トラベル	職員の出張に係る旅費	職員旅費	職員の出張に係る旅費	155

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

--