

消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁				
	事業所管課室	消費者庁   参事官（調査研究・国際担当）				
	作成責任者	柳沢信高				
	その他担当組織	--				
基本情報	予算事業ID	000491	事業開始年度	2014	事業終了（予定）年度	終了予定なし
	事業年度	2025		事業区分	前年度事業	
政策・施策	政策所管	政策		施策		政策体系・評価書URL
	消費者庁	1．消費者政策の推進		(27) 消費者意識・行動等の調査・分析及び消費者白書作成・報告		https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--			主要経費	その他の事項経費	
概要・目的	事業の目的	消費者白書（「消費者政策の実施の状況」及び「消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」）を作成し、消費者問題の現状等に対する消費者の理解促進を通じて、消費者被害の拡大及び発生防止を図る。				
	現状・課題	消費者の意識や行動等について、様々なツールを用いて調査を実施し、消費者問題の現状や求められる政策ニーズ等を把握する。 また、消費者白書について、消費者にとって有益な情報を記載するとともに、より多くの消費者に対して情報提供・周知啓発を行う。				
	事業の概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・調査・研究<ul style="list-style-type: none"><li>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。</li><li>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。</li></ul></li><li>・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。<ul style="list-style-type: none"><li>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）</li><li>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）</li><li>③その他、調査・研究の結果</li></ul></li></ul>				
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/				
根拠法令	法令名	法令番号		条	項	号・号の細分
	消費者基本法	昭和四十三年法律第七十八号		第十条の二	--	--
	消費者安全法	平成二十一年法律第五十号		第十三条	--	--

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

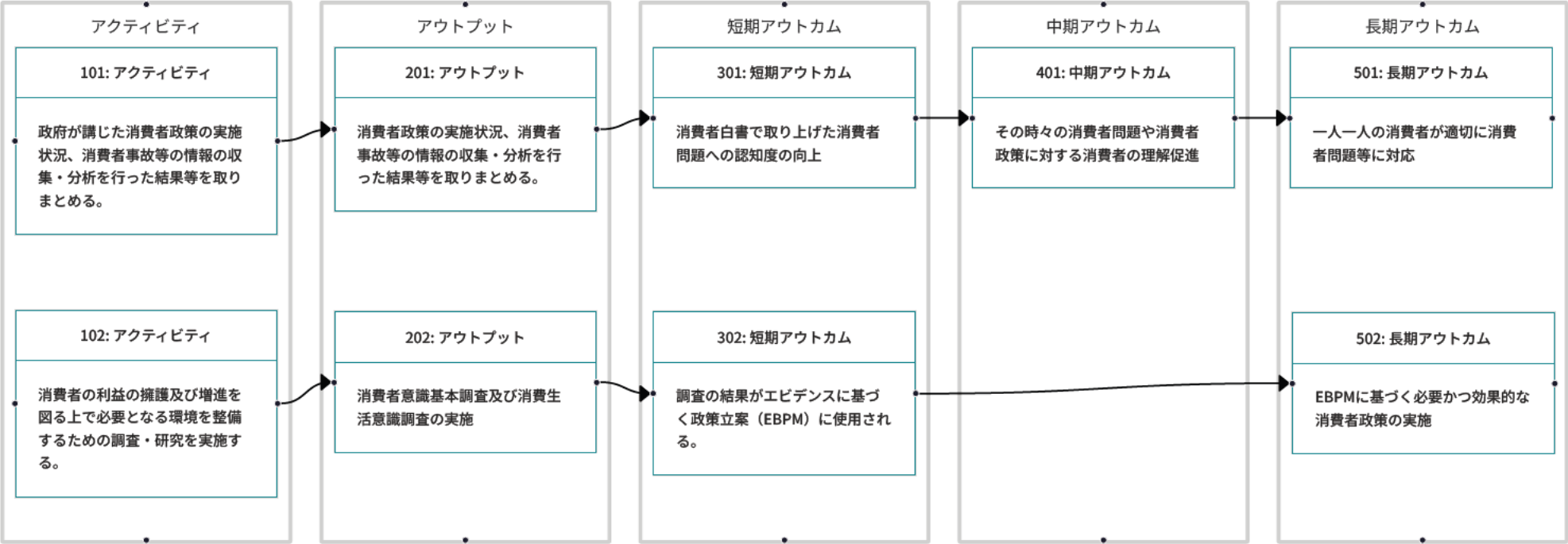
予算・執行

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

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額		備考		
	一般会計	一般会計	--	--		--		
		予算種別/歳出予算項目			備考		予算額	翌年度要求額
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費			--		59,470	--
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当			--		12,312	--
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費			--		324	--
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費			--		182	--
		当初予算 一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金			--		112	--
		主な増減理由			--	その他特記事項	--	

効果発現経路

活動・成果目標等のつながり



アクティビティからの発現経路 101-201-301-401-501

アクティビティ	政府が講じた消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。				
アウトプット	活動目標	消費者政策の実施状況、消費者事故等の情報の収集・分析を行った結果等を取りまとめる。		活動指標	消費者白書の作成・公表回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(回数)	1	1	1	1
	活動実績／成果実績(回数)	1	1	1	1
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者に消費者白書で取り上げたその時々消費者問題等の内容を知ってもらうことにより、消費者問題や消費者政策の認知度が高まるため。				
短期アウトカム	成果目標	消費者白書で取り上げた消費者問題への認知度の向上		成果指標	消費者白書が全国紙（5大紙）で報道された回数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(回数)	4	7	7	7
	活動実績／成果実績(回数)	7	7	5	--
	達成率(%)	175	100	71.4	--
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者白書の内容を認識する者が増えることで、その時々消費者問題や消費者政策に対する理解促進につながるため。				

中期アウトカム	成果目標	その時々消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進	成果指標	その時々消費者問題や消費者政策に対する消費者の理解促進
	定性的なアウトカムに関する成果実績	・白書講演会の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果等によれば、白書で取り上げた消費者問題や消費者政策について、高い理解度が得られた ・また、各府省庁や地方自治体の消費者行政担当者の理解促進につながった	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	その時々消費者問題や消費者政策に関する消費者の理解促進については、その時々社会情勢によって取り上げる問題や力を入れる政策も左右されるため、消費者の理解促進についても1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1つの定量的な指標で測定することが難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--

アクティビティからの発現経路 102-202-302-502

アクティビティ	消費者の利益の擁護及び増進を図る上で必要となる環境を整備するための調査・研究を実施する。									
アウトプット	活動目標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施			活動指標	消費者意識基本調査及び消費生活意識調査の実施回数				
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--				
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--				
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	2024年度	2025年度				
	当初見込み／目標値(回数)		1	7	7	7				
	活動実績／成果実績(回数)		7	6	7	--				
↓ 後続アウトカムへのつながり	調査などで収集したエビデンスが政策立案に活用されることで、効果的な消費者政策が実施できるため。									
短期アウトカム	成果目標	調査の結果がエビデンスに基づく政策立案（EBPM）に使用される。			成果指標	消費者基本計画工程表においてKPIとして設定されている成果を測定した回数				
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--			実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	○消費者基本計画工程表（令和２年７月７日消費者政策会議決定）（令和６年６月１４日改定） <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf</a>  ○消費生活意識調査 <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_003</a>  ○消費者意識基本調査 <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002</a>				
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--			アウトカムを複数段階で設定できない理由	--				
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	2025年度				
	当初見込み／目標値(設問数)		--	26	29	--				
	活動実績／成果実績(設問数)		26	29	28	--				
	達成率(%)		--	111.5	96.6	--				

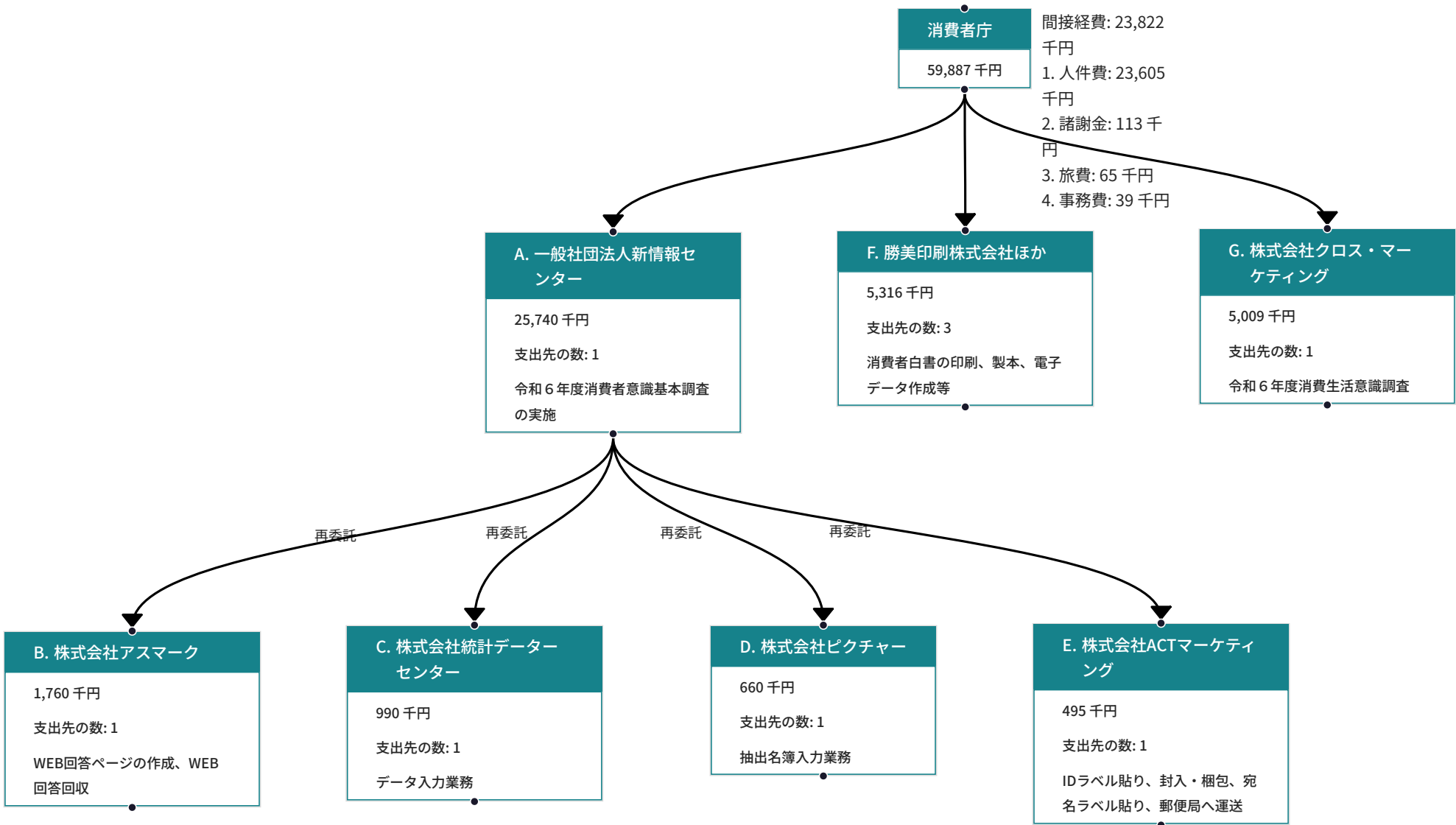
↓ 後続アウトカム へのつながり	消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現するため、エビデンスに基づく政策立案（EBPM）を実施する必要がある。			
長期アウトカム	成果目標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の実施	成果指標	EBPMに基づく必要かつ効果的な消費者政策の検討
	定性的なアウトカムに関する成果実績	消費者基本計画工程表における重点施策のKPIに本事業の調査結果が活用され、かつ、同工程表の改定作業を通じて各施策のPDCAサイクルへ寄与	実績／目標／見込みの根拠として用いた統計・データ名（出典）	--
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	様々な消費者政策についてのEBPMに基づく効果的な改善状況を単一の定量的な指標をもって図ることは難しい。	アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
事業に関連するKPIが定められている閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表（令和6年6月14日改定）		
	URL	<a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/basic_plan/assets/consumer_policy_cms102_240614_001.pdf</a>		
	該当箇所	重点項目 1・3・8・9・10・12・13・14		

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	・消費者白書は、消費者基本法及び消費者安全法の規定に基づき、国会への報告を行うことが義務付けられており、必要不可欠である。また、当該白書において、消費者意識・行動や様々な政策ニーズについて記載できるように、消費者意識基本調査を実施し、調査結果に基づき消費者問題の現状や課題を分析している。 ・消費者白書の作成（及びそれに付随する意識基本調査の委託）においては、基本的には一般競争入札を行い、また、少額の事業に係る随意契約においても見積合わせを活用することで、より競争性が確保されるよう努めた。今後は、消費者白書のオンライン活用を推進することで、関係行政機関、地方公共団体及び国民生活センターへの冊子提供数について見直しを図り、更なる経費削減に努めている。 ・消費者白書は、印刷請負相手方において市販版も作成し、一般消費者が様々な媒体で消費者白書に触れることができるよう工夫を行っている。		
	目標年度における効果測定に関する評価	アクティビティ102については、短長期のアウトカムである収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう引き続き調査しつつ、2025年度から活動・成果目標の見直しを行う。		
	改善の方向性	引き続き、関係各所と連携し必要な調査・研究を行い、収集したエビデンスが政策立案に活用されるよう、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。		
外部有識者による点検	点検対象	書面点検	最終実施年度	2020
	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	--		
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	--
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	--		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	--		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先

資金の流れ



支出先上位者リスト (単位：千円)	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	A 一般社団法人新情報センター		25,740	1	令和 6 年度消費者意識基本調査の実施		
	支出先名		支出額	法人番号			
	一般社団法人新情報センター		25,740	1011005000041			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	令和 6 年度消費者意識基本調査 一般競争契約（最低価格）		25,740	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	B 株式会社アスマーク		1,760	1	WEB回答ページの作成、WEB回答回収		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社アスマーク		1,760	2010901015886			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「令和 6 年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収 その他(Aの再委託)		1,760	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
	C 株式会社統計データーセンター		990	1	データ入力業務		
	支出先名		支出額	法人番号			
	株式会社統計データーセンター		990	6030001088118			
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
	「令和 6 年度消費者意識基本調査」業務に係るデータ入力業務 その他(Aの再委託)		990	--	--	--	
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		

D	株式会社ピクチャー	660	1	抽出名簿入力業務		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社ピクチャー		660	6010001055086			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「令和6年度消費者意識基本調査」業務に係る抽出名簿入力業務 その他(Aの再委託)		660	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
E	株式会社ACTマーケティング	495	1	IDラベル貼り、封入・梱包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送		
支出先名		支出額	法人番号			
株式会社A C Tマーケティング		495	7040001025465			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
「令和6年度消費者意識基本調査」業務に係るIDラベル貼り、封入・梱包、宛名ラベル貼り、郵便局へ運送 その他(Aの再委託)		495	--	--	--	
支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割		
F	勝美印刷株式会社ほか	5,316	3	消費者白書の印刷、製本、電子データ作成等		
支出先名		支出額	法人番号			
勝美印刷株式会社		4,397	9010001001855			
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由	
令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等の作業請負 一般競争契約（最低価格）		4,090	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため	
令和7年度消費者白書に掲載する図表画像の作成作業請負 随意契約（少額）		200	1	--	--	

		令和6年版消費者白書市販版の購入 随意契約（少額）	106	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社明和サービス		754	8011201011876		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度版消費者白書の梱包・発送 随意契約（少額）	754	1	--	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	株式会社エアクレーレン		165	4010401004009		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		『令和6年版消費者白書』概要版の英訳業務 随意契約（少額）	165	1	--	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	G	株式会社クロス・マーケティング	5,009	1	令和6年度消費生活意識調査	
		支出先名	支出額	法人番号		
		株式会社クロス・マーケティング	5,009	9010001086351		
		契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札等の理由と改善策／落札率非公開の理由
		令和6年度消費生活意識調査 一般競争契約（最低価格）	5,009	2	--	予定価格が類推されるおそれがあるため

費目・使途 (単位：千円)		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	一般社団法人新情報センター	令和6年度消費者意識基本調査	雑役務費	令和6年度消費者意識基本調査の実施	21,835
	--	--	--	再委託費	WEB回答ページの作成、回答回収業務を株式会社アスマークに業務委託	1,760
	--	--	--	再委託費	データ入力業務を株式会社統計データーセンターに業務委託	990
	--	--	--	再委託費	抽出名簿入力業務を株式会社ピクチャーに業務委託	660
	--	--	--	再委託費	IDラベル貼り、封入・梱包等業務を株式会社ACTマーケティングに業務委託	495
	B	株式会社アスマーク	「令和6年度消費者意識基本調査」業務に係るWEB回答ページの作成、WEB回答回収	雑役務費	WEB回答ページの作成、WEB回答回収	1,760
	F	勝美印刷株式会社	令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等の作業請負	印刷製本費	令和6年版消費者白書の印刷、製本、電子データの作成等	4,090
	G	株式会社クロス・マーケティング	令和6年度消費生活意識調査	雑役務費	令和6年度消費生活意識調査	5,009
国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名		契約額	法人番号	
		--		--	--	

その他備考

--