

消費者基本計画
工程表評価書
(参考資料)

令和 6 年 6 月

I 消費者基本計画工程表評価書の構成について

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

注1

各 KPI について、実績値の記載がないものは順次取得予定。

注2

本資料は参考資料であり、消費者政策会議決定された消費者基本計画工程表（令和6年6月14日改定）に含まれるものではありません。

目次

| | |
|---|----|
| 1. 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止 | 1 |
| 2. 特定商取引法の執行強化等 | 3 |
| 3. 社会経済情勢の変化に対応した消費者契約法を含めた 消費者法制の整備等 | 5 |
| 4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充 | 7 |
| 5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討 | 10 |
| 6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等 | 16 |
| 7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進 | 21 |
| 8. 消費者団体訴訟制度の推進 | 24 |
| 9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進 | 27 |
| 10. エシカル消費の普及啓発 | 31 |
| 11. 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進 | 36 |
| 12. デジタル・プラットフォームを介した取引等における 消費者利益の確保 | 38 |
| 13. 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び 地域における消費者教育推進のための体制の整備 | 41 |
| 14. 地方消費者行政の充実・強化、消費生活相談のデジタル化に向けた 地方公共団体への支援等 | 45 |

重点項目 1. 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止

| | | | |
|----------------|--|----|----|
| 目標 | 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。 | | |
| KPI (アウトプット指標) | <p>1 消費者への情報提供の件数【100回以上／毎年度】(消費者庁) →38件 (令和6年3月時点)</p> <p>2 SNS投稿が表示された回数【70,000回以上／1投稿あたり】(消費者庁) →223,462回 (令和6年3月時点)</p> <p>3 関係府省庁等に情報提供した回数【10回以上／毎年度】(消費者庁) →12回 (令和6年3月時点)</p> | | |
| KPI (アウトカム指標) | 初期 | 中期 | 最終 |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a 消費者安全法に基づく消費者事故等の通知等、事故情報の収集に関する制度を適切に運用するとともに、事故情報の分析結果を活用し、事故等原因調査等の再発防止につなげる。(消費者庁)</p> <p>b 消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告を行うとともに、データベースの入力データの質の向上に取り組む。(消費者庁)</p> <p>c 消費者事故等の通知制度の周知徹底を図るとともに、都道府県等に対し通知手順の確認・整理を求めるなど、通知制度を円滑に運用するための方策</p> | | |

| | |
|---|--|
| <p>を推進する。(消費者庁)</p> <p>d 令和5年度を目途に消費者事故等の通知の運用マニュアルの改訂を行う。(消費者庁)</p> <p>e 収集した事故情報を基に、事故動向の的確な把握、消費者への情報発信、行政機関・事業者への働きかけ、事故等原因調査を行う。(消費者庁)</p> <p>f 緊急事態の発生に備え、日頃から関係府省庁が連携するとともに、緊急事態発生時において迅速・適切に対応する。(消費者庁)</p> <p>g 「リコール情報サイト」を適切に運用するとともに、リコール情報が効果的に発信され、リコール対象商品による事故件数の減少につながるよう、事業者からの掲載依頼の促進や情報発信ツールの改善などに取り組む。(消費者庁)</p> | |
| <p>実績</p> <p>a 通知が円滑に行われるよう、関係省庁や地方公共団体の消費者行政担当職員が出席する会議や地方公共団体の主催する研修において、通知制度の周知を行った。(消費者庁)</p> <p>b 消費者安全法に基づき通知された消費者事故等の情報及び消費生活用製品安全法に基づき報告された重大製品事故の情報について、定期公表を実施するとともに事故情報データバンクに登録した。(消費者庁)</p> <p>c 令和5年度 地方消費者行政の現況調査において、都道府県における事故情報等の通知手順についての調査を実施した。(消費者庁)</p> <p>d 令和6年3月に消費者事故等の通知の運用マニュアルの改訂を行った。(消費者庁)</p> <p>e 収集した事故情報を活用し、消費者への注意喚起、行政機関・事業者への働きかけ、事故等原因調査を行った。(消費者庁)</p> <p>f 令和5年12月に関係省庁と連携して緊急時における対応訓練を実施した。(消費者庁)</p> <p>g リコールに関する情報を、消費者庁リコール情報サイトやメールマガジンを通じて発信した。また、消費者行政ブロック会議において地方公共団体に対して同サイトの周知を依頼した。(消費者庁)</p> | |

重点項目 2. 特定商取引法等の執行強化等

| 目標 | 悪質商法等による消費者被害を防止するため、関係機関等とも連携し、特定商取引法及び預託法を厳正かつ適切に執行する。 | | | | | | | | |
|------------------|---|--|--|----|----|----|------------------|---|--|
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 国による特定商取引法に基づく行政処分の件数 (消費者庁、経済産業省) →95 件 (令和 5 年度)</p> <p>2 都道府県等による特定商取引法に基づく行政処分の件数 (消費者庁) →37 件 (令和 5 年度)</p> <p>3 事業者団体・消費者団体向けの説明会の受講者数【200 名以上/年】(消費者庁) →事業者（団体）や消費者団体・相談員向けの説明会を 14 件実施し、少なくとも 200 名以上が受講（オンライン説明会のアーカイブ配信は 632 回再生）(令和 5 年度)</p> <p>4 執行担当者に対する研修の実施日数、受講者数【4 日以上/年、100 名以上/年】(消費者庁) →13 日実施、119 名受講 (令和 5 年度)</p> | | | | | | | | |
| KPI（アウトカム指標） | <table border="1"> <thead> <tr> <th>初期</th> <th>中期</th> <th>最終</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 違反行為の解消 (消費者庁)</td> <td>1 公正な取引の確保 (消費者庁) 2 行政処分対象事業者の過去の売上高や契約金額の推定累計額を元に算出した消費者被害の推計額 (消費者庁)</td> <td>1 消費者利益の保護 (消費者庁) 2 適正かつ円滑な商品等の流通及び役務の提供 (消費者庁)</td> </tr> </tbody> </table> | | | 初期 | 中期 | 最終 | 1 違反行為の解消 (消費者庁) | 1 公正な取引の確保 (消費者庁) 2 行政処分対象事業者の過去の売上高や契約金額の推定累計額を元に算出した消費者被害の推計額 (消費者庁) | 1 消費者利益の保護 (消費者庁) 2 適正かつ円滑な商品等の流通及び役務の提供 (消費者庁) |
| 初期 | 中期 | 最終 | | | | | | | |
| 1 違反行為の解消 (消費者庁) | 1 公正な取引の確保 (消費者庁) 2 行政処分対象事業者の過去の売上高や契約金額の推定累計額を元に算出した消費者被害の推計額 (消費者庁) | 1 消費者利益の保護 (消費者庁) 2 適正かつ円滑な商品等の流通及び役務の提供 (消費者庁) | | | | | | | |
| 取組 | <p>令和 5 年予定</p> <p>a 特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行 (消費者庁、経済産業省)</p> <p>b 説明会の実施、広報資料の作成・配布等による改正法の周知・啓発 (消費者庁、経済産業省)</p> <p>c 関係機関等との情報交換及び法執行における連携強化 (消費者庁、経済産業省)</p> | | | | | | | | |
| | <p>実績</p> <p>a 特定商取引法による行政処分を実施 (消費者庁、経済産業省)</p> <p>b 行政関係者（地方経済産業局等）向けの説明会を実施、政府インターネット</p> | | | | | | | | |

| | |
|--|--|
| | <p>トレビ及び政府広報オンラインにおいて改正特定商取引法について周知（消費者庁）</p> <p>c 経済産業局、自治体との情報交換及び法執行における連携を強化（消費者庁、経済産業省）</p> |
|--|--|

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

| | | | |
|---------------|--|--------------------------------|--------------------------------|
| 目標 | 消費者契約法を始めとする消費者法制度について、適切に運用しながら、社会経済情勢の変化に応じた見直しを行うとともに、事業者の意識向上や消費者リテラシーの向上により、全ての消費者にとって安全、安心な社会を実現する。 | | |
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 消費者契約法等に関する有識者との意見交換、ヒアリング等の実施【5回以上／毎年度】（消費者庁） →28回（令和6年3月）</p> <p>2 事業者又は事業者団体に対して実施した消費者契約法等に関する研修・講演等の参加人数【120人以上／毎年度】（消費者庁） →254人（令和6年3月）</p> <p>3 消費者契約法等に関する説明会等の参加人数【240人以上／毎年度】（消費者庁） →1,307人（令和6年3月）</p> <p>4 消費者契約法等に関するパンフレット等の周知・啓発媒体の公表【40万アクセス以上／毎年度】（消費者庁） →156,018アクセス（令和5年度）</p> <p>5 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の適切な運用（消費者庁）</p> | | |
| KPI（アウトカム指標） | 初期 | 中期 | 最終 |
| | <p>1 消費者契約法の認知度【50%／令和6年度】（消費者庁） →32.3%（令和6年2月）</p> <p>（参考指標）消費者契約法等に関する学術研究の数 →121件（令和6年3月）</p> | <p>（参考指標）消費者契約法等に関する学術研究の数</p> | <p>（参考指標）消費者契約法等に関する学術研究の数</p> |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a 新たな消費者法の在り方を検討する会議を開催（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）（消費者庁）</p> <p>b 事業者又は事業者団体に対して消費者契約法に関する研修・講演等を実施</p> | | |

| | |
|--|--|
| <p>(消費者庁)</p> <p>c 消費者契約法等に関する説明会等を実施 (消費者庁)</p> <p>d 消費者契約法等に関するパンフレット等の周知・啓発媒体の公表 (消費者庁)</p> <p>e 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律の適切な運用 (消費者庁)</p> | |
| <p>実績</p> <p>a 令和4年から開催している「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」の議論の整理を令和5年7月に公表、同年11月にはより具体的な検討を行うよう消費者委員会へ諮詢。令和5年に「キャンセル料に関する消費者の意識調査」や事業者へのヒアリングを行ったほか、同年12月から「解約料の実態に関する研究会」を開催し、解約料の実態等についての検討を開始 (消費者庁)</p> <p>b 事業者又は事業者団体に向けて上記改正法の内容を盛り込んだ消費者契約法に関する研修・講演等を実施 (消費者庁)</p> <p>c 消費者・消費者団体や事業者・事業者団体等に向けて消費者契約法等に関する説明会を実施 (消費者庁)</p> <p>d 消費者庁ＨＰ上に、上記改正法の内容を盛り込んだ消費者契約法のパンフレット、逐条解説を掲載 (消費者庁)</p> <p>e 法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律について、消費者庁が入手した情報に基づき適正に運用。また、ポスターの公表、説明会の開催及び電車内広告への動画掲載等の周知・啓発を実施 (消費者庁)</p> | |

重点項目4. 景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充

| 目標 | 一般消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保のため不当表示を減少させることは重要であり、そのために、不当表示に対する景品表示法の厳正な運用や不当表示の未然防止の取組を行う。 | | | | | | | | | |
|--|--|--|----|----|--|--|--|---|---|--|
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 景品表示法に違反する行為に対する厳正な対処（消費者庁） （参考指標：措置命令件数、課徴金納付命令件数、指導件数） →措置命令件数 44 件（令和4年度：41 件） →課徴金納付命令件数 12 件（令和4年度：17 件） →指導件数 85 件（令和4年度：112 件） →都道府県等による措置命令件数 3 件（令和4年度：6 件）（いずれも令和5年度）</p> <p>2 課徴金制度の施行状況に係る評価及び必要に応じた制度の見直し（消費者庁）</p> <p>3 都道府県の担当者も含めた執行担当者に対する研修や意見交換等（新たな制度の改正も含む。）の実施（消費者庁） →14回（令和5年度）</p> <p>4 事業者団体、消費者団体等に対する景品表示法の研修や講師派遣等（新たな制度改正も含む。）の実施【受講者数 5,000 人以上／年】（消費者庁） →約 20,000 人（令和5年度）</p> | | | | | | | | | |
| KPI（アウトカム指標） | <table border="1"> <thead> <tr> <th>初期</th> <th>中期</th> <th>最終</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 インターネット上の広告の監視業務について、より多くの範囲の監視を効率的に行うための方策の検討及び実行（消費者庁）</td> <td>1 表示の適正化により、一般消費者の適正な商品選択の機会を確保（参考指標：インターネット上の広告の監視業務の結果公表資料へのアクセス数）（消費者庁） →15,321 件（令和5年度）</td> <td>1 景品表示法の厳正な運用の長期的な継続（参考指標：措置命令件数、課徴金納付命令件数、行政指導件数）（消費者庁） →措置命令件数 44 件（令和4年度：41 件） →課徴金納付命令件数 12 件（令和4年度：17 件） →指導件数 85 件（令和4年度：112 件）</td> </tr> <tr> <td>2 景品表示法の執行担当者における景品表示法の理解の促進（新しい制度改正も含む。）（消費者庁）</td> <td>2 都道府県を含めた執行担当者における景品表示法の理解の促進や知見の共有を通じた厳正な運用（参考指標：アンケート）</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> | 初期 | 中期 | 最終 | 1 インターネット上の広告の監視業務について、より多くの範囲の監視を効率的に行うための方策の検討及び実行（消費者庁） | 1 表示の適正化により、一般消費者の適正な商品選択の機会を確保（参考指標：インターネット上の広告の監視業務の結果公表資料へのアクセス数）（消費者庁） →15,321 件（令和5年度） | 1 景品表示法の厳正な運用の長期的な継続（参考指標：措置命令件数、課徴金納付命令件数、行政指導件数）（消費者庁） →措置命令件数 44 件（令和4年度：41 件） →課徴金納付命令件数 12 件（令和4年度：17 件） →指導件数 85 件（令和4年度：112 件） | 2 景品表示法の執行担当者における景品表示法の理解の促進（新しい制度改正も含む。）（消費者庁） | 2 都道府県を含めた執行担当者における景品表示法の理解の促進や知見の共有を通じた厳正な運用（参考指標：アンケート） | |
| 初期 | 中期 | 最終 | | | | | | | | |
| 1 インターネット上の広告の監視業務について、より多くの範囲の監視を効率的に行うための方策の検討及び実行（消費者庁） | 1 表示の適正化により、一般消費者の適正な商品選択の機会を確保（参考指標：インターネット上の広告の監視業務の結果公表資料へのアクセス数）（消費者庁） →15,321 件（令和5年度） | 1 景品表示法の厳正な運用の長期的な継続（参考指標：措置命令件数、課徴金納付命令件数、行政指導件数）（消費者庁） →措置命令件数 44 件（令和4年度：41 件） →課徴金納付命令件数 12 件（令和4年度：17 件） →指導件数 85 件（令和4年度：112 件） | | | | | | | | |
| 2 景品表示法の執行担当者における景品表示法の理解の促進（新しい制度改正も含む。）（消費者庁） | 2 都道府県を含めた執行担当者における景品表示法の理解の促進や知見の共有を通じた厳正な運用（参考指標：アンケート） | | | | | | | | | |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | <p>3 消費者団体及び事業者団体における景品表示法の理解の促進（新しい制度改正も含む。）（消費者庁）</p> | <p>の理解度）（消費者庁） →98.6%（よくわかった、概ねわかったと回答した方の割合）（令和5年度）</p> <p>3 消費者及び事業者における景品表示法の理解の促進（新しい制度改正も含む。）（消費者庁）</p> | <p>→都道府県等による措置命令件数3件（令和4年度：6件）（いずれも令和5年度）</p> <p>2 不当表示の未然防止の継続（参考指標：研修や講師派遣の回数、アンケートの理解度）（消費者庁） →研修や講師派遣の回数199件、アンケートの理解度95.4%（よくわかった、概ねわかったと回答した方の割合）（令和5年度）</p> |
| 取組 | 令和5年予定 | | |
| | <p>a インターネット上の広告に対する監視を通じた職権探知の強化を実施する。（消費者庁）</p> <p>b 課徴金制度の施行状況に係る評価及び必要に応じた制度の見直しを行う。（消費者庁）</p> <p>c 景品表示法の執行担当者に対して景品表示法の理解の促進するよう、研修や意見交換等を実施する。（消費者庁）</p> <p>d 消費者団体、事業者団体等に対して景品表示法の理解の促進するよう、研修や講師派遣等を実施する。（消費者庁）</p> | | |
| | 実績 | | |
| | <p>a インターネット上の広告に対する監視を通じた職権探知の強化を実施した。（消費者庁）</p> <p>b 景品表示法検討会報告書等も踏まえて、課徴金の計算の基礎となるべき事実を把握することができない期間における売上額を推計することができる規定の整備及び違反行為から遡り10年以内に課徴金納付命令を受けたことがある事業者に対し、課徴金の額を加算（1.5倍）する規定の新設を含む、不当景品類及び不当表示防止法の一部を改正する法律（令和5年法律第29号）が成立した。（消費者庁）</p> <p>c 都道府県等において景品表示法の執行に従事している職員を対象とした同法の執行研修を実施した。（消費者庁）</p> | | |

| | |
|--|---|
| | d 消費者団体、地方公共団体、事業者団体等が全国各地で開催する講習会等に、講師を派遣した。(消費者庁) |
|--|---|

重点項目 5. 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討

| | |
|---------------|---|
| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> ・食品を摂取する際の安全性の確保及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品の選択の機会を確保するため、時代に即した食品表示制度に改善し、これを適切に運用する。(消費者庁) ・国民の健康の保護及び増進並びに食品の生産及び流通の円滑化並びに消費者の需要に即した食品の生産の振興に寄与する。(消費者庁) ・生鮮食品の原産地の不適正表示率・加工食品の義務表示事項の不適正表示率について常に0%を目指すべき指標として注視しつつ、適切に対処する。(農林水産省) ・食品の産地等偽装表示事犯について、関係省庁間で適時情報共有・意見交換を行い、迅速に取締りが行えるようにする。(警察庁) ・酒類の不適正表示について常に0%を目指すべき指標として注視しつつ、適切に対処する。(国税庁) |
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 食品表示制度に関する啓発媒体へのアクセス数 (消費者庁)</p> <p>2 機能性表示食品及び特別用途食品（特定保健用食品を含む。）の買上げ・関与成分等の含有量の調査件数 (消費者庁) →機能性表示食品：103品目（令和4年度） 特別用途食品：2品目（令和4年度） 特定保健用食品：14品目（令和4年度）</p> <p>3 食品表示制度に係る自治体向け研修会の開催 (消費者庁) →1回（令和5年度）</p> <p>4 食品表示連絡会議の開催・参加 (消費者庁、農林水産省、国税庁、警察庁) →1回（令和5年10月）</p> <p>5 食品表示法に基づく指示及び指導件数 (消費者庁、国税庁、農林水産省) →指示件数 国：14件（令和5年度） 都道府県等：8件（令和5年度） 指導件数 国：136件（令和5年度上半期）</p> <p>6 酒類業組合法等で規定される表示事項の調査件数【700件／毎年度】(国税庁) →765件（令和4年度）</p> <p>7 食品の産地等偽装表示事犯の検挙事件数等 (警察庁) →11事件、検挙人員24人（令和5年）</p> |

| KPI (アウトカム指標) | 初期 | 中期 | 最終 |
|---------------|--|--|-----------------------------|
| | 1 消費者の食品表示制度への認知度 (消費者庁) 2 保健機能食品及び特別用途食品の理解度の向上 (消費者庁) 3 生鮮食品の原産地の不適正表示率 (農林水産省) →0.3% (令和5年3月時点) 4 加工食品の義務表示事項の不適正表示 (農林水産省) →1.3% (令和5年3月時点) 5 酒類の不適正表示率 (国税庁) →0.4% (令和5年3月時点) 6 食品表示法に基づく自主回収の届出件数 (消費者庁) →1,798 件 (令和5年度) | 1 消費者の食品表示への理解度 (消費者庁) 2 保健機能食品及び特別用途食品の理解度の向上 (消費者庁) 3 生鮮食品の原産地の不適正表示率 (農林水産省) →0.3% (令和5年3月時点) 4 加工食品の義務表示事項の不適正表示 (農林水産省) →1.3% (令和5年3月時点) 5 酒類の不適正表示率 (国税庁) →0.4% (令和5年3月時点) 6 食品表示法に基づく自主回収の届出件数 (消費者庁) →1,798 件 (令和5年度) | 1 消費者の食品表示制度への満足度の向上 (消費者庁) |
| 取組 | 令和5年予定 <ul style="list-style-type: none"> a 消費者にとって見づらい等の食品表示における課題を解決し、分かりやすく活用される食品表示とするため、食品表示の全体像に関する報告書（令和元年8月消費者委員会食品表示部会）を踏まえ、消費者の表示の利活用の実態等の現状把握を行うことを目的とした調査等を実施し、その結果を踏まえた検討を行う。その際、食料供給のグローバル化の進展を踏まえ、合理的かつシンプルで分かりやすい食品表示制度の在り方について、国際基準（コーデックス規格）との整合性も踏まえながら、有識者から成る懇談会において順次議論していく。（消費者庁） b 加工食品の原料原産地表示制度について、消費者向け説明会等を開催することにより、普及啓発を行い、理解促進を図る。（消費者庁） c 加工食品の原料原産地表示制度について、経過措置期間終了から2年後（令和6年度）を目途として、消費者の理解度等及び事業者のコストの負担状況等の調査を含む各種調査結果に基づき、表示に対する消費者ニーズの変化状況や事業者の状況等を確認し、制度導入の効果について検証を行い、 | | |

| | |
|--|--|
| | <p>必要に応じて、制度の拡大や廃止も含めて、幅広く見直しを実施する。(消費者庁)</p> <p>d 遺伝子組換え食品表示制度について、消費者向け説明会等を開催することにより、普及啓発を行い、理解促進を図る。(消費者庁)</p> <p>e ゲノム編集技術応用食品等について、流通実態や諸外国の表示制度に関する情報収集も随時行った上で、新たな知見等が得られた場合には、必要に応じて表示の取扱いの見直しを検討する。また、ゲノム編集技術応用食品については、ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いについて関係行政機関等と連携して消費者や事業者に普及啓発を行う。(消費者庁)</p> <p>f 栄養成分表示の活用を通じた健康作りの普及啓発及び保健機能食品の理解醸成を推進する。(消費者庁)</p> <p>g 「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」について、普及啓発に取り組むとともに、消費者における食品添加物への理解を更に深める取組を推進する。(消費者庁)</p> <p>h 食物アレルギーについて、「くるみ」のアレルゲン表示の義務化も含め、事業者が正しい表示を行うための普及啓発を行う。(消費者庁)</p> <p>i 食物アレルギーについて、おおむね3年ごとに実施している実態調査の結果を基に表示対象品目の見直しを検討する。例えば、「カシューナッツ」について、令和6年度の調査結果を踏まえた義務表示化の検討に向け、各種調査事業等を実施する。(消費者庁)</p> <p>j 外食・中食における食物アレルギーに関する取組について、厚生労働省「アレルギー疾患対策の推進に関する基本的な指針」の令和3年度改正において、国は事業者等が行う情報提供に関する取組等を積極的に推進する旨が追加されたこと等を踏まえ、令和4年度に作成した啓発資材を活用した普及啓発等を行うことで、適切な情報提供に関する取組を推進する。(消費者庁)</p> <p>k インターネット販売における食品に関する情報提供に関して作成したガイドブック（令和4年度版）について普及啓発を行うほか、コーデックスにおけるインターネット販売での食品表示に係る国際的なルール作りの議論も踏まえつつ、必要に応じて更新する。(消費者庁)</p> <p>l 保健機能食品及び特別用途食品について、その制度を適切に運用するとともに、消費者及び事業者に対し、積極的な普及啓発を行い、理解促進を図る。特に、特定保健用食品と機能性表示食品の区別を含め、より分かりやすい周知・広報を行う。また、保健機能食品制度の発展・充実に向けた各種調査事業を実施し、具体的な検討を進める。また、機能性表示食品の信頼性向上のために有効性の科学的根拠の質を高めることや事後チェック、執行強化による表示の適正性の確保等を行う。さらに、保健機能食品制度の認知度や理解度にとどまらず、保健機能食品が食生活の改善等の消費行動や健康の維持・推進等に与えた影響の把握に努める。(消費者庁)</p> <p>m 食品表示連絡会議等を活用した関係省庁間の情報共有・連携強化、都道府</p> |
|--|--|

| | |
|--|---|
| | <p>県等と国の出先機関との連携促進・情報共有の支援を通じ、産地偽装等食品表示基準に違反する行為について、迅速な対応を行う。(消費者庁、警察庁、国税庁、農林水産省)</p> <p>n 食品表示の適正化を確保するため、食品関連事業者等に対する立入検査等を実施し、その結果に基づく厳正な措置を実施する。(農林水産省)</p> <p>o 酒類の表示の適正化を図るため、商品の買上げによる表示事項の確認や成分等の理化学分析等を行い、酒類の表示に疑義が認められた場合には、酒類製造者に対する確認調査及び調査結果に基づく厳正な措置を実施する。(国税庁)</p> |
| | <p style="text-align: center;">実績</p> <p>a 今後の食品表示が目指していく方向性について、中長期的な羅針盤となる食品表示制度の大枠の議論を行うため、食品表示懇談会を開催し(第1回：10月、第2回：11月、第3回：1月、第4回：3月)、中間取りまとめを行った。また、コーデックス委員会の食品表示部会において、「技術革新を利用した食品情報の提供に関するガイドライン」の策定に向け、国際ルールづくりの議論が進んでいることも踏まえ、海外における食品表示へのデジタルツール活用事例の調査を実施した。さらに、コーデックス委員会において採択された「包装前面栄養表示ガイドライン」の趣旨を踏まえ、我が国において推奨すべき包装前面表示の在り方を検討するために、「分かりやすい栄養成分表示の取組に関する検討会」を開催し(第1回：11月、第2回：1月、第3回：3月)、我が国における包装前面栄養表示の基本的な考え方について中間取りまとめを行った。(消費者庁)</p> <p>b, d, g, h 原料原産地表示制度、遺伝子組換え食品表示制度、食品添加物表示制度及び食物アレルギー表示制度を含む食品表示制度全般について、講習会を通じて事業者に周知を図るとともに、消費者団体と連携した食品表示制度セミナーを全国で計10回実施した。(消費者庁)</p> <p>c 加工食品の原料原産地表示制度について、経過措置期間終了から2年後(令和6年度)の制度導入の効果の検証に必要となる本制度に係る事業者のコストなどの負担状況及び消費者の認知度や理解度等に係る調査を実施した。(消費者庁)</p> <p>e ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いについては、地方公共団体等と連携して、消費者・事業者を対象とした説明会・意見交換会を実施した。(消費者庁)</p> <p>f, l 「保健機能食品」(特定保健用食品、機能性表示食品、栄養機能食品)については、令和5年4月に、消費者の理解を深める動画「保健機能食品ってなに?」を公表し、令和4年度に公表した栄養成分表示の活用を通じた健康作りのための普及啓発動画とともに、保健機能食品及び栄養成分表示に関する制度の周知・普及を図った。特別用途食品制度については、許可基準型病者用食品に「経口補水液」の区分を新設し、許可を得ずに「経口</p> |

| | |
|--|---|
| | <p>「補水液」と表示することを健康増進法違反に当たることとした（経過措置期間：令和7年5月末まで）。機能性表示食品については、消費者の自主的かつ合理的な食品の選択に資するよう、届出資料の科学的根拠の質の向上を目的として、令和5年9月に届出ガイドライン及び質疑応答集を一部改正（PRISMA声明（2020年）に準拠することに伴う内容など）し、令和7年度の新規届出から適用することとした。（消費者庁）</p> <p>i カシューナッツについては、令和3年度において症例数等の増加が認められたことから、将来的な義務表示化も視野に、令和5年度から検査方法の確立に向けた取組を進めているところである。また、令和5年6月14日に開催した「第5回食物アレルギー表示に関するアドバイザーミーティング」で承認された「アレルゲンを含む食品に関する表示のうち、特定原材料に準ずるものとの対象の考え方について」に基づき、令和6年3月に流通実態調査の結果を踏まえ、マカダミアナッツの追加及びまつたけの削除を行った。（消費者庁）</p> <p>j 令和5年3月に公表した外食・中食における食物アレルギーに関するパンフレット（患者向け、事業者向け）について、広く周知・広報を行うために、各関係機関等（地方公共団体、アレルギー患者団体、消費者団体、事業者団体、アレルギー患者の診療等を行っている中心拠点病院や都道府県アレルギー疾患医療拠点病院）に、周知の協力を呼び掛けたほか、消費者庁HP等に掲載した。また、食物アレルギー患者やその家族が安心して外食・中食を利用できるような環境整備を促すために、事業者が適切な取組を行うための正しい知識習得を目的とした動画研修教材を作成し、HPで公表した。（消費者庁）</p> <p>k 「インターネット販売における食品表示の情報提供に関するガイドブック」（令和4年度版）について、講習会を通じて普及啓発を行った。また、令和5年5月に開催された第47回コーデックス委員会食品表示部会（CCFL47）では、ECサイトが提供すべき食品表示情報に係るガイドラインの策定に向けた検討が行われ、その際、ガイドライン原案の規定が同ガイドブックの内容に矛盾せず、我が国における消費者ニーズと事業者の実行可能性の双方に配慮したものとなるよう、適宜意見を出した。（消費者庁）</p> <p>m 食品表示に関する取締りに関しては、不適切な食品表示に関する監視を強化するため、関係省庁の間で「食品表示連絡会議」が設置された。同会議は、不適正な食品表示に関する情報が寄せられた場合に、必要に応じて関係機関で情報共有、意見交換を行い、事業者への処分等の必要な対応を迅速に講ずるとともに、関連情報の共有を進めることを目的とし、平成20年2月から、令和6年3月までに16回開催された。（消費者庁、警察庁、国税庁、農林水産省）</p> <p>また、食品表示法違反に対し、国及び都道府県等が指示又は命令を行った場合は公表しており、指示22件を行った。（消費者庁、国税庁、農林水産省）</p> <p>この他、被災地への食料の円滑な供給が重要な課題となっていることを踏</p> |
|--|---|

| | |
|--|--|
| | <p>まえ、災害救助法適用地域を対象に、アレルギー表示及び消費期限表示（健康被害に直結する事項）以外の義務表示事項（原料原産地、栄養成分など）について、被災地で譲渡・販売されるものは、全てが表示されていなくとも取締りを行わなくとも差し支えないとする、食品表示規制の弾力的運用に関する通知を関係自治体に令和6年1月に発出した。（消費者庁、厚生労働省、農林水産省）</p> <ul style="list-style-type: none">n 食品表示の適正化を確保するため、食品関連事業者等に対する立入検査等を実施し、その結果に基づいて厳正に措置を行った。（農林水産省）o 酒類業組合法等で規定される表示事項の調査、食品表示基準の遵守状況に係る調査及び市場に流通している酒類の買上げによる成分分析や表示事項の確認を行う調査並びに調査結果に基づく指導を実施した。（国税庁） |
|--|--|

重点項目 6. 高齢者、障害者等の権利擁護の推進等

※SDGs 開発目標 1、3、10、16

| | |
|----------------|---|
| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> ・成年後見制度の認知度を向上し、高齢者や障害者の消費者被害を防止する。 (消費者庁) ・身元保証等高齢者サポート事業に関するトラブルの発生を防止する。 (消費者庁) ・認知機能が十分でないために自己の権利の実現が妨げられるおそれがある高齢者、障害者等に対し、法的支援を実施する。 (法務省) ・高齢者、障害者等の権利擁護の推進を図る。 (厚生労働省) ・家賃債務保証業に関する消費者トラブルの発生を防止する。 (国土交通省) |
| KPI (アウトプット指標) | <p>1 権利擁護支援の地域連携ネットワークの中核機関を整備した市区町村数 【全 1,741 市区町村／令和6年度末】(厚生労働省) →935 市区町村 (令和4年4月時点)</p> <p>2 パンフレット等による成年後見制度や相談窓口の周知を行っている市区町村数【全市区町村／令和6年度末】(厚生労働省) →1,471 市区町村 (令和4年4月時点)</p> <p>3 担い手（市民後見人・法人後見実施団体）の育成方針を策定している都道府県数【全 47 都道府県／令和6年度末】(厚生労働省) →6 都道府県 (令和5年4月時点)</p> <p>4 担い手（市民後見人・法人後見実施団体）の養成研修を実施している都道府県数【全 47 都道府県／令和6年度末】(厚生労働省) →市民後見を推進するための研修実施状況：15 都道府県 (令和5年4月時点) →法人後見を推進するための研修実施状況：18 都道府県 (令和5年4月時点)</p> <p>5 協議会等の合議体を設置した都道府県数【全 47 都道府県／令和6年度末】(厚生労働省) →19 都道府県 (令和4年4月時点)</p> <p>6 権利擁護支援に関する市町村計画を策定した市区町村数【全 1,741 市区町村／令和6年度末】(厚生労働省) →1,094 市区町村 (令和4年4月時点)</p> <p>7 意思決定支援研修を実施している都道府県数【全 47 都道府県／令和6年度末】(厚生労働省) →16 都道府県 (令和4年4月時点)</p> |

| | <p>8 成年後見制度の活用促進に関する周知 (消費者庁) →1回 (令和6年3月時点)</p> <p>9 特定援助対象者法律相談援助件数 (法務省) →累積 4,885 件、令和5年度 994 件 (令和6年1月時点)</p> <p>10 身元保証等高齢者サポート事業に関する注意喚起 (消費者庁) →1回 (令和6年3月時点)</p> <p>11 登録家賃債務保証業者による業務の運営の適正化と登録制度のより一層の周知・普及を図る家賃債務保証業者会議の開催 (国土交通省) →1回 (令和6年3月時点)</p> <p>12 地方公共団体の首長等に対する消費者安全確保地域協議会の設置などの直接的な働き掛けの実施状況【全国6地域／毎年度】(消費者庁) →6地域 (令和6年3月時点)</p> <p>13 消費生活協力員・協力団体養成事業での講座開催数【2回以上／毎年度】(消費者庁) →4回 (令和6年3月時点)</p> | | | | | | | |
|--|---|--|----|----|--|--|--|--|
| KPI (アウトカム指標) | <table border="1"> <thead> <tr> <th>初期</th><th>中期</th><th>最終</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>1 成年後見制度に関心を持つ国民の増加 (厚生労働省) →ポータルサイト(成年後見はやわかり)の訪問回数 2,766,071 回 (令和5年度)</p> <p>2 担い手 (市民後見人・法人後見実施団体) の養成研修を実施する都道府県数の増加 (厚生労働省) →市民後見を推進するための研修実施状況 : 15 都道府県 (令和5年4月時点) →法人後見を推進する</p> </td><td> <p>1 成年後見制度の申立件数の増加 (厚生労働省) →成年後見関係事件の申立件数の合計 40,951 件 (令和5年)</p> <p>2 家賃債務保証業者登録制度に登録している業者数【100者／令和6年】(国土交通省) →102者 (令和6年3月時点)</p> </td><td> <p>1 身寄りのない独居高齢者やセルフネグレクトを含め、成年後見制度の利用を必要とする人が、本人の意思、特性、生活状況等に合わせて成年後見人等による支援を適切に受けられる体制の構築 (厚生労働省)</p> <p>2 身元保証等高齢者サポート事業に関する消費生活相談件数 (消費者庁) →322件 (令和5年度)</p> <p>3 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率</p> </td></tr> </tbody> </table> | 初期 | 中期 | 最終 | <p>1 成年後見制度に関心を持つ国民の増加 (厚生労働省) →ポータルサイト(成年後見はやわかり)の訪問回数 2,766,071 回 (令和5年度)</p> <p>2 担い手 (市民後見人・法人後見実施団体) の養成研修を実施する都道府県数の増加 (厚生労働省) →市民後見を推進するための研修実施状況 : 15 都道府県 (令和5年4月時点) →法人後見を推進する</p> | <p>1 成年後見制度の申立件数の増加 (厚生労働省) →成年後見関係事件の申立件数の合計 40,951 件 (令和5年)</p> <p>2 家賃債務保証業者登録制度に登録している業者数【100者／令和6年】(国土交通省) →102者 (令和6年3月時点)</p> | <p>1 身寄りのない独居高齢者やセルフネグレクトを含め、成年後見制度の利用を必要とする人が、本人の意思、特性、生活状況等に合わせて成年後見人等による支援を適切に受けられる体制の構築 (厚生労働省)</p> <p>2 身元保証等高齢者サポート事業に関する消費生活相談件数 (消費者庁) →322件 (令和5年度)</p> <p>3 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率</p> | |
| 初期 | 中期 | 最終 | | | | | | |
| <p>1 成年後見制度に関心を持つ国民の増加 (厚生労働省) →ポータルサイト(成年後見はやわかり)の訪問回数 2,766,071 回 (令和5年度)</p> <p>2 担い手 (市民後見人・法人後見実施団体) の養成研修を実施する都道府県数の増加 (厚生労働省) →市民後見を推進するための研修実施状況 : 15 都道府県 (令和5年4月時点) →法人後見を推進する</p> | <p>1 成年後見制度の申立件数の増加 (厚生労働省) →成年後見関係事件の申立件数の合計 40,951 件 (令和5年)</p> <p>2 家賃債務保証業者登録制度に登録している業者数【100者／令和6年】(国土交通省) →102者 (令和6年3月時点)</p> | <p>1 身寄りのない独居高齢者やセルフネグレクトを含め、成年後見制度の利用を必要とする人が、本人の意思、特性、生活状況等に合わせて成年後見人等による支援を適切に受けられる体制の構築 (厚生労働省)</p> <p>2 身元保証等高齢者サポート事業に関する消費生活相談件数 (消費者庁) →322件 (令和5年度)</p> <p>3 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率</p> | | | | | | |

| | | |
|----|--|--------------------|
| | <p>ための研修実施状況 : 18 都道府県 (令和5年4月時点)</p> <p>3 意思決定支援研修の受講者数の増加 (厚生労働省) → 意思決定支援研修の受講者数 6,761 人 (令和4年度)</p> <p>4 身元保証等高齢者サポート事業におけるトラブル防止に向けた対応に関する認知度 (消費者庁)</p> <p>5 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率【50%以上 (全都道府県)】 (消費者庁) → 19 都道府県 (令和6年3月時点)</p> <p>6 地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用する市区町村の都道府県内人口カバー率【50%以上 (全都道府県)】 (消費者庁) → 3 都道府県 (令和5年4月時点)</p> | <p>【上昇】 (消費者庁)</p> |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a 第二期成年後見制度利用促進基本計画に基づき、取組を推進 (厚生労働省)</p> <p>b 地方消費者行政ブロック会議等を活用し、成年後見制度の活用を周知する。 (消費者庁)</p> <p>c 福祉機関の職員等を対象とした日本司法支援センターの業務説明会の開催</p> | |

| | |
|------------------|---|
| <p>(法務省)</p> | <p>d 日本司法支援センターウェブサイト、パンフレット等による特定援助対象者法律相談援助業務の周知 (法務省)</p> <p>e 消費生活相談等を基に現状を把握し、消費者に対する注意喚起を実施 (消費者庁)</p> <p>f 消費者が安心して身元保証等高齢者サポート事業を利用できるようにするため、関係行政機関等と適宜適切に連携し情報提供 (消費者庁)</p> <p>g 地方公共団体に対し、身元保証等高齢者サポート事業に関する消費生活相談情報を提供 (消費者庁)</p> <p>h 総務省行政評価局による行政評価・監視の結果を踏まえ、必要に応じて対応を検討 (消費者庁、厚生労働省)</p> <p>i 家賃債務保証業者登録規程（平成29年国土交通省告示第898号）に基づく家賃債務保証業者登録制度において、家賃債務保証業を営む者の登録に關し必要な事項を定め、要件を満たす家賃債務保証業者を国が登録・公表することにより、消費者へ情報提供を行う。(国土交通省)</p> <p>j 地方消費者行政に関する先進的モデル事業、消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業、これらの広報啓発など、地方への重層的な支援のための各種事業を実施 (消費者庁)</p> <p>k 地方消費者行政充実・強化のためのキャラバンの実施等を通じ、消費者安全確保地域協議会の設置等の地方公共団体の取組に対する働き掛けを推進 (消費者庁)</p> |
| <p>実績</p> | <p>a 第二期成年後見制度利用促進基本計画に基づき、アウトプット指標の1から7、アウトカム指標の1から3の取組等を推進 (厚生労働省)</p> <p>b 令和4年4月に開催した都道府県等消費者行政担当課長会議において、身元保証等高齢者サポートサービスの契約時のポイントについて周知したほか、成年後見制度の更なる利用促進について周知した。(消費者庁)</p> <p>c 福祉機関の職員等に対し、業務説明会（司法ソーシャルワーク、特定援助対象者法律相談及び高齢者・障害者等の支援に関するもの）を開催した。(法務省)</p> <p>d 特定援助対象者法律相談援助業務を解説した動画（YouTube）の配信や、チラシ等の配布による周知活動を行った。(法務省)</p> <p>e, g 都道府県等消費者行政担当課長会議等を通じて、成年後見制度や身元保証等高齢者サポート事業に関する情報提供を実施した。(消費者庁)</p> <p>f サービスの利用を考えている方向けに、事業者やサービス内容を選ぶ上で注意すべきポイントや相談先の紹介等、相談への対応をまとめたパンフレットを厚生労働省ホームページ上において公表している。令和5年3月開催の全国介護保険・高齢者保健福祉担当課長会議において、同事業に係る相談への対応について、過去に発出した事務連絡や注意喚起内容を周知し</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>た。(厚生労働省)</p> <p>h 身元保証高齢者サポート事業について、総務省行政評価局の評価・監視対象に選定されたことを受け、適宜、関係省庁と連携 (消費者庁、厚生労働省)</p> <p>i 国のホームページにおいて登録を受けた家賃債務保証業者を公表する等、消費者に対して家賃債務保証に関する注意喚起や情報提供を実施した。(国土交通省)</p> <p>j 地方消費者行政に関する先進的モデル事業、消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業、これらの広報啓発など、地方への重層的な支援のための各種事業を実施 (消費者庁)</p> <p>k 地方消費者行政充実・強化のためのキャラバンの実施等を通じ、消費者安全確保地域協議会の設置等の地方公共団体の取組に対する働き掛けを推進 (消費者庁)</p> |
|--|--|

重点項目7. 成年年齢引下げに伴う総合的な対応の推進

| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> ・若年者が返済能力を超えた借入れを行い、過大な債務を負うような事態が生じないよう、貸金業者における日本貸金業協会が策定した自主ガイドラインの遵守状況や若年者への貸付状況についてモニタリングを行う。(金融庁) ・若年者への消費者教育の推進による消費者被害の防止・減少（消費者市民社会の実現）(消費者庁、文部科学省) ・成年年齢引下げに伴うインターネット利用を通じた若年層の消費者トラブルの発生を防止する。(総務省) ・若年者の与信が過大にならないよう、成年年齢引下げ後の若年者に対する過剰与信防止義務及び加盟店調査措置義務等の遵守状況のモニタリングを行う。(経済産業省) | | | | | | |
|---|--|---|----|----|---|--|---|
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 消費者教育連携・協働推進全国協議会の参加者数【1回あたりの増加】(文部科学省) →240人（令和5年度）</p> <p>2 消費者庁 若者ナビ！のリーチ数【増加】(消費者庁) →8,351人（令和6年3月末時点）</p> | | | | | | |
| KPI（アウトカム指標） | <table border="1"> <thead> <tr> <th>初期</th> <th>中期</th> <th>最終</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> <p>1 地域での若年者向け消費者教育関連事業（講座等）の実施割合【令和6年度に30%以上の自治体での実施】(消費者庁) →27.1%（令和5年4月）</p> <p>2 若年者の契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率【令和6年度に45%以上】(消費者庁) →38.8%（令和5年12月）</p> <p>3 教育委員会において</p> </td><td> <p>1 被害の未然防止のための行動ができる若年者の割合【令和7年度に45%以上】(消費者庁) →38.9%（令和5年12月）</p> <p>2 被害に遭った際に相談等行動できる若年者の割合【令和7年度に90%以上】(消費者庁) →87.1%（令和5年12月）</p> </td><td> <p>1 消費者被害に遭った若年者の割合【令和8年度に25%以下】(消費者庁) →27.4%（令和5年12月）</p> </td></tr> </tbody> </table> | 初期 | 中期 | 最終 | <p>1 地域での若年者向け消費者教育関連事業（講座等）の実施割合【令和6年度に30%以上の自治体での実施】(消費者庁) →27.1%（令和5年4月）</p> <p>2 若年者の契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率【令和6年度に45%以上】(消費者庁) →38.8%（令和5年12月）</p> <p>3 教育委員会において</p> | <p>1 被害の未然防止のための行動ができる若年者の割合【令和7年度に45%以上】(消費者庁) →38.9%（令和5年12月）</p> <p>2 被害に遭った際に相談等行動できる若年者の割合【令和7年度に90%以上】(消費者庁) →87.1%（令和5年12月）</p> | <p>1 消費者被害に遭った若年者の割合【令和8年度に25%以下】(消費者庁) →27.4%（令和5年12月）</p> |
| 初期 | 中期 | 最終 | | | | | |
| <p>1 地域での若年者向け消費者教育関連事業（講座等）の実施割合【令和6年度に30%以上の自治体での実施】(消費者庁) →27.1%（令和5年4月）</p> <p>2 若年者の契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率【令和6年度に45%以上】(消費者庁) →38.8%（令和5年12月）</p> <p>3 教育委員会において</p> | <p>1 被害の未然防止のための行動ができる若年者の割合【令和7年度に45%以上】(消費者庁) →38.9%（令和5年12月）</p> <p>2 被害に遭った際に相談等行動できる若年者の割合【令和7年度に90%以上】(消費者庁) →87.1%（令和5年12月）</p> | <p>1 消費者被害に遭った若年者の割合【令和8年度に25%以下】(消費者庁) →27.4%（令和5年12月）</p> | | | | | |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | <p>て、現在、重点的に行っている取組として「学校における消費者教育の充実」を挙げている割合【増加】（文部科学省） →42.6%（令和3年6月）</p> <p>4 大学等における消費者関連（消費者問題に関する啓発・情報提供以外）の取組の割合【増加】（文部科学省） →56.8%（令和3年6月）</p> | | |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a 「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プラン」に基づき、必要な施策を実施（消費者庁、法務省、文部科学省、金融庁）</p> <p>b 貸金業者における日本貸金業協会が策定した自主ガイドラインの遵守状況や若年者への貸付状況についてモニタリングを継続（金融庁）</p> <p>c 令和4年に引き続き「インターネットトラブル事例集」において、成年年齢引下げに伴う注意事項や相談窓口に関する情報を記載（総務省）</p> <p>d 割賦販売法に基づく監督・検査により、成年年齢引下げ後の若年者に対する過剰与信防止義務及び加盟店調査措置義務等の遵守状況をモニタリング（経済産業省）</p> <p>e 若年者に対する消費者トラブル防止に関する普及啓発の実施（消費者庁）</p> | | |
| | <p>実績</p> <p>a・若手従業員向けの消費者教育研修プログラムを活用した研修を実施（消費者庁）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国の中学校、私立高等学校、特別支援学校、大学等向けに「社会への扉」等を活用した消費者教育出前講座を実施（消費者庁） ・学校現場等に法曹有資格者を派遣し、契約や私法の基本的な考え方を学習する出前授業を実施（法務省） ・契約や私法の基本的な考え方を分かりやすく解説した法教育リーフレットを全国の高校2年生を対象として配布するとともに、同リーフレットに関する各種コンテンツをホームページで公開（法務省） ・各種イベントやSNSを活用した啓発・情報発信を実施（法務省） | | |

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> ・各都道府県等を通じ各中学校、高等学校等に対し、令和4年度からの18歳成年を踏まえ高等学校段階までに社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むため作成された消費者教育教材についての周知等を実施（文部科学省） ・各都道府県等を通じ各大学・専修学校等に対し、令和4年度からの18歳成年を踏まえ高等学校段階までに社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むため作成された消費者教育教材や新入学生等への成年年齢引下げ及び消費者被害防止に向けた注意喚起についての周知等を実施（文部科学省） ・2022年4月から高等学校において年次進行で実施されている学習指導要領では、金融経済分野に関する記述がより充実し、各学校で取り組まれていることを踏まえ、指導教材の周知広報やデモ授業を作成。その上で、金融広報中央委員会等の関係団体と連携し、大学生に対し、「金融リテラシー・マップ」に基づいた授業を実施（金融庁） ・金融庁及び財務局において、学校や地域で開催される講座等（オンライン開催を含む）への講師派遣を実施（金融庁） <p>b 財務局及び都道府県と連携しつつ、貸金業者による若年者への貸付状況のモニタリングを実施（金融庁）</p> <p>c 成年年齢引下げに伴う消費者トラブル防止のための注意事項や、トラブルに遭遇した際の相談窓口に関する情報を記載した「インターネットトラブル事例集（2023年版）」を作成し、令和5年3月に公表（総務省）</p> <p>d 監督・検査を通じ、若年者に対する過剰与信防止のモニタリングを実施（経済産業省）</p> <p>e SNSや消費者教育ポータルサイトを通じた情報発信を実施（消費者庁）</p> |
|--|---|

重点項目8. 消費者団体訴訟制度の推進

| | | | |
|----------------|--|----|---|
| 目標 | 消費者団体訴訟制度の活用による消費者被害の防止及び消費者被害の回復を促進する。 | | |
| KPI (アウトプット指標) | <p>1 消費者団体訴訟制度の説明会等の参加人数【240人以上／毎年度】(消費者庁) →381人(令和6年3月)</p> <p>2 公表した消費者団体訴訟制度に関する周知・啓発媒体のページへのアクセス数【100万アクセス以上／毎年度】(消費者庁) →83,616アクセス(令和6年3月)</p> <p>3 適格消費者団体等との情報連携の回数【16回／毎年度】(消費者庁) →19回(令和6年3月)</p> <p>4 適格消費者団体等と地方公共団体との連携を高めるための会合への参加地方公共団体数【10団体／毎年度】(消費者庁) →2団体(令和6年3月)</p> <p>5 消費生活相談窓口へ差止請求事案に関する情報を提供【50件／毎年度】(消費者庁) →22件(令和6年3月)</p> | | |
| KPI (アウトカム指標) | 初期 | 中期 | 最終 |
| | <p>1 消費者団体訴訟制度の認知度【40%／令和6年度】(消費者庁) →16.3%(令和6年2月)</p> <p>2 適格消費者団体の認知度【30%／令和6年度】(消費者庁) →20.3%(令和6年2月)</p> <p>3 特定適格消費者団体の認知度【25%／令和6年度】(消費者庁) →17.7%(令和6年2月)</p> | — | <p>1 適格消費者団体と差止請求の相手方との間で一定の結論が得られた件数【50件／毎年度】(消費者庁) →28件(令和6年3月)</p> <p>2 特定適格消費者団体による共通義務確認訴訟において一定の結論が得られた件数【2件／毎年度】(消費者庁) →0件(令和6年3月)</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | <p>4 特定適格消費者団体の認定件数【1団体／毎年度】 (消費者庁) →0件（令和6年3月）</p> | | |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a 消費者団体訴訟制度に関する説明会等を実施する。(消費者庁)</p> <p>b 消費者団体訴訟制度に係るロゴ、キャラクター（ここりす等）等を活用し、当該制度に係る周知・広報を実施する。(消費者庁)</p> <p>c 適格消費者団体等の適正な認定・監督を行う。(消費者庁)</p> <p>d 第208回国会において成立した「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律」（令和4年法律第59号。以下「令和4年改正」という。）を踏まえた適格消費者団体等への適正な支援を実施する。(消費者庁)</p> <p>e 消費者団体訴訟制度のデジタル化への対応を行う。(消費者庁)</p> <p>f 民事裁判手続のIT化の議論を踏まえた消費者裁判手続特例法上の手続のIT化の検討、必要な措置を実施する。(消費者庁)</p> <p>g「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」報告書において将来の検討課題とされた事項について、令和4年改正の運用状況等を踏まえて、必要に応じて検討する。(消費者庁)</p> | | |
| | <p>実績</p> <p>a 消費者・消費者団体や事業者・事業者団体等に向けて消費者団体訴訟制度に関する説明会を実施 (消費者庁)</p> <p>b 令和4年改正の内容を含む啓発資料（啓発動画、パンフレット等）をロゴ、キャラクター（COCOLiS）等を活用しつつ作成し、周知・広報を実施。消費者が適格消費者団体及び特定適格消費者団体やその取組に関する情報を一元的かつ容易に得られるポータルサイトの構築を実施 (消費者庁)</p> <p>c 令和4年改正の施行に伴う、ガイドライン等の整備を実施。適格消費者団体3団体を新規認定、4団体を更新認定。特定適格消費者団体1団体を更新認定。消費者団体訴訟等支援法人1団体を新規認定 (消費者庁)</p> <p>d 適格消費者団体等への支援の取組として、適格消費者団体連絡協議会を実施（令和5年9月及び令和6年3月）。令和4年度第2次補正予算において、靈感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、適格消費者団体による事業者の不特定かつ多数の消費者に対する不当な勧誘行為等の差止請求に係る活動の促進を含む「消費生活相談機能強化促進等補助金」を措置（令和5年度交付決定及び事業執行、補助金の効果を検証） (消費者庁)</p> <p>e 令和5年3月に、消費者契約法及び消費者裁判手続特例法の一部の改正内容を含む「デジタル社会の形成を図るための規制改革を推進するためのデジタル社会形成基本法等の一部を改正する法律案」が閣議決定され、第211</p> | | |

| | |
|--|--|
| | <p>回国会において「デジタル社会の形成を図るための規制改革を推進するためのデジタル社会形成基本法等の一部を改正する法律」（令和5年法律第63号）が成立。また、当該改正法の施行準備としての内閣府令の改正等を措置（消費者庁）</p> <p>f 令和5年3月に、消費者裁判手続特例法の一部の改正内容を含む「民事関係手続等における情報通信技術の活用等の推進を図るための関係法律の整備に関する法律案」が閣議決定され、第211回国会において「民事関係手続等における情報通信技術の活用等の推進を図るための関係法律の整備に関する法律」（令和5年法律第53号）が成立（消費者庁）</p> <p>g 制度の運用状況等について、隨時収集・分析を実施（消費者庁）</p> |
|--|--|

重点項目9. 食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進

| | | | |
|----------------|---|----|----|
| 目標 | 事業系食品ロス、家庭系食品ロス共に、2030年度までに食品ロス量を半減する。(2000年度比) | | |
| KPI (アウトプット指標) | 1 食品ロス削減推進表彰の応募件数【100件／毎年度】(消費者庁、環境省) →93件 (令和5年度) 2 川柳コンテストの応募件数【10,000件／毎年度】(消費者庁) →19,717件 (令和5年度) 3 食品ロス削減特設サイトのアクセス数【2,000,000回／毎年度】(消費者庁) →5,796,597回 (令和5年度) 4 食品ロス削減推進サポーターの認定数【100人／毎年度】(消費者庁) →1,334人 (令和5年度) (令和4年度開始 累計約2,700人) 5 商慣習の見直し等に取り組む事業者数 (農林水産省) →納品期限の緩和：297事業者 (昨年度240事業者) 賞味期限表示の大括り化：318事業者 (昨年度267事業者) 賞味期限の延長：269事業者 (昨年度182事業者) フードバンク・こども食堂等への食品の提供：367事業者 (昨年度243事業者) (いずれも令和5年10月末時点) | | |
| KPI (アウトカム指標) | 初期 | 中期 | 最終 |
| 取組 | 令和5年予定 a 食品ロス削減月間(10月)及び食品ロス削減の日(10月30日)を中心として、食品ロスの現状や食品ロス削減の重要性、賞味期限は「おいしいめやす」であること、実際の取組等についての普及・啓発の実施(消費者庁、農林水産省、環境省) | | |

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

| | |
|--|--|
| | <p>を強化とともに、食品ロス削減に向けた取組を加速化（消費者庁）</p> |
| | <p style="text-align: center;">実績</p> |
| | <p>a 「てまえどり」の呼びかけや食品ロス削減全国大会の開催支援、食品ロス削減月間（10月）の啓発ポスターを作成し、全国の自治体に配付するなど、国民運動となるよう集中的な情報発信及び普及啓発を実施（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>b 食品ロス発生量推計及び発生要因分析を実施、令和6年6月9日に我が国の食品ロスの発生量の推計値（令和3年度）を公表（農林水産省、環境省）</p> <p>c 食品ロスの削減に関する消費者の意識調査を実施するとともに、様々な主体に参考となるよう食品ロス削減に取り組む事業者の事例紹介や、地方公共団体による取組事例を収集し、「令和4年度地方公共団体における食品ロス削減の取組について」等を公表。また、「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」も実施し、公表（消費者庁）</p> <p>d 食品ロス削減に向けた取組の加速化について、食品製造・卸・小売・外食等関係団体に対して3省庁連名の通知を発出するとともに、10月30日を「全国一斉商慣習見直しの日」として、食品小売事業者における納品期限の緩和や食品製造事業者における賞味期限表示の大括り化（年月表示、日まとめ表示）の取組を呼び掛け。また、食品事業者等による取組を可視化するための「食品ロス削減自主宣言」の募集。加えて、食品業界・消費者・行政を構成員とする「食品廃棄物等の発生抑止に向けた取組の情報連絡会」を10月に立ち上げ、会合を開催（消費者庁、農林水産省、経済産業省）</p> <p>e 「諸外国における食品の期限表示制度及び普及啓発に関する調査」を実施し、報告書を公表（消費者庁）</p> <p>f 季節のイベント等に合わせた消費者・事業者等への普及啓発の実施（宴会シーズンの食べきり・持ち帰り（mottECO）の推進、恵方巻き、食料備蓄におけるローリングストック法の導入・フードドライブ等）の周知啓発を実施（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>g 令和5年度食品ロス削減推進表彰について、5月～7月にかけ公募を行い、9月に受賞者を決定した。受賞者に対しては食品ロス削減全国大会 in 金沢」のプログラムの一つとして10月に表彰式を実施（消費者庁、環境省）</p> <p>h 「令和5年度「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテストを10月に実施（消費者庁）</p> <p>i 全国の自治体の集まりである全国おいしい食べきり運動ネットワーク協議会の総会（10月30日開催）において、食品ロス削減推進計画の策定の促進に向け関係省庁から施策や予算事業等を説明。また、消費者行政担当課長会議においても、同計画の策定支援に関する説明を実施（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>j 食品ロス削減の推進に向けた地方における先進的なモデル的取組への支援に向けて、「物価高対策に資する食品ロス削減実証」を実施（消費者庁）</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>k ライフスタイルの変化でデリバリー・テイクアウトの需要増加による適量購入や家庭での食べきりについて、また食材の保存や使いきりの工夫について啓発を実施（消費者庁）</p> <p>l 地方公共団体と連携して、地域に根差した食品ロス削減の取組や周知啓発を実施する人材育成の講座を開催。また、人材のフォローアップを実施（消費者庁）</p> <p>m 役割を終えた災害用備蓄食品について、各府省庁の提供情報を取りまとめ、ポータルサイトで公表（農林水産省）</p> <p>n 恵方巻きの予約販売及び予約購入を12月から1月にかけて呼びかけ（消費者庁、農林水産省、環境省）</p> <p>o フードバンク活動に対して必要な支援を行うとともに、寄附金付き未利用食品の販売によるフードバンク活動支援等に活用する新たな仕組み構築の検討。また、食品の寄附等を促進するための施策パッケージの取りまとめ（農林水産省、消費者庁）</p> <p>p 食品リサイクル法基本方針について、食料産業部会（令和6年1月）および循環型社会部会（令和6年2月）において答申。同年2月末に新たな食品リサイクル法基本方針を公表（農林水産省、環境省）</p> <p>q 小学生用・中学生用食育教材「食に関する指導の手引」等において食品ロスの削減について取り上げ（文部科学省）</p> <p>r 食品ロスの削減及び食品リサイクルに先進的に取り組む地方公共団体・事業者等を支援するため、食品廃棄ゼロエリア創出モデル事業等を実施（環境省）</p> <p>s 地方公共団体が食品ロス削減に取り組む際の留意点等を取りまとめた「自治体職員向け食品ロス削減のための取組マニュアル」を10月に更新。新たに二つの事例を追加（環境省）</p> <p>t 食品ロスに関する情報を集約したウェブサイト「食品ロスポータルサイト」の管理・運営（環境省）</p> <p>u 食品の提供等に伴って生ずる法的責任の在り方に関する調査及び検討を実施（消費者庁、関係省庁）</p> <p>v 食品ロス削減に関する関係省庁連絡会議を開催し、食品ロスの削減に関する取組の進捗についてフォローアップを実施（消費者庁）</p> |
|--|--|

重点項目 10. エシカル消費の普及啓発

| | |
|---------------|--|
| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> ・エシカル消費の普及啓発を通じた社会の持続可能な発展と改善の実現（消費者市民社会の実現）（消費者庁） ・生態系や資源の持続性に配慮した方法で漁獲・生産された水産物を消費者が選択して購入できるよう水産エコラベルの認証数を増加させる。（農林水産省） ・情報提供事業・普及啓発事業の実施により、循環型社会の形成を推進する。（環境省） ・“プラスチックとの賢い付き合い方”をキーワードとした国民運動の展開等の施策を、関係機関と連携し、総合的に講じることで、海洋ごみの発生抑制の更なる推進をする。（環境省） ・脱炭素社会作りに向け、国民運動「デコ活」を通じた国民・消費者の行動変容、ライフスタイルの変革を協力に促す。（環境省） |
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 消費者庁 HP でのエシカル消費の啓発資材等へのアクセス数【53,000 件／令和6年度】（消費者庁） →52,341 件（令和5年11月）</p> <p>2 企業、団体、地方自治体のエシカル消費に関する取組件数【登録件数 400 件以上／令和6年度】（消費者庁） →383 件（令和5年11月）</p> <p>3 エシカル消費特設サイトのアクセス数【7,200,000 件以上／令和6年度】（消費者庁） →7,131,866 件（令和5年11月）</p> <p>4 サステナブルファッショント設サイトのアクセス数【320,000 件以上／令和6年度】（消費者庁） →313,210 件（令和5年11月）</p> <p>5 水産エコラベルの認証取得を希望する事業者に向けたコンサルティングの実施数（農林水産省） →29 件（令和5年度）</p> <p>6 選ぼう！3R キャンペーンの実施（環境省）</p> <p>7 3R 推進全国大会の開催（循環型社会形成推進功労者表彰、ポスタークール）（環境省）</p> |

| | | | |
|---------------|--|--|--|
| | <p>8 「プラスチック・スマート」取組登録数【登録者数の増加 3,500 件／令和 5 年度】(環境省) →3,394 件 (令和 5 年度)</p> <p>9 「デコ活応援団（官民連携協議会）」の参画数【800 者／令和 5 年度】(環境省) →1,204 者 (令和 5 年度)</p> | | |
| KPI (アウトカム指標) | <p>初期</p> <p>1 地域での講座等の実践割合【30%／令和 6 年度】(消費者庁) →26.0% (令和 5 年 11 月)</p> <p>2 エシカル消費・消費者市民社会の認知度【32%・28%／令和 6 年度】(消費者庁) →29.4%・25.4% (令和 5 年 11 月)</p> <p>3 サステナブルファッショングの認知度【45%／令和 6 年度】(消費者庁) →42.7% (令和 4 年 11 月)</p> <p>4 海岸漂着物等地域対策推進事業で回収される海洋ごみの量 (t)【毎年度減少】(環境省) →54,264 t (令和 4 年度)</p> | <p>中期</p> <p>1 エシカル消費を実践する意向のある消費者の割合【32%／令和 7 年度】(消費者庁) →27.6% (令和 5 年 11 月)</p> <p>2 エシカル消費を日常的に実践する消費者の割合【78%／令和 7 年度】(消費者庁) →75.0% (令和 5 年 11 月)</p> <p>3 サステナブルファッショングを実践する消費者の割合【72%／令和 7 年度】(消費者庁) →68.2% (令和 5 年 11 月)</p> <p>4 クールビズ及びウォームビズの実施率(環境省)【クールビズ(業務) 93.2%、クールビズ(家庭) 94.6%、ウォームビズ(業務) 93.2%、ウォームビズ(家庭) 95.6%／令和 8 年度】</p> <p>5 家庭エコ診断実施世帯数【960 千世帯／令和 8 年度】(環境省)</p> | <p>最終</p> <p>1 国内における国際的に通用する水産エコラベルの生産段階認証の認証数【225 件／令和 7 年度】(農林水産省)</p> <p>2 具体的な 3R 行動の実施率【43.8%／令和 7 年度】(環境省)</p> <p>3 クールビズ及びウォームビズの実施率【100%／令和 12 年度】(環境省)</p> <p>4 家庭エコ診断実施世帯数【1,555 千世帯／令和 12 年度】(環境省)</p> |

| 取組 | 令和5年予定 |
|----|--|
| | <p>a 消費者月間を活用した啓発（消費者庁）</p> <p>b エシカル消費の普及啓発（ワークショップの実施、各種イベント等への積極的な参画、学校用教材の提供等）（消費者庁）</p> <p>c 特設サイトを活用したエシカル消費に関する事例等の積極的な情報発信（消費者庁）</p> <p>d 食と農林水産業の持続性に关心が高い団体・企業が連携し、持続可能な商品の販売や広報等に取り組む「サステナティーク」及び食や農林水産業に関わる持続可能なサービス・商品を扱う地域・生産者・事業者の取組を分かりやすく紹介する動画を表彰する「サステナアワード」を行う。（農林水産省、消費者庁、環境省）</p> <p>e みどりの食料システム戦略の実現に向け、環境負荷低減に資する農作物の理解が進み、選択につながるよう、環境負荷低減の「見える化」を通じて、消費者への適切な情報の提供を行う。（農林水産省）</p> <p>f 水産エコラベルについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際基準の維持に向けた規格等の改訂（農林水産省） ・国内外で開催されるシーフードショー等への出展（農林水産省） ・認証取得を希望する事業者に向けたコンサルティングの実施（農林水産省） ・審査体制強化に向けた認証審査員等研修会の開催（農林水産省） ・海外の水産エコラベル等に関する実態調査（農林水産省） ・SNS等を活用した国内消費者向けのPR活動（農林水産省） <p>g 合法伐採木材等の利用促進について、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・木材等の合法性の確認に必要な各国の法令等の情報の収集及び提供（クリーンウッド・ナビ）（農林水産省、関係省庁） ・「木づかい運動」との連携を含む消費者に対する制度の普及啓発、合法伐採木材等の利用促進等（農林水産省、関係省庁） <p>h ウェブサイト「Re-Style」による情報提供の実施（環境省）</p> <p>i 3R推進全国大会、地域特性を踏まえた実効的なイベント等の実施（環境省）</p> <p>j 選ぼう！3Rキャンペーンの実施（環境省）</p> <p>k 全国一斉清掃キャンペーン「海ごみゼロウィーク2023」の実施（環境省）</p> <p>l 海ごみゼロアワード2023の実施（環境省）</p> <p>m プラスチック・スマートシンポジウムの開催（環境省）</p> <p>n 対策の課題や取組ヒントが得られるプラスチックスマートオンラインプラットフォームの構築、運営（環境省）</p> <p>o 産業界・労働界等と連携し、多様なアプローチ手法・ツールによる効果的な情報提供を通じて国民の意識に働き掛け、「COOL CHOICE」を展開（環境省）</p> <p>p 「みんなでおうち快適化チャレンジ」キャンペーンを関係省庁や関係業界等と連携して実施（環境省）</p> <p>q ポータルサイト「再エネスタート」にて、個人、地方自治体、企業それぞれに再エネ導入・利用のメリットや具体的な方法や取組事例などの情報</p> |

| | |
|---|--|
| <p>提供を実施（環境省）</p> <p>r 脱炭素型のライフスタイルの実践につなげる「ゼロカーボンアクション30」の具体的な内容について、WEB やラジオ等のメディアを活用した幅広い層に対する呼び掛けを実施（環境省）</p> <p>s 「グリーンライフ・ポイント」推進事業の実施（環境省）</p> <p>t 「しんきゅうさん」や「家庭エコ診断」（うちエコ診断）による省エネ家電への買換え・脱炭素ライフスタイルの促進（環境省）</p> | |
| <p>実績</p> <p>a 消費者月間において、インフルエンサーを活用する等、啓発活動を実施（消費者庁）</p> <p>b ワークショップの実施及び各種イベント等に積極的に参画してエシカル消費の普及啓発を行うとともに、学校用教材の掲載を当庁ホームページに継続して実施（消費者庁）</p> <p>c エシカル消費に関する事例等を収集し、特設サイトを充実させエシカル消費に関する事例等を積極的に情報発信（消費者庁）</p> <p>d 「サステナティーク」では、「地球の未来のために何を選びますか？」をテーマに、持続可能な生産消費に関するイベントを実施するとともに、新聞・テレビ等で広報を行った。「サステナアワード」の表彰式を、令和6年2月1日に実施。（農林水産省、消費者庁、環境省）</p> <p>e 「みどりの食料システム戦略」に基づき、生産者の温室効果ガス削減の努力をわかりやすく表示し、消費者の選択に資する「見える化」について、対象品目を昨年度の3品目から23品目に拡大し、実証販売を実施。令和6年3月に新しいラベルデザインを決定し、ガイドラインに基づくラベル表示の運用を開始。米については、生物多様性保全の指標を追加し、温室効果ガス削減貢献と合わせた表示を開始（農林水産省）</p> <p>f 水産エコラベルについて、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・国際基準の維持に向けた認証規格の改訂等の検討会等の実施（農林水産省） ・国内外で開催されるシーフードショー等へ出展し、パンフレットの配布、認証水産物の展示等を行うほか、ワークショップを開催し情報を発信（農林水産省） ・認証取得を希望する事業者に対し、審査の事前準備となる取組状況の確認、申請書作成等を支援するコンサルティングを実施（農林水産省） ・既存審査員の能力向上や新規審査員養成を目的とした認証審査員研修会を開催（農林水産省） ・国際的に通用する海外の水産エコラベル認証スキーム等の国内の生産段階認証の認証数及び認証を取得した事業者の生産量等を調査（農林水産省） ・SNS やイベント等を通じて国内消費者に対し情報を発信（農林水産省） <p>g 合法伐採木材等の利用促進について、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クリーンウッド・ナビにおいて 37 の国や地域について木材等の合法性 | |

| | |
|--|--|
| | <p>の確認に必要な各国の法令等の情報を提供しており、令和5年は、EU、ドイツ、イギリス、アメリカ、オーストラリア、オーストリア、カナダのページについて、情報を更新・拡充（農林水産省）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・9月末に農林水産省「消費者の部屋」において、合法性の確認された木材等の利用促進に関するパネル展示を行ったほか、各地域において一般消費者も参加する展示会の実施等を支援（農林水産省、関係省庁） h ウェブサイト「Re-Style」による情報提供を実施した（3R 推進月間ポスターの掲載、提供。自治体の3R活動の掲載。「選ぼう！3R キャンペーン」開催通知、トーキイベントの開催通知等）（環境省） i 3R 推進全国大会を実施した（令和5年10月25日、都内にて大会実施）（環境省） j 選ぼう！3R キャンペーンを実施した（令和5年10月～12月）（環境省） k 「海ごみゼロウィーク2023」について春（令和5年5月27日～同年6月11日）、秋（令和5年9月16日～同年9月24日）の2回実施した。（環境省） l 対応無し（昨年に引き続き中止となつたため。）（環境省） m 海ごみをテーマにシンポジウムを実施予定（環境省） n プラスチック・スマートシンポジウムを愛媛県今治市にて実施した。（環境省） o～t 「デコ活」（脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動）に移行し、住宅の省エネ化、脱炭素製品・サービスの普及促進など、脱炭素の実現と暮らししがより良く豊かになるよう、国民・消費者の行動変容やライフスタイル変革を促進した。（環境省） デコ活応援団（官民連携協議会） 参画者数：1,204 主体 デコ活 web サイトからの取組、製品・サービス登録発信数：398 件 デコ活宣言数：1,977 件 官民連携プロジェクト数：77 件（令和6年3月時点） |
|--|--|

重点項目 11. 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進

※SDGs 開発目標 8、12

| | | | |
|----------------|--|----|----|
| 目標 | 事業者における公益通報対応体制整備の徹底を図り、コンプライアンス確保を図る。 | | |
| KPI (アウトプット指標) | <p>1 説明会等（国の行政機関、地方公共団体、民間事業者（義務対象・努力義務対象）等向け）への参加人数【2,000人／年度】（消費者庁） →2,503人（令和5年度）</p> <p>2 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【20,000件／年度】（消費者庁） →21,458件（令和5年度）</p> | | |
| KPI (アウトカム指標) | 初期 | 中期 | 最終 |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a 公益通報者保護制度に関する説明会の実施、広報資料の作成・配布等による周知・広報活動の実施（消費者庁）</p> <p>b 労働者に対する意識調査の実施（消費者庁）</p> <p>c 民間事業者の体制整備状況の確認やインセンティブ向上に資する取組の実施（消費者庁）</p> <p>d 公益通報者保護法に基づく行政措置の適切な実施（消費者庁）</p> <p>e 公益通報者保護法の一部を改正する法律（令和2年法律第51号）附則第5条等に関する対応の実施（消費者庁）</p> | | |

| 実績 | |
|----|--|
| | <p>a 動画広告の実施、啓発資料・解説動画の作成・公開、公益通報者保護制度相談ダイヤル（一元的相談窓口）での対応、説明会（国の行政機関、地方公共団体、民間事業者向け）の開催、説明会動画の配信及び説明会資料の公開、各種団体の主催する勉強会等への講師派遣等を実施（消費者庁）</p> <p>b 内部公益通報に関する労働者の意識調査を実施（消費者庁）</p> <p>c 民間事業者等の内部通報制度の実地調査の実施、消費者庁ウェブサイトに「はじめての公益通報者保護法」を開設し、内部通報制度を整備していない事業者を支援するための「内部通報制度導入支援キット」を公表（消費者庁）</p> <p>d 公益通報者保護法に基づく行政措置を実施（消費者庁）</p> <p>e 行政機関における公益通報者保護法の施行状況調査の実施、有識者（学識経験者、企業関係者、法曹関係者等）との意見交換、海外制度調査、収集した裁判例の公表等を実施（消費者庁）</p> |

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

| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍において消費者の電子商取引による食品の購買が増加傾向にあることから、Codex におけるインターネット販売での食品表示に係る国際的なルール作りの議論も踏まえつつ、インターネット販売における食品に関する情報提供の考え方を検討する。 ・消費者にとってデジタルプラットフォーム (DPF) が安心・安全なインターネット取引の場となる。 ・デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の確保のためには、一般消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保のため不当表示を減少させることは重要であり、そのために、不当表示に対する景品表示法の厳正な運用を行う。 ・SNS 型投資・ロマンス詐欺の被害急増を踏まえ、SNS 事業者の適切な対応を促進する。 | | | | | | | |
|--|---|---|----|----|----|--|--|---|
| KPI (アウトプット指標) | <p>1官民協議会で共有する問題等【2項目以上／毎年度】(消費者庁) →6項目 (令和5年度)</p> <p>2アフィリエイト広告やステルスマーケティングを含むインターネット広告の景品表示法に違反する行為に対する、厳正な対処 (参考指標：措置命令件数、課徴金納付命令件数、指導件数) (消費者庁) →措置命令件数 40 件 →課徴金納付命令件数 10 件 →指導件数 66 件 (いずれも令和5年度)</p> <p>3景品表示法について都道府県の担当者も含めた執行担当者に対する研修や意見交換等（新たな制度の改正も含む。）の実施 (消費者庁) →14回 (令和5年度)</p> <p>4SNS 上のなりすまし型偽広告に関する SNS 事業者との意見交換、ヒアリング等の実施【5回以上／令和6年度末】 (総務省)</p> | | | | | | | |
| KPI (アウトカム指標) | <table border="1" data-bbox="350 1635 1389 1998"> <thead> <tr> <th></th> <th>初期</th> <th>中期</th> <th>最終</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="350 1635 663 1998"> 1取引 DPF 消費者保護法制度の認知度【毎年度増加】(消費者庁) →7.1% (令和6年2月) 2インターネット上の広告の監視業務 </td><td data-bbox="663 1635 1065 1998"> 1取引 DPF 消費者保護法第3条に基づく取組を開示する取引 DPF 提供者の数【毎年度増加】(消費者庁) →13者 (令和4年度) 2取引 DPF 消費者保護法第 </td><td data-bbox="1065 1635 1389 1998"> 1PIO-NET における取引 DPF に関する相談件数【減少傾向】(消費者庁) →33,196 件 (令和4年度) </td></tr> </tbody> </table> | | 初期 | 中期 | 最終 | 1取引 DPF 消費者保護法制度の認知度【毎年度増加】(消費者庁) →7.1% (令和6年2月) 2インターネット上の広告の監視業務 | 1取引 DPF 消費者保護法第3条に基づく取組を開示する取引 DPF 提供者の数【毎年度増加】(消費者庁) →13者 (令和4年度) 2取引 DPF 消費者保護法第 | 1PIO-NET における取引 DPF に関する相談件数【減少傾向】(消費者庁) →33,196 件 (令和4年度) |
| | 初期 | 中期 | 最終 | | | | | |
| 1取引 DPF 消費者保護法制度の認知度【毎年度増加】(消費者庁) →7.1% (令和6年2月) 2インターネット上の広告の監視業務 | 1取引 DPF 消費者保護法第3条に基づく取組を開示する取引 DPF 提供者の数【毎年度増加】(消費者庁) →13者 (令和4年度) 2取引 DPF 消費者保護法第 | 1PIO-NET における取引 DPF に関する相談件数【減少傾向】(消費者庁) →33,196 件 (令和4年度) | | | | | | |

| | | | |
|----|---|---|---|
| | <p>について、より多くの範囲の監視を効率的に行うための方策の検討、実行（消費者庁）</p> <p>3 景品表示法の執行担当者における理解の促進（消費者庁）</p> | <p>5条に基づく開示請求の件数（消費者庁） →9件（令和4年度）</p> <p>3表示の適正化により、一般消費者の適正な商品選択の機会を確保（参考指標：インターネット上の広告の監視業務の結果公表資料へのアクセス数）（消費者庁） →15,321回（令和5年度）</p> <p>4都道府県を含めた執行担当者における理解の促進や知見の共有を通じた景品表示の厳正な運用（消費者庁） →98.6%（よくわかった、概ねわかったと回答した方の割合）（令和5年度）</p> | <p>2 景品表示法の厳正な運用の長期的な継続（参考指標：措置命令件数、課徴金納付命令件数、行政指導件数）（消費者庁） →措置命令件数40件 →課徴金納付命令件数10件 →指導件数66件（いずれも令和5年度）</p> <p>3 不当表示の未然防止の継続（参考指標：研修や講師派遣の回数、アンケートの理解度）（消費者庁） →研修や講師派遣の回数199件、アンケートの理解度95.4%（よくわかった、概ねわかったと回答した方の割合）（令和5年度）</p> |
| 取組 | 令和5年予定 | | |
| | <p>a 取引DPF消費者保護法に対する附帯決議において適切な措置を講すべきとされた事項について、同法の施行状況を注視しつつ適切に検討を行う。（消費者庁）</p> <p>b インターネット販売における食品に関する情報提供について作成したガイドブック（令和4年度版）のCodex等を踏まえての必要に応じた更新を行う。（消費者庁）</p> <p>c インターネット上の広告に対する監視を通じた職権探知の強化の実施（消費者庁）</p> <p>d インターネット上の広告について、景品表示法の執行担当者に対して理解の促進するよう研修や意見交換等を実施（消費者庁）</p> | | |
| | 実績 | | |
| | <p>a 取引DPF消費者保護法第3条及び第5条の規定を踏まえ、各取引DPF提供者の取組状況等に関する調査を実施し、調査結果については、第3回官民</p> | | |

| | |
|--|--|
| | <p>協議会（令和5年6月9日開催）で報告した。（消費者庁）</p> <p>b 令和5年5月に開催された第47回コーデックス食品表示部会（CCFL47）では、ECサイトの食品表示情報提供に係るガイドラインの策定に向けて、ECサイトが提供すべき食品表示情報の具体的な項目等について検討が行われており、ガイドライン原案における規定が同ガイドブックの内容とも矛盾をせず、我が国における消費者ニーズと事業者の実行可能性の双方に配慮したものとなるよう、適宜意見を出した。（消費者庁）</p> <p>c インターネット上の広告に対する監視を通じた職権探知の強化の実施をした。（消費者庁）</p> <p>d 都道府県等において景品表示法の執行に従事している職員を対象とした同法の執行研修を実施した。（消費者庁）</p> |
|--|--|

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

| | | | |
|---------------|--|---|---|
| 目標 | 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進による消費者被害の防止・減少（消費者市民社会の実現） | | |
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 消費者教育連携・協働推進全国協議会の参加者数【令和7年度に1回あたり300人以上】（文部科学省） →240人（令和5年度）</p> <p>2 国民生活センターにおける消費者教育推進のための研修の実施状況【独立行政法人国民生活センター中期目標に準じる／毎年度】、国民生活センターにおける消費者教育推進のための研修受講者数（消費者庁） →541人（令和5年度）</p> <p>3 消費者教育コーディネーター会議の参加者数【令和6年度に150人以上】（消費者庁） →146人（令和5年度）</p> <p>4 事業者向け研修の実施状況・受講者数（消費者庁） →108社（令和5年度）</p> <p>5 消費者教育ポータルサイトのアクセス件数、教材件数、取組件数、講師派遣団体数【アクセス件数50万件】（消費者庁） →53万件（令和5年度）</p> | | |
| KPI（アウトカム指標） | 初期 | 中期 | 最終 |
| | <p>1 消費者教育推進計画の策定状況【令和6年度に指定都市及び中核市で50%以上】（消費者庁） →39.0%（19指定都市、13中核市）（令和5年4月）</p> <p>2 消費者教育地域協議会の設置状況【令和6年度に指定都市及び中核市で</p> | <p>1 被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合【令和7年度に50%以上】（消費者庁） →46.6%（令和5年12月）</p> <p>2 被害に遭った際に相談等行動できる消費者の割合【令和7年度に75%以上】（消費者庁） →71.2%（令和5年12月）</p> <p>3 被害防止のために周囲に</p> | <p>1 消費者被害に遭った人の割合【令和8年度に15%以下】（消費者庁） →20.4%（令和5年12月）</p> |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>50%以上】(消費者庁) →34.1% (19 指定都市、10 中核市) (令和5年4月)</p> <p>3 消費者教育コーディネーター配置済みの地方公共団体の数【令和6年度に47 都道府県での配置】(消費者庁) →47 都道府県設置済(令和5年4月)</p> <p>4 消費者教育コーディネーター配置済みの地方公共団体の数【令和6年度に指定都市及び中核市で50%以上】(消費者庁) →36.6% (18 指定都市、12 中核市) (令和5年4月)</p> <p>5 地域サポーター配置済みの地方公共団体の数【令和6年度に配置都道府県数増加】(消費者庁) →24 都道府県 (令和5年4月)</p> <p>6 教育委員会において、現在、重点的に行っている取組として「学校における消費者教育の充実」を挙げている割合【令和6年度に 50%以</p> | <p>働き掛けできる消費者の割合【令和7年度に 27%以上】(消費者庁) →24.1% (令和5年12月)</p> | |
|--|---|--|--|

| | | |
|----|---|--|
| | <p>上】(文部科学省) →42.6% (令和3年6月)</p> <p>7 大学等における消費者関連（消費者問題に関する啓発・情報提供以外）の取組の割合【令和6年度に65%以上】(文部科学省) →56.8% (令和3年6月)</p> <p>8 地域での消費者教育関連事業（講座等）の実施割合【目標：令和6年度に55%以上の自治体での実施】(消費者庁) →50.0% (令和5年4月)</p> <p>9 契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率【目標：令和6年度に40%以上】(消費者庁) →38.8% (令和5年12月)</p> | |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a消費者教育推進会議及び「消費者力」育成・強化WTの開催 (消費者庁)</p> <p>b消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づくライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進 (消費者庁)</p> <p>c消費者教育ポータルサイトでの情報提供・発信 (消費者庁)</p> <p>d 消費者教育コーディネーターの配置・育成に向けた取組支援 (消費者庁)</p> <p>e「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針—消費者教育の実践・定着プラン」に基づき、必要な施策を実施 (消費者庁、法務省、文部科学省、金融庁)</p> <p>f 国民生活センターにおいて、消費者教育推進のための研修を実施 (消費者庁)</p> | |

| 実績 | |
|---|--|
| <p>a 第5期消費者教育推進会議及び「消費者力」育成・強化WTの取りまとめを実施（消費者庁）</p> <p>b 若手従業員向けの消費者教育研修プログラムを活用した研修の実施や、壮年・退職期従業員向けの消費者教育研修プログラムの開発を実施（消費者庁）</p> <p>c 消費者教育ポータルサイトにおいて、消費者教育の教材や取組事例等の情報提供・発信を実施（消費者庁）</p> <p>d 消費者教育コーディネーターの役割や課題を共有し、情報提供を行うために消費者教育コーディネーター会議を実施（消費者庁）</p> <p>a, b, d～f 消費者教育連携・協働推進全国協議会等において、情報提供及び周知・啓発を実施（文部科学省）</p> <p>e, f 全国の指導主事等を対象とする会議等の場を通じて学習指導要領の趣旨の周知・徹底を実施（文部科学省）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各都道府県等を通じ各中学校、高等学校等に対し、令和4年度からの18歳成年を踏まえ、高等学校段階までに社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むため作成された消費者教育教材についての周知等を実施（文部科学省） ・成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針－消費者教育の実践・定着プランを踏まえた消費者教育の充実について全国の教職課程を置く大学に周知等を実施（文部科学省） ・大学等関係者を対象とした会議において、大学における消費生活センター等と連携した消費者教育の実施等について周知（文部科学省） <p>e 若手従業員向けの消費者教育研修プログラムを活用した研修を実施（消費者庁）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全国の中学校、私立高等学校、特別支援学校、大学等向けに「社会への扉」等を活用した消費者教育出前講座を実施（消費者庁） ・金融トラブルに関する注意点や相談窓口等が掲載されたガイドブック「基礎から学べる金融ガイド」等を用いて、消費者被害の防止に向けた周知・広報を実施（金融庁） <p>f 国民生活センターにおいて、消費者教育推進のための研修を実施（消費者庁）</p> | |

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

| 目標 | <ul style="list-style-type: none"> ・地方消費者行政の機能を強化し、相談体制を充実させる。 ・地方消費者行政を中核として、消費者被害の未然防止・拡大防止を実現する。 | | | | | | |
|--|--|--|----|----|--|---|--|
| KPI（アウトプット指標） | <p>1 地方公共団体の首長等に対する相談体制の機能強化やデジタル化などの直接的な働き掛けの実施状況【全国 6 地域／毎年度】(消費者庁) → 6 地域 (令和 5 年度)</p> <p>2 各地域の地方公共団体の消費者行政担当者等との情報共有・意見交換を行う会議等の実施回数【ブロック会議については全国 6 地域／毎年度、担当課長会議については 1 回／毎年度】(消費者庁) → ブロック会議：6 地域、担当課長会議：1 回 (令和 5 年度)</p> <p>3 消費生活相談員担い手確保事業の受講者数【1600 名／毎年度】(消費者庁)</p> <p>4 消費者ホットラインや消費生活センターに関する広報の実施回数【2 回以上／毎年度】(消費者庁) → 2 回 (令和 5 年度)</p> <p>5 国民生活センターでの研修実施状況【※独立行政法人国民生活センター中期目標に準じる／毎年度】(消費者庁) → 研修実施回数 145 回、受講者数 14,006 人 (令和 5 年度)</p> <p>6 消費生活協力員・協力団体養成事業での講座開催数【2 回以上／毎年度】(消費者庁) → 4 回 (令和 5 年度)</p> | | | | | | |
| KPI（アウトカム指標） | <table border="1"> <thead> <tr> <th>初期</th> <th>中期</th> <th>最終</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> 1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%以上（全都道府県）】(消費者庁) → 28 都道府県 (令和 5 年 4 月) </td> <td>—</td> <td> 1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【上昇】(消費者庁) 2 若年者の消費生活センターの認知度【上昇】(消費者庁) </td> </tr> </tbody> </table> | 初期 | 中期 | 最終 | 1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%以上（全都道府県）】(消費者庁) → 28 都道府県 (令和 5 年 4 月) | — | 1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【上昇】(消費者庁) 2 若年者の消費生活センターの認知度【上昇】(消費者庁) |
| 初期 | 中期 | 最終 | | | | | |
| 1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%以上（全都道府県）】(消費者庁) → 28 都道府県 (令和 5 年 4 月) | — | 1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率【上昇】(消費者庁) 2 若年者の消費生活センターの認知度【上昇】(消費者庁) | | | | | |

| | | |
|--|--|---|
| <p>2 消費生活相談員配置市区町村の都道府県内人口カバー率【90%以上（全都道府県）】（消費者庁） →43 都道府県（令和5年4月）</p> <p>3 相談員資格保有率【75%以上（全都道府県）】（消費者庁） →30 都道府県（令和5年4月）</p> <p>4 相談員の研修参加率【100%（全都道府県）】（消費者庁） →4 都道府県（令和5年4月）</p> <p>5 指定消費生活相談員を配置【全都道府県】（消費者庁） →22 都道府県（令和5年4月）</p> <p>6 若年者の消費者ホットライン188の認知度【30%以上（全国）】（消費者庁） →51.6%（令和5年2月）</p> <p>7 若年者の消費生活センターの認知度【75%以上（全国）】（消費者庁） →62.0%（令和5年2月）</p> <p>8 講習等（出前講座を含む）の実施市区町</p> | | <p>3 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率【上昇】（消費者庁）</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|--|
| | <p>村割合【75%以上 (全都道府県)】(消費 者庁) →5都道府県(令和5年 4月)</p> <p>9 消費者安全確保地 域協議会設置市区町 村の都道府県内人口 カバー率【50%以上 (全都道府県)】(消費 者庁) →19 都道府県(令和6 年3月)</p> <p>10 消費者安全確保地 域協議会設置済み 自治体数(消費者庁) →487(令和6年3月)</p> <p>11 地域の見守り活動 に消費生活協力 員・協力団体を活 用する市区町村の 都道府県内人口カ バー率【50%以上 (全都道府県)】(消費 者庁) →3都道府県(令和5年 4月)</p> <p>12 地方版消費者基本 計画の策定【全都 道府県、政令市】(消費 者庁) →33都道府県／14政 令市(令和5年4月)</p> <p>13 消費者行政職員の 研修参加率【80%</p> | |
|--|---|--|

| | | |
|----|--|--|
| | <p>以上（全都道府県）】（消費者庁） →1都道府県（令和5年4月）</p> <p>14 オンライン相談受付を行っている自治体数（消費者庁） →245（令和6年3月）</p> | |
| 取組 | <p>令和5年予定</p> <p>a 地方公共団体の自主財源に裏付けられた予算の確保を促進するとともに、地方消費者行政強化交付金により、相談体制の機能強化やデジタル化など消費者行政に積極的に取り組む地方公共団体を支援（消費者庁）</p> <p>b 地方消費者行政充実・強化のためのキャラバンの実施等を通じ、消費者安全確保地域協議会の設置、消費生活相談員の待遇改善及びスキル向上等の地方公共団体の取組に対する働き掛けを推進（消費者庁）</p> <p>c 地方公共団体の消費者行政担当部署との情報共有・意見交換を行う会議等を定期的に実施（消費者庁）</p> <p>d 地方消費者行政に関する先進的モデル事業、消費生活相談員担い手確保事業、消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業、これらの広報啓発など、地方への重層的な支援のための各種事業を実施（消費者庁）</p> <p>e 消費者ホットラインや消費生活センターの認知度向上に向け、PR動画の作成や、広告配信等を行う事業を実施（消費者庁）</p> <p>f 国民生活センターの機能強化、研修の充実等を促進（消費者庁）</p> <p>g 消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション（DX）に向けた取組や、地方公共団体への働き掛けを推進（消費者庁）</p> | |
| | <p>実績</p> <p>a 地方公共団体の自主財源に裏付けられた予算の確保を促進するとともに、地方消費者行政強化交付金（令和5年度予算17.5億円、令和4年度補正予算20.0億円）により、相談体制の機能強化やデジタル化など消費者行政に積極的に取り組む地方公共団体を支援した。（消費者庁）</p> <p>b 地方消費者行政充実・強化のためのキャラバンの実施等を通じ、消費者安全確保地域協議会の設置、消費生活相談員の待遇改善及びスキル向上等の地方公共団体の取組に対する働き掛けを推進した。（消費者庁）</p> <p>c 地方公共団体の消費者行政担当部署との情報共有・意見交換を行う会議等を定期的に実施した。（消費者庁）</p> <p>d 令和5年度は地方消費者行政に関する先進的モデル事業として消費生活相談員担い手確保事業、消費生活協力員・消費生活協力団体養成事業し、</p> | |

| | |
|--|--|
| | <p>優良事例の全国的な横展開を図るための取組等を実施した。(消費者庁)</p> <p>e 消費者ホットラインや消費生活センターの認知度向上に向け、PR動画のイベント会場での放映やSNS等での発信等、様々なメディアを用いた広報活動を展開した。(消費者庁)</p> <p>f 国民生活センターの裁判外紛争解決手続(ADR)や消費生活相談のデジタル化を通じた対応能力の強化、地方の相談員に向けたオンライン研修の充実等を促進した。(消費者庁)</p> <p>g 消費生活相談のデジタル・トランスフォーメーション(DX)に向け、「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2023」の公表や、地方公共団体等との意見交換等の取組を行った。(消費者庁)</p> |
|--|--|