

消費者庁入札等監視委員会 第23回会議 議事概要

開催日及び場所	令和8年 7月 23日（木） 消費者庁 7-4会議室
委員	井手 秀樹 （慶應義塾大学名誉教授） 石川 純子 （消費者庁支援研究所理事長） 竹内 啓博 （公認会計士）
議 事	○令和7年度食品表示に関する消費者意向調査 ○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 ○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 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 ○事故情報データベースシステムの更改に係る設計・開発業務 ○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 ○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 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

○案件詳細	
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：令和7年度食品表示に関する消費者意向調査 契約相手：株式会社イード 契約金額：1,408,000円 契 約 日：令和7年12月12日 担 当 課：食品表示課 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施したもの。
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：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 契約相手：株式会社タウン情報全国ネットワーク 契約金額：3,953,400円 契 約 日：令和7年12月25日 担 当 課：食品表示課 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施し、1者応札となったもの。
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：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 契約相手：株式会社クロス・マーケティング 契約金額：3,726,800円 契 約 日：令和7年11月18日 担 当 課：新未来創造戦略本部 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施したもの。

【競争入札】 総合評価落札方式	契約件名：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 契約相手：アクセンチュア株式会社 契約金額：9,900,000円 契約日：令和7年12月25日 担当課：消費者制度課 説明内容：一般競争入札（総合評価）を実施したもの。
【競争入札】 総合評価落札方式	契約件名：事故情報データベースシステムの更改に係る設計・開発業務 契約相手：富士ソフト株式会社 契約金額：87,780,000円 契約日：令和7年10月14日 担当課：デジタル・業務改革推進室 説明内容：一般競争入札（総合評価）を実施し、1者応札となったもの。
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：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 契約相手：富士マイクロ株式会社 契約金額：496,136円 契約日：令和8年2月20日 担当課：消費者安全課事故調査室 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施したもの。
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：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 契約相手：株式会社春光社 契約金額：40,834,332円 契約日：令和7年10月30日 担当課：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 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施したもの。
【競争入札】 最低価格落札方式	契約件名：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 契約相手：株式会社春光社 契約金額：11,220,000円 契約日：令和7年12月10日 担当課：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 説明内容：一般競争入札（最低価格）を実施したもの。
委員からの意見・質問 それに対する回答等	別紙のとおり

1. 令和7年度食品表示に関する消費者意向調査	
本調査は毎年実施している調査とのことであるが、調査の継続性等に問題はないのか。	調査設計に当たっては、仕様書において国勢調査の性別、年代及び地域の比率を考慮した調査対象を用いており、経年比較と継続的な分析ができるよう配慮している。
予定価格と比較して契約金額が低額であるが、その理由如何。	契約事業者は調査集団を抱える企業と独自に契約しているため、安価に実施できたものと承知している。
前年度と契約事業者が変わったが、調査結果に支障はないのか。	経年比較のための条件等は仕様書において詳細に定めているため、事業者側の裁量によるところが少なく、事業者が変更となっても対応可能と認識している。
2. 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	
アンケートをとっているようだが、目標は達成できたのか。	達成した。
本件は1者応札となっているが、限られた事業者しか受けられない印象を受けるため、随意契約となったとしても仕方がない案件と考えられる。	
参考見積書を提出した事業者が参加しなかった理由如何。	参考見積書を提出した事業者にはヒアリングを行えていないが、入札説明書をダウンロードした事業者からは繁忙等の回答を受けた。
本事業者を介さずに消費者庁が直接地域情報誌と契約すれば良いのではないのか。	事業者を介することで調査、記事の掲載、分析等を一体的に実施できるため、効率的な事業実施につながっている。
3. 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 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	
（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について）インターネットで調査を行っているようだが、実際に脆弱な消費者が回答できる配慮をしているのか。	回答方法については、新未来創造戦略本部の主任研究官で心理学に精通した者の監修を受け、各設問の内容を作成している。
（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について）落札した事業者と次点の事業者の技術等提案書について、どのような点で技術点の差がついたのか。	例えば回答の回収方法について、落札した事業者はウェブにより、次点の事業者は郵送によるとしていたが、短期間に確実に回収できる方法としてウェブによる方法を高く評価した。

落札した事業者はアンケートの実施について再委託を行っているようだが、再委託はマイナス要因とならないのか。	アンケートの設問設計など調査の根幹は落札事業者が行っており、マイナス要因とならないと考えている。
調査結果についてフィードバックや公開する予定はあるか。	現時点で調査結果を公開する予定はないが、本調査結果は現在消費者庁で行っている消費者契約法の改正に向けた検討会における基礎資料として活用している。
2つの調査は同じ時期に行っているようだが調査対象は異なっている。この結果をリンクさせる予定はあるか。	既存の調査と重複しないよう仕様書を作成しており、現時点でリンクさせる予定はない。
4. 事故情報データベースシステムの更改に係る設計・開発業務	
一者応札の理由如何。	新規構築することも考えたが、期間も要し、費用も高額となることから、現在稼働している国民生活センターの事故情報データベースシステムを基にガバメントクラウド上で稼働することを決定したため、入札公告が後ろ倒しになってしまった。いくつかの事業者にヒアリングを行ったが、既に別の案件を受託しているなど、既存のシステムの更改では参加しがたいという回答であった。
現行の事故情報データベースシステムに落札事業者が関与していることは一者応札となったことと関係しているのか。	落札事業者が現行システムに関する知見を有している点は一定程度あると考えられる。ただし、新規構築する場合と比較して低廉に実施できているため、経済性は担保されていると考えている。
更改に際して、追加される機能等はあるのか。	検索結果一覧の表示やCSV出力機能を追加するなど、現行システムにおける課題については改善を図る予定である。
再委託を申請して、承認に至るまでの期間はどのくらいか。また承認までの期間によっては事業の進捗に影響があるのではないか。	各申請について、それぞれおよそ1週間で承認に至っている。また承認までは再委託を実施できないことから、速やかに庁内手続きを行った。
5. 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	
予定価格と比較し入札金額が大幅に低い事業者もいれば高額な事業者もいる理由如何。	各事業者により管理費の計上方法や作業単価が異なるほか、各事業者が所有する機器の台数や性能等により生産性に大きな差が開いたためと考えている。
入札金額の差については、今後の予定価格を設定する際の参考としていただきたい。	

参考見積書を提出した事業者が入札の際に金額を増額している理由如何。	ヒアリングを行っていないため理由は不明であるが、仕様書等に問題があったものではなく、事業者側の個別事情によるものと理解している。
本案件は紙の行政文書の電子化業務であるが、その入札において一者が紙で入札をしている。消費者庁は電子化を奨励しているのか。	当庁においても電子入札を奨励しているところであるが、事業者側に電子入札を行う環境が整っていないことから、紙による入札となったものと考えている。
6. 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 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	
2つの業務について落札金額に大きな差があるが、技術的に大きな違いがあるのか。	デジタルサイネージ広告は、鉄道車両や駅構内等の実空間に広告を掲載するため、掲載費用が経費の多くを占める。ウェブサイト等に広告を掲載するバナー広告とは費用構造が異なる。
（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について）契約を変更している理由如何。	当初の仕様書に記載する条件では購入できない掲載媒体や、落札段階で広告枠の申込みが終了していた掲載媒体があったためである。
参考見積書を提出した事業者が入札に参加していない理由如何。	本業務は、昨年度に実施した広告掲載業務と比較して規模が大きかったため、入札参加を見送ったのではないかと考えている。
広告の効果は把握できているか。	本件広告単独の効果を直ちに定量的に確認することは困難であるが、法の認知度に関する調査等も踏まえ、必要に応じて他の広告手法も検討したい。
広告を実際に目にする機会が少なかった印象を受けるが、理由如何。	鉄道車両内や駅構内のデジタルサイネージへの広告掲載は、幅広く一定の訴求効果が見込まれる一方、乗客が車両内の広告ではなく、スマートフォンの画面等を見ている場合も多いと考えられるため、引き続きより効果的な広告手法を検討したい。