

※平成31年以降の表記は、新元号に読み替えることとする。

事業番号 0014

平成31年度行政事業レビューシート (消費者庁)							
事業名	事業者連携推進に必要な経費			担当部局庁	消費者庁		
事業開始年度	平成27年度	事業終了(予定)年度	終了予定なし	担当課室	消費者調査課 課長 太田 哲生		
会計区分	一般会計						
根拠法令 (具体的な条項も記載)	-			関係する計画、通知等	消費者基本計画 消費者基本計画工程表 施策番号4(3)②		
主要政策・施策	-			主要経費	その他の事項経費		
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	健全な市場の形成や消費の拡大等を通じた「経済の好循環」の実現及び持続可能な開発目標「SDGs」の達成に資するためにも、事業者に対して消費者志向経営(愛称・サステナブル経営)の推進を図る。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	消費者志向経営の広範な普及を図るために、社会的気運を高めるための全国的な推進活動として、次の取組を展開する。 1)消費者志向経営推進に向けた自主宣言・フォローアップ活動等 2)経営者層向けセミナー(トップセミナー)の開催 3)事業者の管理職・担当者の資質向上に向けた研修等の開催 4)消費者志向経営優良事例表彰の実施						
実施方法	委託・請負						
予算額・執行額 (単位:百万円)	予算の状況	当初予算	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度要求
		補正予算	-	-	-	-	-
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-
		予備費等	-	-	-	-	-
		計	6	8	8	5	0
	執行額	4	1	6	-	-	
	執行率(%)	67%	13%	75%	-	-	
	当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	67%	13%	75%	-	-	
	平成31・32年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	31年度当初予算	32年度要求	主な増減理由		
消費者政策調査費		4.4					
職員旅費		0.4					
委員等旅費		0.1					
諸謝金		0.1					
その他		0	0				
計		5	0				

成果目標及び 成果実績 (アウトカム)	定量的な成果目標	成果指標		単位	28年度	29年度	30年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度	
			成果実績	-	-	-	-	-	-	
			目標値	-	-	-	-	-	-	
			達成度	%	-	-	-	-	-	
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)										
成果目標及び成果実績(アウトカム)欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙1】に記載								チェック		
定量的な成果目標 の設定が困難な場合	定量的な目標 が設定できない理由 及び定性的な成果目標	定量的な目標が設定できない理由			定性的な成果目標と28～30年度の達成状況・実績					
		消費者志向経営の推進に向けた方策の検討・実施を通じた消費者志向経営の広範な普及を目的としており、事業の定量的な成果指標を設定することは困難である。			シンポジウムの開催や研修等、消費者志向経営の促進に関する施策の実施を通じて、消費者志向経営の広範な普及を図ることを定性的な成果目標とし、平成29年度については、目標を達成できた。					
	事業の妥当性を 検証するための代替的な 達成目標及び実績	代替目標	代替指標		単位	28年度	29年度	30年度	中間目標 31 年度	目標最終年度 - 年度
		事業者の消費者志向経営 の促進に関する施策の実 施状況	消費者志向経営を促進す るセミナーやシンポジウ ム、研修の実施回数(合 計)	実績	回数	4	6	4	-	-
目標値				回数	2	2	2	2	-	
達成度	%			200	300	200	-	-		
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	28年度	29年度	30年度	31年度 活動見込	32年度 活動見込	
	①消費者志向自主宣言をした事業者数	活動実績	社	43	78	101	-	-		
		当初見込み	社	40	50	90	110	-		
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	28年度	29年度	30年度	31年度 活動見込	32年度 活動見込	
	②消費者志向経営を促進するセミナーやシンポジウ ム、研修の実施回数(合計)	活動実績	回数	4	6	4	-	-		
		当初見込み	回数	2	2	2	2	-		
単位当たり コスト	算出根拠			単位	28年度	29年度	30年度	31年度活動見込		
	①本事業の予算を使用していない。	単位当たり コスト	-	-	-	-	-	-		
		計算式	/	-	-	-	-	-		
単位当たり コスト	算出根拠			単位	28年度	29年度	30年度	31年度活動見込		
	②支出金額／開催回数	単位当たり コスト	百万円	0.8	0.3	0.8	-	-		
		計算式	百万円 / 回	3.2/4	1.1/4	3.0/4	-	-		

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策	消費者政策の推進									
	施策	消費者政策の推進に関する調査・分析									
	測定指標	定量的指標		単位	28年度	29年度	30年度	中間目標 - 年度	目標年度 - 年度		
			実績値	-	-	-	-	-	-		
		目標値	-	-	-	-	-	-			
	測定指標	定性的指標	目標	目標年度	施策の進捗状況(目標)						
		消費者志向自主宣言事業者数	事業者における消費者志向経営の推進を図るため、事業者の消費者志向経営に対する意識を更に喚起することを目的としたシンポジウム、事業者の管理職・担当者の資質向上に向けた研修等を開催し、事業者における消費者志向経営の優良な取組事例の広範な提供を行う。また、併せて消費者志向自主宣言・フォローアップ活動を推進し、事業者の取組の促進を図る。 消費者行政新未来創造オフィスにおいても、地域の事業者・消費者・行政機関等と連携し、地方の企業への普及・啓発を行う。	平成30年度	消費者志向経営の広範な普及を図るために、社会的気運を高めるための全国的な推進活動として、次の取組を展開する。 1)消費者志向経営推進に向けた自主宣言・フォローアップ活動等 2)経営者層向けセミナー(トップセミナー)の開催 3)事業者の管理職・担当者の資質向上に向けた研修等の開催 4)消費者志向経営優良事例表彰の実施						
					施策の進捗状況(実績)						
	消費者志向経営の推進を図るため、経営層を対象とした消費者志向経営トップセミナーの開催等を通じて、事業者における消費者志向経営に関する取組事例の情報提供を実施し、併せて事業者の取組の促進を図った。 また、平成30年度から消費者志向経営優良事例表彰を初めて実施した。										
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係										
経営層を対象とした消費者志向経営トップセミナーやシンポジウム等の開催を通じて、事業者における消費者志向経営に関する取組事例の情報提供を実施することにより、消費者志向経営の広範な普及に寄与したと考えられる。											
取組事項	分野:	-									
(第一階層) KPI	KPI (第一階層)			単位	計画開始時 - 年度	30年度	31年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度		
		成果実績	-	-	-	-	-	-			
		目標値	-	-	-	-	-	-			
		達成度	%	-	-	-	-	-			
(第二階層) KPI	KPI (第二階層)			単位	計画開始時 - 年度	30年度	31年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度		
		成果実績	-	-	-	-	-	-			
		目標値	-	-	-	-	-	-			
		達成度	%	-	-	-	-	-			
本事業の成果と取組事項・KPIとの関係											
-											

政策評価

新経済・財政再生計画との関係

新経済・財政再生計画改革工程表
2018

事業所管部局による点検・改善

項目		評価	評価に関する説明	
国費投入の必要性	事業の目的は国民や社会のニーズを的確に反映しているか。	○	消費者志向経営を行うことが健全な市場の実現につながるということから、国民と社会のニーズを的確に反映している。	
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	これまで事業者団体が自主的に取り組んできた消費者志向経営の強化を行うには、消費者庁を始めとした行政機関の取組が重要である。	
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。	○	消費者志向経営を行うことが健全な市場の実現につながるということから、優先度が高い事業である。	
事業の効率性	競争性が確保されているなど支出先の選定は妥当か。	○	原則として一般競争入札を行うとともに、少額随意契約についても見積合わせを行うことで競争性を担保している。また、事業の内容に応じて、入札時に適合証明を条件とすることで、事業の実施に当たり、最適な事業者・方法を取り入れている。	
	一般競争契約、指名競争契約又は随意契約(企画競争)による支出のうち、一者応札又は一者応募となったものはないか。	無		
	競争性のない随意契約となったものはないか。	無		
	受益者との負担関係は妥当であるか。	○	消費者志向経営推進を促進するセミナーなど、目的に即した真に必要なものであるため、受益者との負担関係は妥当である。	
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	少額の事業に係る随意契約において、見積合わせを活用する等、競争性の確保に努めている。	
	資金の流れの中間段階での支出は合理的なものとなっているか。	-	-	
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	○	消費者志向経営推進を促進するセミナーなど、目的に即した真に必要なものに限定している。	
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	○	他事業の予算超過が見込まれ、当該事業の予算の一部を留保していたため、不用額が発生した。	
繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	-	-		
その他コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。	-	-		
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	事業者の消費者志向経営の促進に関する各種施策の実施を成果目標としており、消費者志向経営を促進するセミナーやシンポジウムを開催した。	
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	-	-	
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	事業者の消費者志向経営の促進に関する各種施策の実施を成果目標としており、消費者志向経営を促進するセミナーやシンポジウムを開催した。	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	企業が公表した消費者志向自主宣言について、消費者庁ウェブサイトにも公表・掲載することで、広く周知に努めている。	
関連事業	関連する事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右に記載)	-		
	所管府省名	事業番号		事業名
点検・改善結果	点検結果	<p>本経費は、以下のとおり適切に執行されている。</p> <p><必要性> 消費者志向経営を行うことが健全な市場の実現につながることから、優先度が高い事業である。</p> <p><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等、競争性の確保に努めている。</p> <p><効果> 企業が公表した消費者志向自主宣言については、消費者庁ウェブサイトにも公表・掲載することで、広く周知に努めた。</p>		
	改善の方向性	今後とも、経費削減と効果的な事業の実施に努める。		

外部有識者の所見

行政事業レビュー推進チームの所見

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況

備考

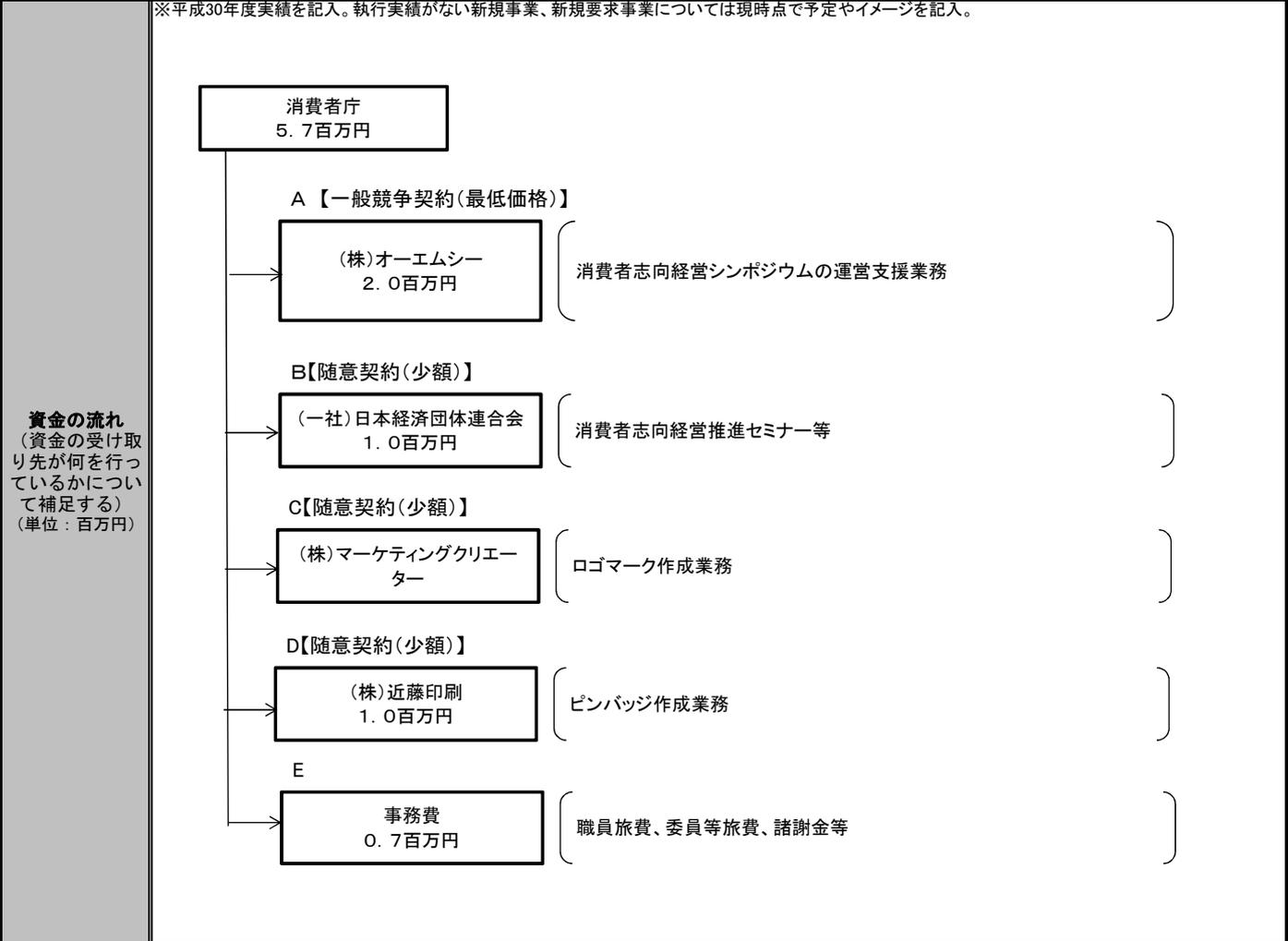
・消費者志向経営推進組織の活動

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/consumer_oriented_management/propulsion_organization/

関連する過去のレビューシートの事業番号

平成22年度	-	平成23年度	-	平成24年度	-	平成25年度	-
平成26年度	-	平成27年度	0014	平成28年度	0015	平成29年度	0013
平成30年度	消費者庁 (0014)						

※平成30年度実績を記入。執行実績がない新規事業、新規要求事業については現時点で予定やイメージを記入。



費目・使途 (「資金の流れ」においてブロックごとに最大の金額が支出されている者について記載する。費目と使途の双方で実情が分かるように記載)	A.(株)オーエムシー			B.(一社)日本経済団体連合会		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	雑役務費	消費者志向経営シンポジウムの運営支援業務	2	会場費	消費者志向経営トップセミナー	0.4
	計		2	計		0.4
	C.(株)マーケティングクリエイター			D.(株)近藤印刷		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	雑役務費	ロゴマーク作成業務	1	雑役務費	ピンバッジ作成業務	1
	計		1	計		1
	E.事務費			F.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
職員旅費	セミナー等への参加	0.5				
計		0.5	計		0	
費目・使途欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙2】に記載					チェック	

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	(株)オーエムシー	9011101039249	消費者志向経営シンポジウムの運営支援業務	2	一般競争契約 (最低価格)	2	--	

B.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	(一社)日本経済団体連合会	1010005018440	消費者志向経営トップセミナー	0.4	随意契約 (少額)	-	--	
2	(株)ティーケーピー	7010001105955	消費者志向経営推進セミナー(東京会場)	0.4	随意契約 (少額)	-	--	
3	(株)シーヴィ・コンベンション	3120001141142	消費者志向経営推進セミナー(大阪会場)	0.2	随意契約 (少額)	-	--	

C.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	(株)マーケティングクリエイター	2010701018321	ロゴマーク作成業務	1	随意契約 (少額)	-	--	

D.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	(株)近藤印刷	6180001019421	ピンバッジ作成業務	1	随意契約 (少額)	-	--	

E.

	支出先	法人番号	業務概要	支出額 (百万円)	契約方式等	入札者数 (応募者数)	落札率	一者応札・一者応募又は競争性のない随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	事務費	-	職員旅費、委員等旅費、諸謝金等	0.7	その他	-	--	
支出先上位10者リスト欄についてさらに記載が必要な場合はチェックの上【別紙3】に記載							チェック	