

事業番号0003												
令和2年度行政事業レビューシート（消費者庁）												
事業名	消費者行政新未来創造オフィスを活用した実証事業					担当部局庁	消費者庁			作成責任者		
事業開始年度	平成30年度	事業終了 （予定）年度	令和3年度		担当課室	消費者政策課			課長 内藤 茂雄			
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						
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）	消費生活のデジタル化を踏まえ、若者が活用しやすい消費生活に関する相談の在り方等について、試行的取組を実施しつつ検討する。											
事業概要 （5行程度以内。 別添可）	消費者のデジタル化への対応について徳島県をフィールドに実証実験等を実施する。 特に若者が消費生活相談をしやすい環境が確保されるよう検討するため次の取組を展開する。 ・前年度に引き続き「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」を開催 ・SNSを活用した消費生活相談窓口を試験的に設置し、研究会の検討内容を踏まえ検証を実施 なお、本事業のうち、シェアリングエコノミーに係る事業については、昨年度の行政事業レビューを踏まえ、令和元年度で事業を終了した。											
実施方法	直接実施、委託・請負											
予算額・ 執行額 （単位：百万円）			平成29年度	30年度	令和元年度	2年度	3年度要求					
	予算 の 状 況	当初予算	－	16	12	27						
		補正予算	－	－	－	－						
		前年度から繰越し	－	－	－	－	－					
		翌年度へ繰越し	－	－	－	－						
		予備費等	－	－	－	－						
	計		0	16	12	27	0					
	執行額		0	1.6	10							
	執行率（％）		－	10％	83％							
	当初予算＋補正予算に対す る執行額の割合（％）		－	10％	83％							
令和2・3年度 予算内訳 （単位：百万円）	歳出予算目		2年度当初予算	3年度要求	主な増減理由							
	消費者政策調査費		26.2									
	委員等旅費		0.4									
	職員旅費		0.4									
	計		27	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	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 － 年度	
	SNSを活用した消費生活相 談のニーズの把握		SNSを活用した消費生活相 談に関する実証実験に寄 せられた相談件数		成果実績	－	－	－	33	－	－	
					目標値	－	－	－	25	－	－	
					達成度	％	－	－	－	－	－	
根拠として用いた 統計・データ名 （出典）	若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会報告書（令和2年5月公表）											
横断的な施策に 係る成果目標 及び成果実績 （アウトカム）	目標・ 指標	定量的な成果目標	成果指標	分類		単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 － 年度	
					成果実績	円/t-CO2	－	－	－	－	－	
					目標値	円/t-CO2	－	－	－	－	－	
	地球温暖化対策 関係	算出 方法	－	－	直接 効果 うち、	達成度	％	－	－	－	－	－
						成果実績	円/t-CO2	－	－	－	－	－
						目標値	円/t-CO2	－	－	－	－	－
	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平成29～令和元年度の達成状況・実績					
	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	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標 － 年度	目標最終年度 － 年度
				実績	件	－			－	－
				目標値	件	－	－		－	－
				達成度	%	－	－		－	－
	活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込	3年度活動見込
		①SNSを活用した消費生活相談に関する調査・実証実験等の実施分野数		活動実績	件	－	0	1	－	－
				当初見込み	件	－	0	1	2	－
	活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込	3年度活動見込
		②若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の開催件数		活動実績	件	－	1	4	－	－
				当初見込み	件	－	1	4	－	－
単位当たりコスト	算出根拠			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込		
	①本事業に要した費用／SNSを活用した消費生活相談に関する実証実験の調査実施件数		単位当たりコスト	百万円/件	－	－	10	13.5		
			計算式	本事業に要した費用／ 実証実験の調査実施件数	－	1.6/0	10/1	27/2		
単位当たりコスト	算出根拠			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	2年度活動見込		
	②若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の開催及びSNSを活用した消費生活相談窓口の試験導入に要した費用／若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の開催件数		単位当たりコスト	百万円/件	－	1.6	2.1	－		
			計算式	若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の開催及びSNSを活用した消費生活相談窓口の試験導入に要した費用／若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の開催件数	－	1.6/1	8.5/4	－		

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。		○	本事業は、トラブルに遭っても消費生活センター等の公的な窓口にご相談しない傾向のある若年者層の消費生活トラブルの防止・救済に向けたものであることから、国民や社会のニーズを的確に反映しているといえる。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。		○	本事業は、SNSを活用した相談のノウハウや事例の蓄積がない地方公共団体や民間に委ねることは不適切である。
	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。		○	成年年齢の引下げにより、知識や経験の乏しい18歳～19歳の消費者トラブル増加も懸念されているところであり、若者が活用しやすい消費生活相談窓口を検討することは必要であり、優先度は高い。
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。		○	調達に当たっては一般競争入札のほか、随意契約（少額）を採用しているが、複数業者から見積もりを取り最低価格の業者と契約していることから、競争性を確保し、契約相手方の適切な選定を行っている。
	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。		有	
	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。		○	本事業のうち、SNS相談の実証実験に係る費用は、国が実施すべき施策を民間事業者に委託しているものであることから、本事業に係る必要費用を国が負担することは、妥当である。
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。		○	一般競争入札や複数業者から見積もりを取り最低価格の業者と契約することで、より低コストで成果を挙げており、当該コスト水準は妥当である。
	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。		○	事業の遂行のために不可欠な人件費など、真に必要な費用に限定している。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）		-	
	繰越額が大きい場合、その理由は妥当か。（理由を右に記載）		-	
事業の有効性	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。		○	複数業者から見積もりを取り最低価格の業者と契約していることから、競争性を確保し、契約相手方の適切な選定を行っている。
	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。		○	若者が相談しやすい環境を確保する観点から、SNSを活用した消費生活相談の実現可能性、導入に当たっての課題及びその対応策に関する検討を行ない、報告書案を作成した。相談のニーズについて、一定数相談事例があり、成果目標に見合ったものになっている。
	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。		○	当初見込み同等程度の活動実績を上げている。
関連事業	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。		○	消費者庁ウェブサイトへの公表・掲載や関係者への情報提供などにより広く周知に努めている。
	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	<必要性> トラブルに遭っても消費生活センター等の公的な窓口にご相談しない傾向がある若者が消費生活相談をしやすい環境が確保されるよう、消費生活相談におけるSNSの活用可能性について検討する必要がある。 <効率性> 調達手続において、一般競争入札など、競争性の確保に努めている。 <効果> 若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会を開催し、同研究会での検討内容を踏まえた上で、SNSを活用した消費生活相談窓口を試験的に設置し、SNS相談の効果と課題について取りまとめた。今後も研究会の成果を基に更なる分析と検証を重ね、若者を始め、消費者にとって活用しやすい相談体制が構築されることが期待される。		
	改善の方向性	引き続き、適切かつ効率的な事業の執行を行っていく。		

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									
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	-	平成28年度	-	平成29年度	-		
平成30年度	消費者庁新30-0001								
平成31年度	消費者庁（新31-0005）								

※令和元年度実績を記入。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。

資金の流れ
(資金の受け取り先が何を行っているかについて補足する)
(単位：百万円)

消費者庁
10.0百万円

A【一般競争入札(総合評価)】

公益社団法人全国消費生活相談員協会
7.0百万円

[SNSを活用した消費生活相談の試験導入・分析業務]

B

事務費
3.0百万円

[諸謝金、出張旅費 等]

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. 公益社団法人全国消費生活相談員協会			B. 事務費		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
委託費	SNSを活用した消費生活相談の試験導入・分析業務	7	雑費	職員旅費、委員等旅費、諸謝金等	3
計		7	計		3

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	公益社団法人全国消費生活相談員協会	2010405010418	SNSを活用した消費生活相談の試験導入・分析業務	7	一般競争契約(総合評価)	1	-	-

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	事務費	-	職員旅費、委員等旅費、諸謝金等	1.3	その他	-	-	-
2	日本電算(株)	4013301009283	啓発用パンフレットの版下作成等業務	1	一般競争契約(最低価格)	-	47%	-
3	セーラー広告(株)	9470001002353	啓発用冊子の印刷・製本・発送の作業請負	0.6	随意契約(少額)	-	-	-
4	扶桑速記印刷(株)	9010001027784	若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会の速記料	0.1	その他	-	-	-
5	サントリービバレッジサービス(株)	6012401010323	飲料代	0.1	その他	-	-	-