

令和2年度行政事業レビューシート (消費者庁)

事業名	消費者月間			担当部局庁	消費者庁			作成責任者			
事業開始年度	昭和63年度	事業終了 (予定)年度	終了予定なし	担当課室	消費者教育推進課			課長 宮原 真太郎			
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)	全国各地の消費者支援活動を活性化し、消費者利益の擁護及び増進を図るとともに、消費者問題への理解増進や消費者の自立に向けた啓発等を図る。										
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	上記事業の目的を達成するため、以下の取組を実施。 ○毎年5月を「消費者月間」として、消費者団体、事業者、行政等が一体となって消費者問題に関する事業を集中的に実施 ○消費者支援活動に顕著な功績があった者を表彰する「消費者支援功労者表彰」を実施										
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	55	57	10	9					
		補正予算	▲ 1								
		前年度から繰越し									
		翌年度へ繰越し									
		予備費等									
	計		54	57	10	9	0				
	執行額		33.1	63.9	13.4						
	執行率 (%)		61%	112%	134%						
当初予算+補正予算に対す る執行額の割合 (%)		61%	112%	134%							
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		9								
	情報処理業務庁費		0								
	委員等旅費		0								
	委員手当		0								
	職員旅費		0								
	その他		0	0							
	計		9	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
	消費者問題に関する啓発・ 教育等の事業を実施する 主体・担い手を広げるため に、関連ページのアクセス 数の増加を目指す。		消費者庁ウェブサイト「消 費者への普及啓発」ページ のアクセス数		成果実績	件	267,747	974,873	1,247,024		
					目標値	件	-	-	-		
					達成度	%					
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)		消費者庁ウェブサイトアクセス数集計									
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	

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	
		活動実績	当初見込み							
消費者月間シンポジウム開催回数		活動実績	回	回	1	1	1			
		当初見込み	回	回	1	1	1			
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	
		消費者月間ポスターの発送部数								活動実績
				当初見込み	部	部	6,014	6,515	7,415	
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	
		消費者月間ポスターの申込件数								活動実績
				当初見込み	件	件	493	534	460	
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		
		消費者月間シンポジウム及び消費者支援功労者表彰 表彰式開催事務費(運営委託、什器調達)／開催回数						単位当たり コスト	百万円	百万円
				計算式	円/回	円/回	7,333,200/1	7,992,000/1	8,196,120/1	
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		
		消費者月間ポスターの梱包発送費用／発送部数						単位当たり コスト	円	円
				計算式	円/部数	円/部数	468,861/6515	475,140/7415	396,252/7,029	
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	消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進							
	測定指標		定量的指標		単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標 年度	目標年度 年度
				実績値						
						目標値				
		定性的指標	目標			目標年度	施策の進捗状況(目標)			
						施策の進捗状況(実績)				
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係									
	全国各地の消費者支援活動を活性化し、消費者利益の擁護及び増進を図ること及び消費者問題への理解増進や消費者の自立に向けた啓発等 を図ることは重要であり、本事業の実施によって迅速かつ有効な施策を講ずることは、上位施策における目標を達成する上で大きく貢献する。									
本事業の成果と取組事項・KPIとの関係										
新経済・財政再生計画改革工 程表 2019	取組事項 (第一階層)	分野:								
		KPI (第一階層)		単位	計画開始時 年度	元年度	2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	%							

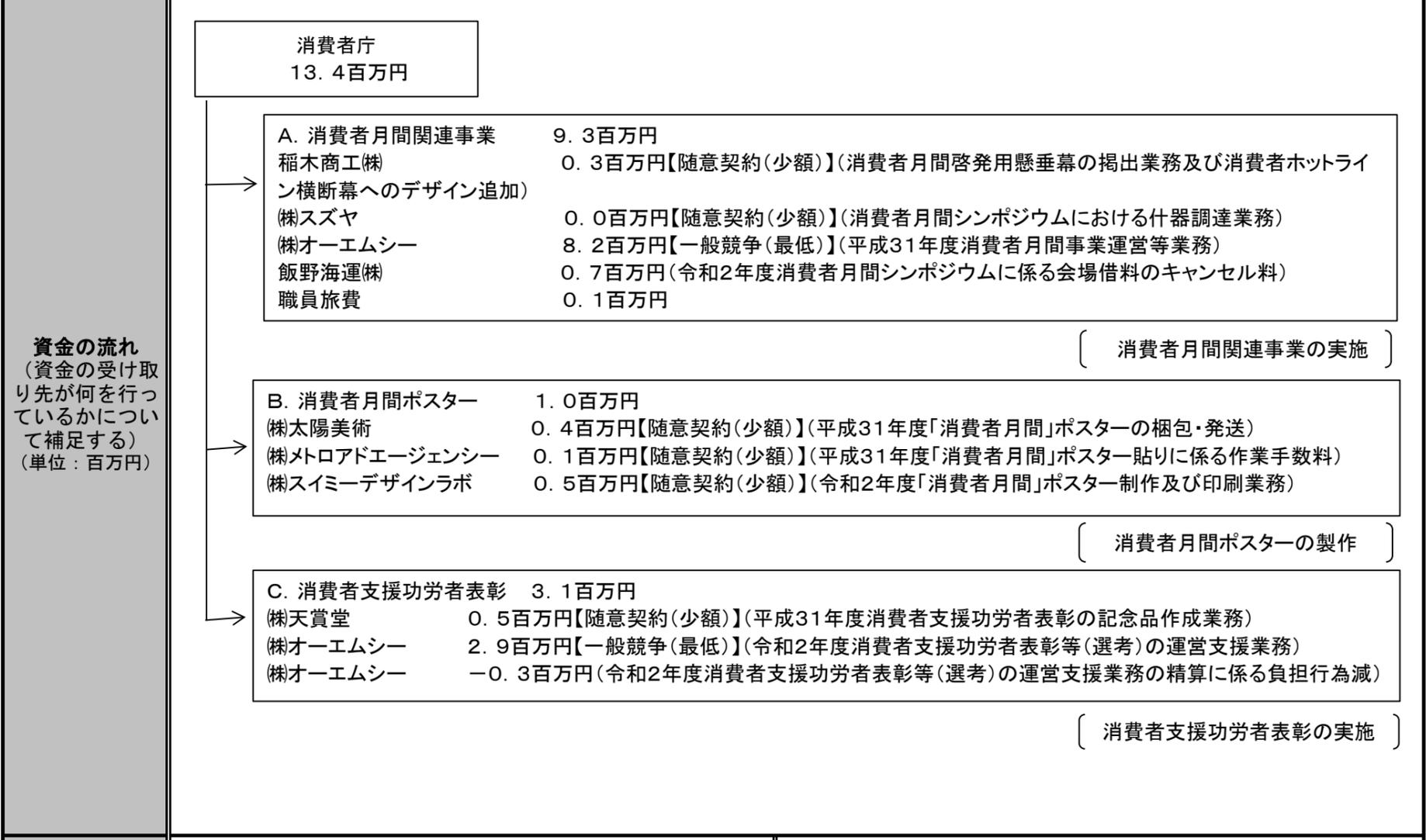
事業所管部局による点検・改善

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。	○	5月の消費者月間に合わせて消費者問題に関する啓発・教育等の事業を実施することにより、消費者被害の防止や持続可能な社会づくりへの参画等に対する消費者の意識を醸成することにつながることから、国民や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。	○	消費者問題に関する啓発・教育等の事業は、地方公共団体を含む各主体において実施されているものの、全国かつ集中的な取組を実施する観点から、「消費者月間」は、国として実施すべき事業である。	
	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。	○	消費者被害の防止や持続可能な社会づくりへの参画等に対する消費者の意識を醸成するための達成手段として、必要かつ適切な事業であり、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。	○	原則として、一般競争入札となっている。	
	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。	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。	○	消費者被害の防止や持続可能な社会づくりへの参画等に対する消費者の意識を醸成するため、国が実施すべき事業であることから、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。	○	原則として、一般競争入札となっているため、単位当たりのコスト等は妥当である。	
	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。	○	消費者被害の防止や持続可能な社会づくりへの参画等に対する消費者の意識を醸成するため、シンポジウムの開催、ポスターの制作等を行い、また、消費者支援活動に顕著な功績があった者を表彰する「消費者支援功労者表彰」を実施するなど、事業目的に即し真に必要なものに限定されている。	
	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)	-			
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。	○	会議を庁内で開催するなど、できる限り効率的、低コストで実施できるよう努めている。		
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。	○	消費者庁ウェブサイト「消費者への普及啓発」ページのアクセス数は着実に増加している。 (目標値は現在検討中)	
	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。	△	消費者月間事業の実施に当たっては、SNS等を活用した普及啓発等、他の手段・方法等が考えられるところ、それと比較して、都内で開催している消費者月間シンポジウムは、全国的な普及啓発という観点からは、効果が限定的である。	
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	消費者月間シンポジウムの会場やプログラム、消費者月間ポスターの製作部数は、前年度の実績を踏まえて検討を行っており、活動実績は見込みに見合ったものである。	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	作成した成果物は、消費者庁ウェブサイトに掲載し、活用を促している。	
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	消費者月間事業において、業者に委託して行うものは、原則として一般競争入札を行い、透明性、公平性を図っている。消費者月間ポスターの製作、関連事業実施の働き掛け等、効果的な施策を実施した一方で、主催イベントである消費者月間シンポジウムは、全国的な普及啓発という観点からは、効果が限定的である。		
	改善の方向性	引き続き効率的な執行に努めるとともに、より効果的な普及啓発の手段・方法を検討することとする。		

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	

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	0002,0018,0019,0020,0021,0022,0023	平成24年度	0007	平成25年度	0007
平成26年度	0008	平成27年度	0008	平成28年度	0008	平成29年度	0008
平成30年度	0007						
平成31年度	消費者庁 (0008)						

※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。



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.(株)スイミーデザインラボ		
	費目	使途	金額(百万円)	費目	使途	金額(百万円)
消費者政策調査費	平成31年度消費者月間事業運営等業務	8.2	消費者政策調査費	令和2年度「消費者月間」ポスター制作及び印刷業務	0.5	
計		8.2	計		0.5	
	C.(株)オーエムシー			D.		
	費目	使途	金額(百万円)	費目	使途	金額(百万円)
消費者政策調査費	令和2年度消費者支援功労者表彰等(選考)の運営支援業務	2.6				
計		2.6	計		0	

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	1012401002011	平成31年度消費者月間事業運営等業務	8.2	一般競争契約 (最低価格)	2	-	
2	飯野海運(株)	6010001008655	令和2年度消費者月間シンポジウムに係る会場借料のキャンセル料	0.7	その他	-	-	
3	稲木商工(株)	1010501000769	消費者月間啓発用懸垂幕の掲出業務及び消費者ホットライン横断幕へのデザイン追加	0.3	随意契約 (少額)	-	-	
4	(株)スズヤ	5030001067964	消費者月間シンポジウムにおける什器調達業務	0	随意契約 (少額)	-	-	

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	(株)スイミーデザインラボ	1011001069923	令和2年度「消費者月間」ポスター制作及び印刷業務	0.5	随意契約 (少額)	-	-	
2	(株)太陽美術	1011001013468	平成31年度「消費者月間」ポスターの梱包・発送	0.4	随意契約 (少額)	-	-	
3	(株)メトロアドエージェンシー	1010401067272	平成31年度「消費者月間」ポスター貼りに係る作業手数料	0.1	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)オーエムシー	1012401002011	令和2年度消費者支援功労者表彰等(選考)の運営支援業務	2.6	一般競争契約 (最低価格)	2	-	
2	(株)天賞堂	9010001050794	平成31年度消費者支援功労者表彰の記念品作成業務	0.5	随意契約 (少額)	-	-	