

令和2年度行政事業レビューシート (消費者庁)

事業名	普及啓発等			担当部局庁	消費者庁		作成責任者		
事業開始年度	平成21年度	事業終了 (予定)年度	終了予定なし	担当課室	表示対策課		課長 西川 康一		
会計区分	一般会計								
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	不当景品類及び不当表示防止法 食品衛生法 日本農林規格等に関する法律 家庭用品品質表示法 住宅の品質確保の促進等に関する法律 健康増進法 食品表示法 米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律			関係する 計画、通知等	消費者基本計画 第5章1(2)④、⑤、2(4)				
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)	不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)等の規定に基づく表示等に関する規制・制度について事業者に対して普及啓発すること等により、一般消費者の利益を確保する。								
事業概要 (5行程度以内。別添可)	・景品表示法等に係るガイドラインや違反事例の周知等による普及・啓発活動を実施し、事業者及び事業者団体における法令遵守の取組を積極的に支援する。 ・景品表示法違反の未然防止等の観点から、公正競争規約が積極的に活用され、適切な運用が行われるよう関連団体等を支援する。 ・家庭用品品質表示法について、品質表示を行う対象品目及び表示内容の標準に関する見直しの検討を行い、必要に応じて規程等の改正を行う。 ・住宅の品質確保の促進等に関する法律(住宅品質法)の規定に基づく住宅性能表示制度の普及を行うとともに、消費者のニーズや評価技術の進歩に応じた評価方法の充実を図る。								
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	89.3	93.8	89.5	81.9			
		補正予算	▲0.3	-	▲0.1	-			
		前年度から繰越し	-	-	-	-			
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-			
		予備費等	-	-	-	-			
	計		89	93.8	89.4	81.9	0		
	執行額		74.8	59.7	62.5				
執行率(%)		84%	64%	70%					
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)		84%	64%	70%					
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	47.4							
	非常勤職員手当	17.5							
	情報処理業務庁費	10							
	職員旅費	4.7							
	委員等旅費	1.6							
	その他	0.7	0						
	計	81.9	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
			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					
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	<p>本事業の目標は、景品表示法等の普及・啓発等の取組を通じて、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するような表示等を排除し、一般消費者の利益を確保することにある。</p> <p>本事業の成果は、事案の規模(対象商品・サービスに係る関係人の売上高や市場規模)、事案の将来性(対象商品・サービスが今後どの程度成長するか)といった、個々の事案ごとにその程度が異なる事情に基づいて計測されるものであり、定量的な指標を示すことは困難である。</p>		<p>積極的な普及・啓発活動に努めることで、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保することを定性的な目標とする。</p> <p>事業者団体が主催する説明会への講師派遣等を通じて景品表示法等に係る普及啓発にも努めるなど、一般消費者による自主的かつ合理的な選択の確保に向けた各種取組を行った。</p>					
	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
	事業者等に対して景品表示法に係る普及・啓発を行い、同法違反行為を未然に防止し、もって一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保する。 (事業者団体等からの要望等に基づいて、説明会等への講師派遣を行っているところ、要望数は状況によって変化するため、具体的な目標値を設定することは困難)	景品表示法に係る説明会等への講師派遣回数	実績	件	163	148	131	-	-
目標値			-	-	-	-	-	-	
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
	景品表示法説明会への講師派遣状況(講師派遣件数) (事業者団体等からの要望等に基づいて、説明会等への講師派遣を行っているところ、要望数は状況によって変化するため、具体的な目標値を設定することは困難)	活動実績	件	163	148	131	-	-	
		当初見込み	-	-	-	-	-	-	
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
	家庭用品品質表示法に係る説明会への講師派遣状況(講師派遣件数) (事業者団体等からの要望等に基づいて、説明会等への講師派遣を行っているところ、要望数は状況によって変化するため、具体的な目標値を設定することは困難)	活動実績	件	11	6	5	-	-	
		当初見込み	-	-	-	-	-	-	
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	
	本事業は、事業者団体等から要望に基づいて行っているところ、それぞれの説明会等に要したコストは様々であり、画一的に単位当たりコストを算出することは困難である。	単位当たりコスト	-	-	-	-	-	-	
		計算式	/	-	-	-	-	-	

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策	消費者保護										
	施策	広告表示の適正化										
	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	目標年度		
				実績値	件	163	148	131	-	-	-	-
				目標値	-	-	-	-	-	-	-	-
		景品表示法説明会への講師派遣状況(講師派遣件数)										
		定量的指標			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標	目標年度		
				実績値	件	11	6	5	-	-	-	-
			目標値	-	-	-	-	-	-	-	-	
	家庭用品品質表示法に係る説明会への講師派遣状況(講師派遣件数)											
定量的指標			単位	平成29年度	30年度	令和元年度	中間目標	目標年度				
		実績値	件	100	100	100	-	-	-	-		
		目標値	-	-	-	-	-	-	-	-		
インターネットにおける健康食品の広告への改善要請後の改善率(%) (改善された商品数/改善要請商品数)												
新経済・財政再生計画改革工程表 2019	取組事項	分野:	-									
	(第一階層) KPI	KPI (第一階層)			単位	計画開始時	元年度	2年度	中間目標	目標最終年度		
				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	元年度	2年度	中間目標	目標最終年度		
				成果実績	-	-	-	-	-	-	-	-
				目標値	-	-	-	-	-	-	-	-
				達成度	%	-	-	-	-	-	-	-

事業所管部局による点検・改善

			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。			○	一般消費者の自主的かつ合理的な選択を確保するためには、本事業によって表示の適正化を図っていくことが必要不可欠であり、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。			○	景品表示法等の普及・啓発や執行は、法律を所管し、これらについて中心的な役割を果たしている消費者庁(国)が直接実施する必要がある。
	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。			○	表示の適正化のためには、所管法令の普及・啓発を通じた違反行為の未然防止と厳正な法執行を通じた表示の是正が不可欠である。また、表示の適正化による一般消費者の合理的な選択確保は、消費者政策全体においても重要な役割を果たしており、優先度の高い事業である。
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。			○	例えば、当該事業を安全・確実かつ経済的に実施することができる事業者が他にいない場合を除き、一般競争入札の実施や随意契約の場合には複数の事業者から見積りを徴取するなど、競争性が確保されるように努めているところである。
	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。			有	
	受益者との負担関係は妥当であるか。			○	国が行うべき作業・役務を事業者等が提供したものであるから、当該実施について受益者に対価を与え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。			-	
	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。			○	所管する法律に係るパンフレットや講師派遣等の普及・啓発活動に係る費用など、本事業の費目・使途は、いずれも事業目的の達成のため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)			-	(一般競争入札の実施によって予定価格より廉価で落札されたり、契約後に生じた他律的な要因によって執行額(支払額)が当初の見込みより減るなどの場合があった。)
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。			○	前記のとおり定量的な成果目標・成果実績を示すことは困難であるものの、景品表示法の規定に基づく厳正な執行や同法に係る普及啓発という成果実績は、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を確保するという定性的な成果目標の達成に十分寄与しているものと考えられる。
	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。			-	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。			-	
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	令和元年度においては、景品表示法に係る説明会を131件行った。その時々の課題に応じて、景品表示法の考え方の普及啓発を図る際には、消費者のアンケート調査を実施したが、複数の事業者から見積りを取るなど、適正な支出に努めている。			
	改善の方向性	令和2年度においても、引き続き、景品表示法等の普及啓発に努める。引き続き、普及啓発に必要な費用が発生する場合には、複数の事業者から見積りを取るなど、適正な支出に努める。			

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

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	0014	平成25年度	0016
平成26年度	0016	平成27年度	0019	平成28年度	0020	平成29年度	0020
平成30年度	0021						
平成31年度	消費者庁 (0029)						

※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。

消費者庁
62.5百万円

A. 実態調査等に係る経費
29.8百万円

医薬基盤・健康・栄養研究所(随意契約)	20.0百万円
株オーエムシー(一般競争)	7.1百万円
株ネオマーケティング(随意契約)	1.5百万円
NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション株(随意契約)	0.8百万円
イー・ガーディアン株(随意契約)	0.4百万円

<表示実態調査等に係る経費>

B. 電子商取引表示調査員に係る経費
0.6百万円

(内訳)	
委員等旅費	0.2百万円
諸謝金	0.4百万円

<インターネット上の不当表示の調査・報告等>

※一般消費者にインターネット上の表示の監視を委嘱しているもの

C. 景品表示法執行NETの保守・運用等
3.4百万円

株TSP(一般競争)	2.0百万円
株DTS(一般競争)	1.4百万円

D. その他雑役務経費
28.7百万円

(内訳)	
非常勤職員	18.6百万円
職員旅費等	4.9百万円
雑役務費ほか(民間事業者15者)<随意契約>	5.2百万円

<景品表示法等に係る講師派遣旅費、雑役務費等>

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)

費目	A. 医薬基盤・健康・栄養研究所		B. 電子商取引表示調査員に係る経費	
	用途	金額(百万円)	費目	金額(百万円)
消費者政策調査費	表示に係る実態調査	20	謝金	インターネット上の不当表示の調査・報告等
				0.6
計		20	計	0.6
費目	C. 株TSP		D. その他雑役務経費	
	用途	金額(百万円)	費目	金額(百万円)
情報処理業務庁費	景品表示法執行NETの保守・運用	2	非常勤職員手当	資料作成等に係る補助業務
				18.6
計		2	計	18.6

費目・用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	医薬基盤・健康・栄養研究所	9120905002657	健康食品の機能性等に係るエビデンスのセカンドオピニオン事業	20	一般競争契約 (総合評価)			
2	(株)オーエムシー	9011101039249	インターネット等における健康食品等の虚偽・誇大広告の監視業務	7.1	一般競争契約 (最低価格)			
3	(株)ネオマーケティング	4011001046358	一般消費者の認識に係る調査事業	1.5	随意契約 (少額)			
4	NTTコム オンライン・マーケティング・ソリューション(株)	4013301021701	一般消費者の認識に係る調査事業	0.8	随意契約 (少額)			
5	イー・ガーディアン(株)	2010401066249	一般消費者の認識に係る調査事業	0.4	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	電子商取引表示調査員		インターネット上の不当表示の調査・報告等	0.6				

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)TSP	1011001014417	景品表示法執行NETの保守・運用	2	一般競争契約 (最低価格)			
2	(株)DTS	4010001123687	景品表示法に係る情報セキュリティ保全業務	1.4	一般競争契約 (最低価格)			

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	非常勤職員		資料作成等	18.6				
2	職員等旅費		景品表示法等に係る講師派遣対応等	4.9				
3	医薬基盤・健康・栄養研究所	9120905002657	「健康食品」の安全性・有効性データベース使用	2.5	随意契約 (その他)			
4	公益財団法人日本食品衛生協会	3011005000122	パンフレット版下作成(訪日外国人旅行者向け外食店におけるアレルギー等に関するコミュニケーションツール)	0.6	随意契約 (少額)			
5	一般財団法人ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会	7010005014509	パンフレットのユニバーサルコミュニケーションデザイン認証等(訪日外国人旅行者向け外食店におけるアレルギー等に関するコミュニケーションツール)	0.4	随意契約 (少額)			
6	(株)吉香	5010001031682	景品表示法の翻訳業務	0.4	随意契約 (少額)			
7	(株)TKC	5060001002844	判例検索等情報サービスの利用	0.3	随意契約 (少額)			
8	株式会社和光印刷	8011101022206	都道府県における景品表示法の施行状況(平成30年度)の印刷・製本	0.1	随意契約 (少額)			