

令和2年度行政事業レビューシート(消費者庁)

事業名	消費者団体訴訟制度の周知・広報			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	消費者制度課	課長 黒木 理恵	
会計区分	一般会計						
根拠法令 (具体的な条項も記載)	消費者契約法 消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律(以下「消費者裁判手続特例法」という。)			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5(1)①		
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)	消費者団体訴訟制度の適切かつ実効的な周知・広報活動を行うことにより、適格消費者団体等及び消費者団体訴訟制度の認知度を向上させ、消費者被害の未然防止や消費者被害の回復を図る。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	消費者団体訴訟制度の適切かつ実効的な周知・広報活動を行う。						
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	17	14.2	11.3	6.6	8.8
		補正予算	0	0	0	0	
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-
		予備費等	-	-	-	-	-
		計	17	14.2	11.3	6.6	8.8
	執行額	8.1	11.6	6.7			
	執行率(%)	48%	82%	59%			
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	48%	82%	59%				
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	6.6	8.8	平成28年10月から新たに導入された被害回復制度の運用が始まり出したことを踏まえ、制度の実効性をより向上させるため増加している。			
	計	6.6	8.8				

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 2 年度	
	令和2年度に適格消費者団体の認知度を30%に引き上げる。	適格消費者団体の認知度	成果実績		%	8.2	-	25.2	-	-
目標値				%	-	-	-	-	30	
達成度				%	27	-	84	-	-	
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	消費者庁「令和元年度消費者意識基本調査」									
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 2 年度	
令和2年度に特定適格消費者団体の認知度を25%に引き上げる。	特定適格消費者団体の認知度	成果実績		%	-	-	20.7	-	-	
		目標値		%	-	-	-	-	25	
		達成度		%	-	-	83	-	-	
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	消費者庁「令和元年度消費者意識基本調査」									
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 2 年度	
令和2年度に消費者団体訴訟制度の認知度を40%に引き上げる。	消費者団体訴訟制度の認知度	成果実績		%	13.9	-	22.6	-	-	
		目標値		%	-	-	-	-	40	
		達成度		%	35	-	57	-	-	
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	消費者庁「令和元年度消費者意識基本調査」									
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	
	消費者団体訴訟制度パンフレットの配布部数	活動実績		部数	28,818	32,000	29,438	-	-	
当初見込み			部数	30,000	30,000	30,000	30,000	-		
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		
	印刷製本費及び送付費用総計／消費者団体訴訟制度パンフレットの配布部数	単位当たりコスト		円	47.2	42.7	39.4	-	-	
計算式			円/部	1,359,104/28,818 1,366,070/32,000 1,159,383/29,438			-	-		
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	消費生活に関する制度の企画・立案・推進経費								
	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 2 年度	
		適格消費者団体の認知度	実績値		%	8.2	-	25.2	-	-
			目標値		%	-	-	-	-	30
		特定適格消費者団体の認知度	実績値		%	-	-	20.7	-	-
			目標値		%	-	-	-	-	20
		消費者団体訴訟制度の認知度	実績値		%	13.9	-	22.6	-	-
	目標値			%	-	-	-	-	40	

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。	○	消費者団体訴訟制度の周知・広報活動は、消費者基本計画や消費者裁判手続特例法の附則等において求められており、消費者被害の未然防止・消費者被害の回復という国民や社会のニーズを反映させた事業である。	
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	消費者庁が法令所管官庁及び許認可官庁であることから、制度の周知・広報を実施する責務がある。	
	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。	○	消費者団体訴訟制度の適切かつ実効的な周知・広報を行い、適格消費者団体等及び消費者団体訴訟制度の認知度を向上させることによって、消費者被害の未然防止や消費者被害の回復を図ることができる。また、消費者基本計画や消費者裁判手続特例法の附則等を踏まえ実施する事業であり、必要性・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。	○	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。	有		
	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。	-	-	
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	消費者団体訴訟制度パンフレットの配布部数の「単位当たりのコスト」は他と比べてもおおむね遜色ない。	
	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。	○	事業目的に直接につながる業務、又は必要な施策の検討のために事業目的に関連する指標を調査する業務以外の用途はない。	
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	○	不要率が20%を超えた理由は、「消費者団体訴訟制度等の広報業務」で落札額が想定を下回ったためであり、妥当である。	
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。	○	「消費者団体訴訟制度等の広報業務」において、平成30年度に作成した啓発動画を活用する等、できる限り効率的で低コストな事業の実施を図っている。		
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。	△	目標(令和2年度)と令和元年度の成果実績を比較検討すると、3つの成果指標のうち、「適格消費者団体の認知度」及び「特定適格消費者団体の認知度」は十分な成果実績を得ているといえるものの、「消費者団体訴訟制度の認知度」は十分な成果実績を得ているとはいえない。	
	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。	○	活動指標のうち、各年度の「当初見込み」を記載している「消費者団体訴訟制度パンフレットの配布部数」について、過去の「活動実績」に鑑みると今年度の「当初見込み」は妥当である。	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	平成30年度に作成した啓発動画を活用して令和元年度の消費者団体訴訟制度の周知・広報活動を行った。	
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)	○	適格消費者団体等に対する支援事業は、適格消費者団体等が差止請求業務等の業務を円滑に実施できるよう支援するため実態調査を行うとともに、団体間の情報共有や連携を促すための取組を行うものである。一方、消費者団体訴訟制度の周知・広報は、パンフレットの配布等の消費者にアプローチする方法で、消費者団体訴訟制度の認知度の向上を図るものである。適格消費者団体等に対する支援と消費者団体訴訟制度の周知・広報では、上記のように事業の内容が異なっており、また双方が消費者被害の未然防止・被害回復を図るために不可欠であるため、これら2事業は適切に役割分担されているといえる。	
	所管府省名	事業番号		事業名
	消費者庁	0009		適格消費者団体等に対する支援
点検・改善結果	点検結果	「国費投入の必要性」及び「事業の効率性」は満たしているものの、「事業の有効性」で成果目標を達成していない成果指標があった。		
	改善の方向性	成果目標達成のために、引き続き、消費者団体訴訟制度の周知・広報活動を行う。		

外部有識者の所見

○アウトカムの成果指標として掲げられている「認知度」の概念の明確化が不十分であり、計測方法と共に、内容を精査していく必要がある。また、認知度の向上により消費者の行動がどのように変わるのか、という点を検討・研究した上で、新たなアウトカムの設定も検討すべきではないか。

○認知度の向上に向けては、周知・広報の内容を、本制度の概要や団体自体とするのではなく、一般消費者にとって自らの利害との関わりを実感できるような、本制度の活用によって消費者被害の未然防止や被害回復が図られた実例、実際の差止事例や被害回復例とするなど、重点をシフトすべきではないか。

○周知・広報の手段として、PR動画とパンフレットが挙げられているが、SNSの活用等、その他の手段についても検討が必要ではないか。

行政事業レビュー推進チームの所見

一部  
改善  
の  
事業  
内容

外部有識者の所見を踏まえ、新たな成果目標及び適切な指標(アウトカム及びアウトプット等)の設定について検討すべき。また、これまでの執行実績や成果実績を踏まえ、周知・広報を行う対象者を明確化するなど、一般消費者に向けた情報発信の在り方を含め、効果的な事業の実施並びに成果の創出に向けて、内容・規模の検討を図ること。

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況

改善  
年  
度  
内  
検  
査

消費者等がその法律、制度等の名称を知っていることをもって「認知度」と判断する「認知度」の測り方とならないように各法律、制度等の事情に応じて、数値の根拠としている調査における質問内容を工夫しており、御指摘を踏まえ引き続き成果目標及び指標について検討していく。また、今年度はSNSを活用して個別事例の周知等を実施している。情報発信の在り方についても個別事例の蓄積を踏まえ適切に検討していく。

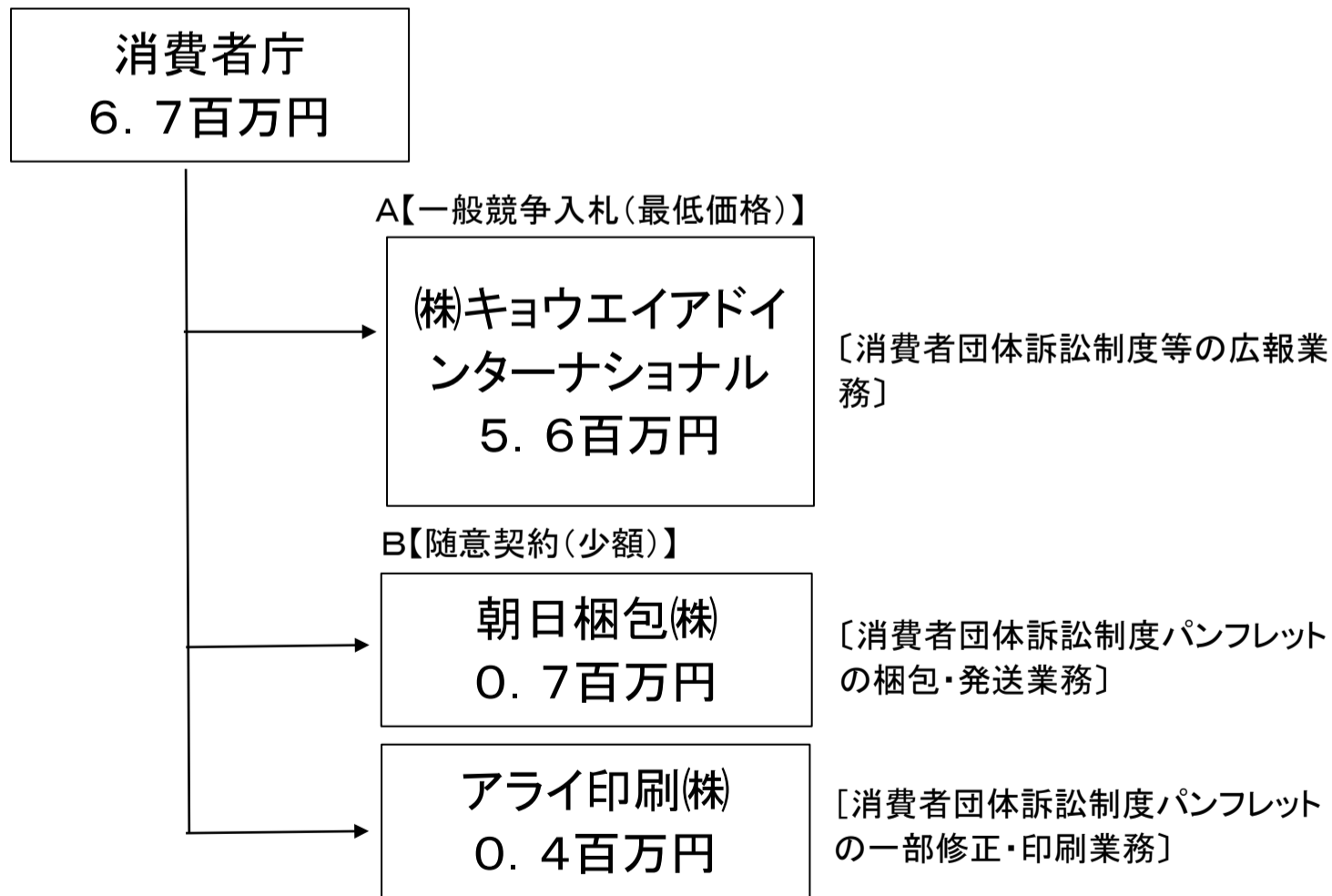
備考

関連する過去のレビューシートの事業番号

平成22年度	0016~0020	平成23年度	0009~0011	平成24年度	0004	平成25年度	0004
平成26年度	0005	平成27年度	0005	平成28年度	0005	平成29年度	0005
平成30年度	0005						
平成31年度	消費者庁 ( 0006 )						

※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)



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.			B.		
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	消費者団体訴訟制度等の広報業務	5.6	消費者政策調査費	消費者団体訴訟制度パンフレットの梱包・発送業務	0.7
			消費者政策調査費	消費者団体訴訟制度パンフレットの一部修正・印刷業務	0.4
計		5.6	計		1.1

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)キョウエイアドイン ターナショナル	4011101005486	消費者団体訴訟制度等の 広報業務	5.6	一般競争契約 (最低価格)	5	-	-

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	朝日梱包(株)	5430001028785	消費者団体訴訟制度パン フレットの梱包・発送業務	0.7	随意契約 (少額)	-	-	-
2	アライ印刷(株)	6010901000777	消費者団体訴訟制度パン フレットの一部修正・印刷業 務	0.4	随意契約 (少額)	-	-	-