

事業番号 2021 - 消費 - 20 - 0021

令和3年度行政事業レビューシート (消費者庁)

事業名	リコール情報周知の推進			担当部局庁	消費者庁	作成責任者	
事業開始年度	平成26年度	事業終了 (予定)年度	終了予定なし	担当課室	消費者安全課	課長 鮎澤 良史	
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(令和3年6月15日閣議決定) 第5章1(1)② 消費者基本計画工程表(令和3年6月15日改定) I(1)②ウ		
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)	行政機関等が公表した回収情報及び事業者の自主回収等の情報(以下「リコール情報」という。)を消費者に提供することにより、リコール製品による消費者 事故の発生・拡大防止を図る。						
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	消費生活に関するリコール情報を収集し、分野横断的にリコール情報を提供するプラットフォームとして「消費者庁リコール情報サイト(平成24年4月1日から 運用)」を運営し、消費者にリコール情報を周知することにより、リコール製品による消費者事故の発生・拡大防止を図るとともに、消費者が自主的にリコール 情報を入手し自ら行動することの重要性や、製品の安全性等について理解できるような取組を実施する。						
実施方法	委託・請負						
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度要求
	予算 の状 況	当初予算	11	8	9	5	
		補正予算	-	-	-	-	
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	
		予備費等	-	-	-	-	
	計		11	8	9	5	0
	執行額		11	2	1		
執行率(%)		100%	25%	11%			
当初予算+補正予算に対す る執行額の割合(%)		100%	25%	11%			
令和3・4年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	令和3年度当初予算	令和4年度要求	主な増減理由			
	情報処理業務庁費	3					
	消費者政策調査費	2					
	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	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度
	消費者が製品等のリコール情報を確認することで、リコール製品による事故の発生・拡大防止が図れるよう、リコール情報サイトへのアクセスを前年度を上回る数値とする。	消費者庁リコール情報サイトへのアクセス数		成果実績 万件 4,800 目標値 万件 - 達成度 %-	1,257	1,325	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	※ 平成30年8月に、消費者庁におけるウェブサイトアクセス件数の集計方法が変更されたため平成30年度と令和元年度の対比はできない。そのため、平成30年度及び令和元年度の成果指標の目標値を明示することができない。なお、平成30年度の内訳は、平成30年4月～7月:約3,960万件、平成30年8月～平成31年3月:約840万件となっている。 ※ 集計方法が同じ期間(平成30年度(平成30年8月～平成31年3月)と令和元年度)の1か月当たりの平均で対比すると、平成30年度:約105万件、令和元年度:約104万件となっている。							
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30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度
	消費者庁リコール情報サイトにおけるリコール情報メール配信サービスの登録件数を増加を目指す。	リコール情報メール配信サービスの登録件数(年度末時点)		成果実績 件 8,295 目標値 件 8,064 達成度 %-	9,327	9,689	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	消費者基本計画工程表							
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30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度
	リコール対象製品による重大事故等の件数の減少を目指す。	リコール製品に関する消費者安全法に基づく重大事故等の通知		成果実績 件 18 目標値 件 - 達成度 %-	31	24	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	消費者安全法の重大事故等に係る公表							
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30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度
	リコール対象製品による重大製品事故の件数の減少を目指す。	リコール製品に関する消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の報告件数		成果実績 件 64 目標値 件 - 達成度 %-	124	95	-	-
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	消費生活用製品の重大製品事故の公表							
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標	活動実績 当初見込み	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	消費者庁リコール情報サイトに新たに追加したリコール情報の件数			1,333	1,388	1,100	-	-
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標	活動実績 当初見込み	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度 活動見込	4年度 活動見込
	リコール情報メールの配信数			243	239	241	-	-
単位当たり コスト	算出根拠	単位当たり コスト 計算式	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	リコール情報サイトのメール配信サービスにおける登録数は、リコール情報周知強化の取組による総合的な成果であり、特定の予算執行との対応関係を設定することは困難。			-	-	-	-	-
単位当たり コスト	算出根拠	単位当たり コスト 計算式	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	リコール情報の登録件数は、事業者の実施するリコール等の状況により変動するものであり、特定の予算執行との対応関係を設定することは困難。			-	-	-	-	-
単位当たり コスト	算出根拠	単位当たり コスト 計算式	単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込	
	リコール情報メールの配信作業は、内製化しており、単位当たりのコストは算出できない。			-	-	-	-	-

政策評価	政策	消費者政策の推進										
	施策	消費者の安全確保のための施策の推進										
	測定指標	定量的指標			単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度		
				実績値	万件	105	105	110	-	-	-	-
				目標値	件	-	-	-	-	-	-	-
		当該年度の1か月当たりの平均アクセス数										
		定量的指標			単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度		
				実績値	件	8,295	9,327	9,689	-	-	-	-
				目標値	-	-	-	-	-	-	-	-
		メール配信サービスの登録件数(年度末時点)										
定量的指標			単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度				
		実績値	件	18	31	24	-	-	-	-		
		目標値	-	-	-	-	-	-	-	-		
リコール製品に関する重大事故等の通知												
定量的指標			単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	中間目標	目標年度				
		実績値	件	64	124	95	-	-	-	-		
		目標値	-	-	-	-	-	-	-	-		
リコール製品に関する重大製品事故の報告件数												
<p>リコール情報の周知強化により、リコール製品による事故の発生、拡大防止を図るとともに、消費者が自主的に情報を入手し行動する必要性や製品の安全性等について理解できるような取組を推進することで、消費者の安全確保のための施策の推進に寄与する。</p>												
新経済・財政再生計画改革工程表 2020	取組事項	分野:	-									
	(第一階層) KPI	KPI (第一階層)			単位	計画開始時	2年度	3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	2年度	3年度	中間目標	目標最終年度		
				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

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。	○	消費者が安全・安心に暮らすため、消費者事故を防ぐ各種の取組は重要であり、広く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。	○	消費者の生命・身体の安全に関わるものであり、国が安全確保に向け、全国統一的に行われるべき事業である。
	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。	○	消費者の生命・身体の安全に関わるものであり、消費者が安全・安心に暮らすために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。	○	契約については、一般競争入札を基本とすることにより、競争性を確保している。
	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。	○	国が実施する事業を民間に委託して行っているため負担関係は妥当。
	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。	○	真に必要な取組への支出に限定している。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。(理由を右に記載)	○	一般競争入札を行った結果、想定していた価格を下回る価格で落札されたため。
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。	○	日常的に行うリコール情報の登録やメール配信作業を内製化し、費用の削減に努めている。	
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。	○	注意喚起特集ページの更新、製品画像の掲載等、分かりやすい情報発信に努め、前年度を上回るアクセス数を得た。
	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。	○	リコール情報の周知について、低コストで実施可能な手順・方法で実施している。
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	あらかじめ活動見込みを示すことは困難な面もあるが、リコール情報メールサービスの登録者数について、見込み以上の結果を得た。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	リコール情報を注意喚起に活用するとともに、消費者庁ウェブサイトへの掲載やツイッター配信等を行い広く消費者に周知し、多数のアクセスを得ている。
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		<ul style="list-style-type: none"> ・リコール対象の製品による消費者事故が発生している現状を踏まえ、リコール情報が消費者に行き届くような情報発信に努めるとともに、消費者に使いやすいサイト構築、特集テーマの選定に努めた。 ・アウトカム指標としてリコール製品に関する消費者安全法に基づく重大事故等の通知件数及び消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の報告件数を加えた。 ・政策評価の測定指標をリコール情報サイトへの1か月当たりの平均アクセス数、メール配信サービスの登録件数、リコール製品に関する消費者安全法に基づく重大事故等の通知件数及び消費生活用製品安全法に基づく重大製品事故の報告件数に変更した。 ・製品が国境を越えて多く流通している現状を踏まえ、OECD向けに我が国のリコール情報を提供し、国際協力の推進に努めた。
	改善の方向性		<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き、当該サイトを活用した消費者への情報提供を行い、製品による消費者事故等の発生・拡大防止を図る。 ・当該サイトが更に活用されるよう、関係機関と連携したサイトの周知を実施する。 ・事業の効率性については、一般競争入札を基本とした業者選定を行うとともに、真に必要な取組に限定し効率的な予算執行に努める。

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

○消費者庁リコール情報サイト
<https://www.recall.caa.go.jp/>

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	新26-0002			
平成27年度	0017			
平成28年度	0018			
平成29年度	0018			
平成30年度	0018			
令和元年度	消費者庁 - 0019			
令和2年度	消費者庁 - 0022			

※令和2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。



