

事業番号 2021 - 消費 - 20 - 0005

令和3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4年度	担当課室	消費者政策課			課長 吉田 恭子	
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2年3月31日)第4章(1) 消費者基本計画工程表(令和2年7月7日) I(4)⑧ III(1)⑪				
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の進展・加速化等を踏まえ、消費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を行い、本取組の結果を踏まえ、全国の消費生活相談において実施がなされるための環境整備を図る。								
事業概要 (5行程度以内。別添可)	加速する消費者のデジタル化への対応の一つとして、消費者にとって消費生活相談をしやすい環境の整備を図るため、複数の自治体をフィールドとして、SNSを活用した消費生活相談窓口を試験的に設置し、研究会の成果を踏まえ検証する。								
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	16	12	27	30	45		
		補正予算	-	-	-	-	-		
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-		
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-		
		予備費等	-	-	-	-	-		
	計		16	12	27	30	45		
	執行額		2	10	18	-		-	
執行率 (%)		13%	83%	67%	-		-		
当初予算+補正予算に対する執行額の割合 (%)		13%	83%	67%	-		-		
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					
	消費者政策調査費	27	42	「消費政策調査費」については、経済社会のデジタル化や成年年齢の引下げも踏まえ、若者をはじめ多様な消費者がSNS等の様々なチャネルを通じて消費生活相談ができる環境の整備について検討するため拡充している。					
	委員等旅費	2	2						
	職員旅費	0.6	0.4						
	諸謝金	0.2	0.5						
	計	30	45						
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
	SNSを活用した消費生活相談のニーズ把握	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	件	-	33	79	-	-
			目標値	件	-	25	66	-	-
			達成度	%	-	132	119.7	-	-
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)								
活動指標及び 活動実績 (アウトプット)	活動指標		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	
	SNS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	2	-	-	
当初見込み		件	0	1	2	3	-		
単位当たり コスト	算出根拠		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	3年度活動見込		
	本事業に要した費用 / SNS相談に関する調査・実証実験等の実施分野数	単位当たり コスト	百万円/件	-	10	9	10		
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	18/2	30/3		

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	消費者政策の企画・立案・推進及び調整									
	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 - 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)						
		消費者が活用しやすい消費生活相談に関する検討状況	消費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在り方について検討を行う。		令和2年度	SNSを活用した消費生活相談の在り方について検討を進める。					
						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										
	消費者が消費生活相談をしやすい環境が確保されるように消費生活相談手段の多様化を図ることを検討することにより、消費者の利益の擁護及び増進に大きく貢献する。										

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、近年、主に若者を中心に日常のコミュニケーションツールとして利用が増加している、SNSに焦点を当て、消費生活相談への応用と実現可能性、及びその在り方について検討・検証を行う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。			○	一般競争入札(総合評価方式)を採用することで競争性の確保に努めている。また、複数者に見積りを依頼し、公示期間を約1か月確保し、複数者に入札への参加を呼び掛けている。なお、一者応札の要因を分析し、公募要件の緩和も含め、入札しやすい改善を行う。
	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。			○	SNS相談の試行に係る費用は、国が実施すべき施策を民間事業者へ委託しているものであることから、本事業に係る必要経費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等、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)			○	新型コロナウイルス感染症の拡大による緊急事態宣言において、各自治体への接触・打診等が図れず、事業(試行実施)の期間が当初想定より短くなったため。
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。			○	複数業者から見積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。	
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。			○	消費者が相談しやすい環境を確保する観点から、研究会の結果を踏まえ、SNSを活用した消費生活相談について更に検討を行い、SNSにおける消費生活相談対応マニュアル(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。			○	当初見込み同程度の活動実績を上げている。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。			○	実証実験の結果について、消費者庁ウェブサイトへの掲載や関係者への情報提供を行うなど、広く周知に努めている。
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		



