

	令和5年度行政事業レビューシート					(消費者庁)	
事業名	表示適正化のための普及・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 高居良平
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	○消費者基本計画工程表(令和4年6月15日消費者政策会議決定)施策番号Ⅰ(2)④ア、Ⅱ(4)②、Ⅱ(4)③ ○「経済財政運営と改革の基本方針2022 新しい資本主義へ～課題解決を成長のエンジンに変え、持続可能な経済を実現～」(骨太方針2022)(令和4年6月7日閣議決定・抜粋)第3章の3 ○新しい資本主義フォローアップ(令和4年6月7日閣議決定・抜粋)Ⅰ. の4. (2)		
政策	消費者政策の推進			主要経費	その他の事項経費		
施策	消費者庁表示対策の推進						
政策体系・評価書URL	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/						
事業の目的 (5行程度以内)	景品表示法を始めとする所管法令について、講演会等への講師派遣による事業者等への普及・啓発、事業者等からの相談対応等の法令遵守の取組支援、インターネット上の表示についての監視を行うなど、違反行為の未然防止等を図ることにより、一般消費者の利益を保護する。						
現状・課題 (5行程度以内)	・近年、SNSを含めインターネット広告を掲載できる表示媒体の増加を通じて、インターネット広告市場の規模が拡大している。その結果、措置におけるインターネット広告の割合が年々増加する中、当庁に寄せられる法違反に係る申告件数も、毎年1割程度の増加が続いている。しかしながら、急増する申告件数に対して調査を行うリソースの増加が追いついておらず、対応できない事案が年々増加する傾向にある。インターネット広告市場の拡大が今後も予想される中で、引き続きそのような傾向が続くものと考えられる。そこで、このような状況に対応するため、不当表示への厳正な法執行に加え、不当表示の未然防止にも注力することにより、不当表示を減少させることが重要である。 ・具体的には、不当表示の未然防止策として、景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣することなどとして、同法の普及啓発を図るとともに、事業者等からの相談に対応するなど法令遵守の取組を支援することにより、違反行為の未然防止を行う。また、今年度からは、講演を受けた事業者に対して「今後どのように活用するか」を聞き取ることにより、講演内容をどの程度未然防止に活用したかを把握して、活用割合を高めるような講演内容とするよう必要な見直しをするなど、更なる未然防止に向けた取組を行う。さらに、インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、違反を未然に防止するための体制を構築する。						
事業概要 (5行程度以内)	・景品表示法、家庭用品品質表示法及び住宅品質確保法についての普及・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。 ・インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、効率的に監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。						
事業概要URL							
実施方法	直接実施、委託・請負						
補助率等							
予算額・ 執行額 (単位:百万円) (インプット)			令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度要求
	予算の 状況	当初予算(A)	82	82	70	117	158
		補正予算(B)	17	39	-	-	
						-	
						-	
						-	
						-	
						-	
		前年度から繰越し(C)	-	17	40	-	-
		翌年度へ繰越し(D)	▲ 17	▲ 40	-	-	
		予備費等(E)	-	-	-	-	
	計(F) =(A)+(B)+(C)+(D)+(E)	82	98	110	117	158	
	執行額(G)		65	72	107.8		
	執行率(%) =(G)/(F)		79%	73%	98%		
	当初予算＋補正予算に対する執行額の割合(%) =(G)/[(A)+(B)]		66%	60%	154%		
令和5・6年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算項・目		令和5年度当初予算	令和6年度要求	主な増減理由(・要望額・予備費)		
	(項)				【主な増減理由】 不当表示の未然防止活動の拡充・強化のための経費増		
	(目)	消費者政策調査費	84	119			
	(目)	非常勤職員手当	23	23	【要望額】 令和6年度要求における要望額59百万円		
	(目)	情報処理業務庁費	4	3			
	(目)	職員旅費	3	10			
	(目)	諸謝金	2	2			
	(目)	委員等旅費	1	1			
		その他		▲ 0			

		計(A)	117	158						
活動内容① (アクティビティ)		事業者団体、消費者団体及び地方公共団体等が主催する景品表示法等に関する講演会等に講師派遣を行い、同法等の普及啓発活動を行う。								
↓										
活動目標及び活動実績 ① (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		景品表示法等に関する講演会等へ講師を派遣するなどして、同法等の普及啓発を行う。	講師派遣件数	活動実績	件数	76	101	172		
				当初見込み	-	-	-	-		
↓	成果目標①-1の 設定理由 (アウトプットからのつながり)	参加者にとって分かりやすい講演会等が実施される。								
成果目標及び成果実績 ①-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度	
		講演会等の参加者が、景品表示法等について理解する。	講演会等参加者の講演内容の理解度	成果実績	-	83	84	97	-	
				目標値	-	100	100	100	-	
				達成度	%	83	84	97	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		講演会等の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果によれば、令和4年度に実施した講演会等の内容について、参加者の高い理解度が得られた。								
↓	成果目標①-2の 設定理由 (短期アウトカムからのつながり)	講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。								
成果目標及び成果実績 ①-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度	
		講演会等へ参加した事業者が、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう、講演内容について活用することにより、違反行為の未然防止が図られる。	講演会参加者の未然防止への活用度	成果実績		-		86	-	
				目標値		-		100	-	
				達成度	%	-	-	86	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		講演会等の参加者から提出された講演内容についてのアンケート結果によれば、令和4年度に実施した講演会等の内容について、参加者から、自らの商品・サービスについての表示において不当表示が発生しないよう活用できる内容であったとの評価(高い活用度)が得られた。								
↓	成果目標①-3の 設定理由 (長期アウトカムへのつながり)	講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。								
成果目標及び成果実績 ①-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 年度	
		講演会等によって、参加者が景品表示法等について理解するとともに、理解した内容を自らの商品・サービスについての表示における違反行為の未然防止に活用することにより、消費者利益が確保される。	-	成果実績	-	-	-	-	-	
				目標値	-	-	-	-	-	
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		講演会等の内容について、理解度及び活用度ともに高い評価が得られ、景品表示法等の普及啓発の点から消費者利益の確保に努めた。								
アウトカム設定について の説明		アクティビティ①について定性的なアウトカムを設定している理由								
		景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを提供する全ての事業者(国民)は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者(及び消費者)の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。ただし、結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であり、また、本アクティビティとの直接の因果関係を確認することも困難であることから、講演会等に参加した事業者等の理解度等、代替的な数値で定性的に効果を把握せざるを得ず、定量的なアウトカムを設定することは困難である。								
		アクティビティ①についてアウトカムが複数設定できない理由								

活動内容② (アクティビティ)		景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する								
↓										
活動目標及び活動実績 ② (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		景品表示法等に関する事業者等からの適正な表示に関する相談へ対応する。	相談対応件数	活動実績	件数	22,026	21,622	21,074		
				当初見込み	-	-	-	-		
↓	成果目標②-1の 設定理由 (アウトプットからのつながり)	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。								
成果目標及び成果実績 ②-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度	
		事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示について、景品表示法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。	-	成果実績	-	-	-	-	-	-
				目標値	-	-	-	-	-	-
				達成度	%	-	-	-	-	-
成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)/定性的なアウトカムに関する成果実績		相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和4年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行った。								
↓	成果目標②-2の 設定理由 (短期アウトカムからのつながり)	事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。								
成果目標及び成果実績 ②-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度	
		事業者等が相談を行うことにより、景品表示法等に関する知識・理解が深まり、相談対象以外の表示についても、同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られる。	-	成果実績						
				目標値						
				達成度	%	-	-	-	-	-
成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)/定性的なアウトカムに関する成果実績		相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和4年度においても同等の水準となり、不当表示の未然防止のために積極的に相談対応を行い、相談者の景品表示法等の理解の促進に努めた。								
↓	成果目標②-3の 設定理由 (長期アウトカムへのつながり)	事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。								
成果目標及び成果実績 ②-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 年度	
		事業者等が相談を行うことにより、直接的な相談の対象となった表示についての適正化が図られるとともに、事業者の景品表示法等に関する知識・理解が深まることにより、相談対象以外の表示についても同法等の観点からの適正化・違反行為の未然防止が図られることになり、消費者利益の確保が図られる。	-	成果実績						
				目標値						
				達成度	%	-	-	-	-	-
成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)/定性的なアウトカムに関する成果実績		相談対応件数については、例年高い水準にあるが、令和4年度においても同等の水準となり、消費者利益の確保に努めた。								
アウトカム設定についての説明		アクティビティ②について定性的なアウトカムを設定している理由								
		景品表示法等は、あらゆる商品・サービスが対象とされ、商品・サービスを提供する全ての事業者(国民)は同法等の遵守が求められている。このため、本アクティビティによって、事業者(及び消費者)の同法等についての理解を深めていくことは不当表示の未然防止に当然に資するものである。ただし、結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であり、また、本アクティビティとの直接の因果関係を確認することも困難であることから、相談に対応した件数によって定性的に効果を把握せざるを得ず、定量的なアウトカムを設定することは困難である。								
		アクティビティ②についてアウトカムが複数設定できない理由								

活動内容③ (アクティビティ)		インターネット上の虚偽・誇大表示などの健康増進法の不当表示の可能性のある表示について監視を行い、事業者の自主的な意思の下での改善を図り、違反を未然に防止する。								
↓										
活動目標及び活動実績 ③ (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
		インターネット上の虚偽・誇大表示などの不当表示の可能性のある表示について、監視を行う。	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品数	活動実績	商品数	2,000	2,000	2,000	-	-
				当初見込み	商品数	2,000	2,000	2,000		
↓	成果目標③-1の 設定理由 (アウトプットからのつながり)	委託事業者によるインターネット監視の結果、消費者庁が確認対象とした商品のうち、不当表示となるおそれがあると判断された商品について、改善要請が行われることにより、表示の改善が図られる。								
成果目標及び成果実績 ③-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度	
		改善要請が行われた商品の表示について、改善が図られる。	-	成果実績	-	-	-	-	-	
				目標値	-	-	-	-	-	
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)/定性的なアウトカムに関する成果実績		消費者庁が不当表示となるおそれがあると判断された商品について、改善要請を実施した。(令和2年度:473商品、令和3年度:760商品、令和4年度:810商品)。								
↓	成果目標③-2の 設定理由 (短期アウトカムからのつながり)	改善要請が行われることにより、事業者の健康増進法についての知識・理解が深まり、改善要請が行われた商品以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。								
成果目標及び成果実績 ③-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度	
		改善要請が行われることにより、事業者の健康増進法についての知識・理解が深まり、改善要請が行われた商品以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止が図られる。	-	成果実績	-	-	-	-		
				目標値	-	-	-	-		
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)/定性的なアウトカムに関する成果実績		改善要請が行われることにより、事業者の健康増進法についての知識・理解が深まり、改善要請が行われた商品以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止に努めた。								
↓	成果目標③-3の 設定理由 (長期アウトカムへのつながり)	改善要請が行われることにより、改善要請の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法についての知識・理解が深まり、改善要請が行われた商品以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。								
成果目標及び成果実績 ③-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 年度	
		改善要請が行われることにより、改善要請の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法(景品表示法)についての知識・理解が深まり、改善要請が行われた商品以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られ、消費者利益の確保が図られる。	-	成果実績	-	-	-	-	-	
				目標値	-	-	-	-	-	
				達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名(出典)/定性的なアウトカムに関する成果実績		改善要請が行われることにより、改善要請の対象となった表示について改善が図られるとともに、事業者の健康増進法についての知識・理解が深まり、改善要請が行われた商品以外の表示についての適正化・違反行為の未然防止も図られることを通じて、消費者利益の確保に努めた。								
アウトカム設定についての説明		アクティビティ③について定性的なアウトカムを設定している理由								
		結果としてどの程度の不当表示が実際に未然に防止されたかどうかを測定することは困難であり、また、本アクティビティとの直接の因果関係を確認することも困難であることから、定量的なアウトカムを設定することは困難である。								
		アクティビティ③についてアウトカムが複数設定できない理由								

[illegible]

令和3年度	2021	消費	20	0025															
令和4年度	2022	消費	21	0022															

消費者庁

107.8百万円

【随意契約(公募)等】

A. 表示実態調査等受注事業者（8者）

45.2百万円

〔表示実態調査等に係る経費〕

【一般競争契約(最低価格)等】

B. 情報システム保守・運用受注事業者（3者）

13.1百万円

〔景品表示法執行NET等の保守・運用〕

【その他】

C. 職員（35名）

30.9百万円

〔景品表示法等の運用に係る給与及び旅費等〕

【随意契約(その他)】

D. 民間事業者（25者）

15.7百万円

〔景品表示法等の運用に係る消耗品費・借料及び損料・雑役務費等〕

【その他】

E. 有識者（62名）

2.9百万円

〔法制度検討会等の出席委員等に対する旅費・謝金等〕

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・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	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	21.4	情報処理業務庁費	景品表示法の端緒活動に係るインターネット閲覧環境構築及び機器貸借並びに運用保守等業務	8
計		21.4	計		8
C.			D.		
費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
非常勤職員手当	景表法等運用に係る非常勤職員Aの年間給与	5.9	消費者政策調査費	サイト差分チェックツール「cervn(サーブン)」のサービス利用	2.2
計		5.9	計		2.2
E.			F.		
費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
委員等旅費	法制度検討会等の出席委員等に対する旅費・謝金等	0.6			
計		0.6	計		
G.			H.		
費 目	使 途	金 額 (百万円)	費 目	使 途	金 額 (百万円)
計			計		

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	国立研究開発法人医薬基盤・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	21.4	随意契約(その他)			
2	オリバーワイマングループ株式会社	6010001077295	推奨表現(endorsement)の消費者意識調査及びその結果を踏まえた経済分析の実施	9	指名競争契約(総合評価)	2		
3	株式会社クロス・マーケティング	9010001086351	ステルスマーケティングに関する世界各国(英国・フランス・ドイツ・カナダ・豪州)における実態調査	4.4	一般競争契約(総合評価)	3		
4	シエンプレ株式会社	3010401082204	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	4.3	一般競争契約(最低価格)	2		
5	LIDDELL株式会社	8010401114695	インフルエンサー向けアンケート調査	1	随意契約(少額)			
6	楽天インサイト株式会社	8010701019594	男性向け健康食品に関するアンケート調査	1	随意契約(少額)			
7	楽天インサイト株式会社	8010701019594	若年層のインターネット広告(SNS広告)の表示に対する、合理的な判断の程度に関するアンケート調査	1	随意契約(少額)			
8	楽天インサイト株式会社	8010701019594	中高年のインターネットやSNSを通じた健康食品の購入状況に関する調査	1	随意契約(少額)			
9	楽天インサイト株式会社	8010701019594	女性向けコンプレックス商材に関するアンケート調査	0.9	随意契約(少額)			
10	株式会社アスマーク	2010901015886	新しい生活様式の下でのECサイトにおいて消費者が重要視している表示内容等に関するアンケート調査	0.9	随意契約(少額)			
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

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	株式会社DTS	9010401018458	景品表示法の端緒活動に係るインターネット閲覧環境 構築及び機器賃貸並びに運用保守等業務	8	一般競争契約 (最低価格)	1		
2	国立研究開発法人医薬基盤・ 健康・栄養研究所	9120905002657	「健康食品」の安全性・有効性情報データ ベース使用経費	3.7	随意契約(その 他)			
3	株式会社ジャパン・コンピュー タ・テクノロジー	1010401092989	景品表示法執行NETシステムの運用保守 等業務	1.4	一般競争契約 (最低価格)	3		
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

	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	職員A(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	5.9	その他			
2	職員B(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	5.2	その他			
3	職員C(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	5.1	その他			
4	職員D(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	4.9	その他			
5	職員E(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	4	その他			
6	職員F(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	3.7	その他			
7	職員G(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	0.2	その他			
8	職員H(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	0.2	その他			
9	職員I(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	0.2	その他			
10	職員J(個人)		景品表示法等の運用に係る 非常勤職員給与及び旅費等	0.2	その他			
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

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	株式会社キーウオーカー	6010401058119	サイト差分チェックツール「cervn (サーブン)」のサービス利用	2.2	随意契約(その他)			
2	クリエイティブ・ファクトリー株式会社	3011301024114	景品表示法検討会第7回～第10回」の運営支援業務	1.8	一般競争契約 (最低価格)	2		
3	株式会社ディーワークス	4010501024410	ステルスマーケティング検討会第7回会議運営業務	0.8	随意契約(少額)			
4	株式会社ディーワークス	4010501024410	ステルスマーケティング検討会第8回会議運営業務	0.7	随意契約(少額)			
5	株式会社ディーワークス	4010501024410	ステルスマーケティング検討会第5回会議運営業務	0.7	随意契約(少額)			
6	株式会社ディーワークス	4010501024410	ステルスマーケティング検討会第6回会議運営業務	0.7	随意契約(少額)			
7	株式会社ディーワークス	4010501024410	ステルスマーケティング検討会第2回会議運営業務	0.7	随意契約(少額)			
8	株式会社ディーワークス	4010501024410	ステルスマーケティング検討会第1回会議運営業務	0.7	随意契約(少額)			
9	株式会社ディーワークス	4010501024410	「第6回景品表示法検討会」の運営支援業務	0.6	随意契約(少額)			
10	株式会社ディーワークス	4010501024410	ステルスマーケティング検討会第4回会議運営業務	0.6	随意契約(少額)			
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								

E

	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	有識者A(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.6	その他			
2	有識者B(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.4	その他			
3	有識者C(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.3	その他			
4	有識者D(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.3	その他			
5	有識者E(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.1	その他			
6	有識者F(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.1	その他			
7	有識者G(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.1	その他			
8	有識者H(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0.1	その他			
9	有識者I(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0	その他			
10	有識者J(個人)		法制度検討会等の出席委員 等に対する旅費・謝金等	0	その他			
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								