

消費者教育・普及啓発

基本情報

組織情報	府省庁	消費者庁						
	事業所管課室	消費者庁 消費者教育推進課						
	作成責任者	山地あつ子						
	その他担当組織	--						
基本情報	予算事業ID	000465	事業開始年度	2009		事業終了（予定）年度	終了予定なし	
	事業年度	2024			事業区分	前年度事業		
政策・施策	政策所管	政策			施策			政策体系・評価書URL
	消費者庁	1. 消費者政策の推進			(7) 消費者教育・普及啓発			https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
関連事業	--				主要経費	その他の事項経費		
概要・目的	事業の目的	消費者利益の擁護及び増進の観点から、消費者被害に遭わないことおよび、被害に遭った際に救済できるように教育することに加え、社会の持続可能な発展と改善に積極的に参加する自立した消費者の育成を図る。						
	現状・課題	○成年年齢引下げやデジタル化の進展等により、幅広い世代において消費者被害増加のリスクがある。 ○消費者被害の防止・減少のため、ライフステージに応じた、社会人も含めた切れ目のない消費者教育の推進が必要。						
	事業の概要	上記事業目的を達成するため、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を基に主に以下の取組みを実施。 ○地方公共団体等への消費者教育実施の支援(消費者力新教材の開発)・働きかけ ○事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ(教育プログラムの開発等) ○消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有						
	事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/						
根拠法令	法令名				法令番号	条	項	号・号の細分
	消費者教育の推進に関する法律_第3条、第4条、第8条、第9条、第11条、第12条、第13条、第15条、第16条、第17条、第18条、第19条				--	--	--	--
関係する計画・通知等	計画・通知名	計画・通知等URL						
	消費者基本計画 第5章 4.	--						
	消費者基本計画工程表 施策番号Ⅳ（1）①～④	--						
補助率	補助対象	補助率			補助上限等		補助率URL	
	--	--			--		--	

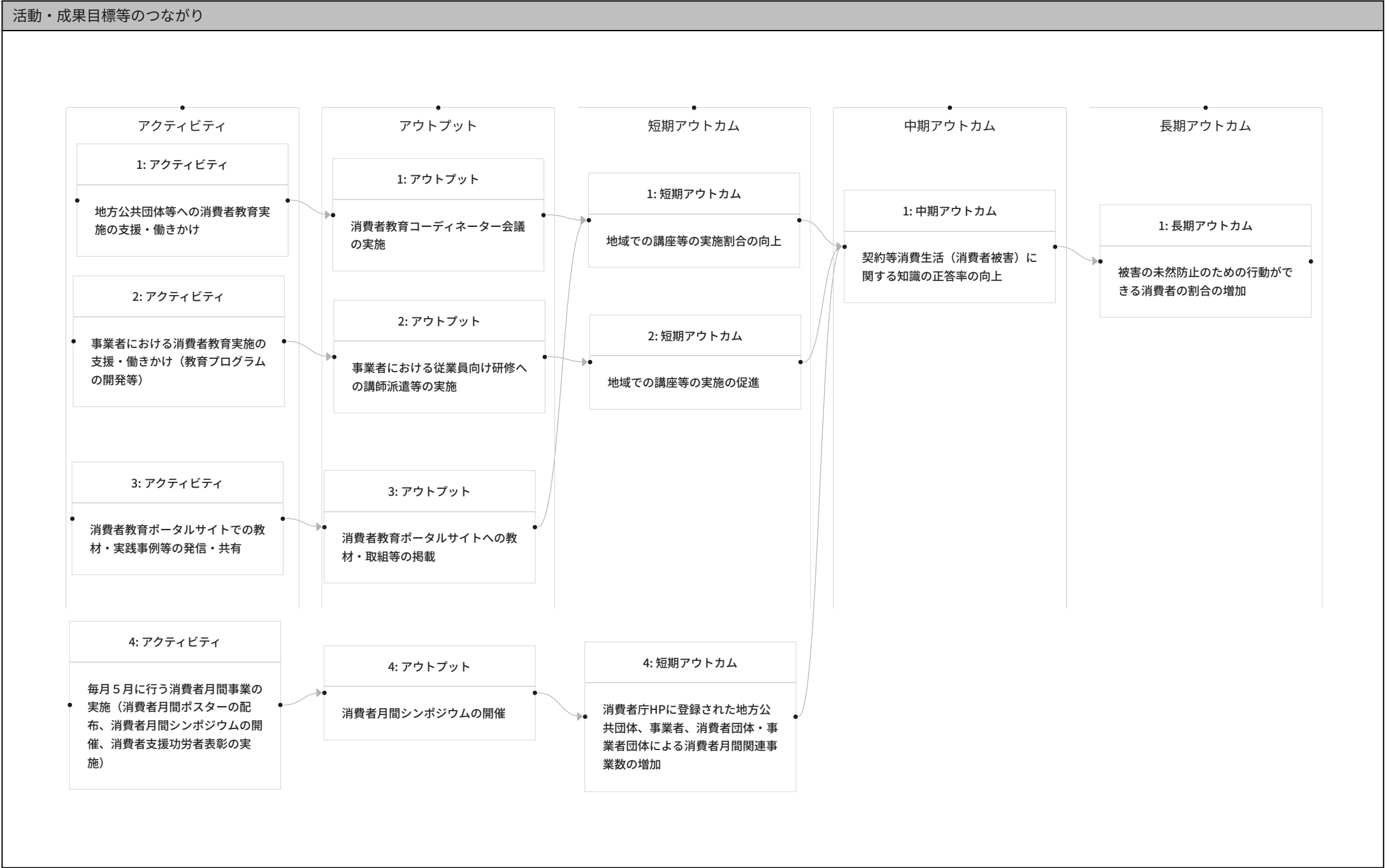
実施方法	直接実施
備考	--

予算・執行

予算額執行額表 (単位：千円)		2021	2022	2023	2024	2025
	要求額	--	108,000	81,000	87,000	--
	当初予算	101,000	83,000	75,000	68,675	--
	補正予算	--	120,000	--	--	--
	前年度から繰越し	--	--	120,000	--	--
	予備費等	△2,000	△120,000	--	--	--
	計	99,000	83,000	195,000	68,675	0
	執行額	60,000	43,000	136,000	--	--
	執行率	60.6%	51.8%	69.7%	--	--

予算内訳表 (単位：千円)	会計区分	会計	勘定	要望額		備考	
	一般会計	一般会計	--		--	--	
		予算種別/歳出予算項目			備考	予算額	翌年度要求額
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 消費者政策調査費		--	53,146	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 非常勤職員手当		--	6,173	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員手当		--	2,967	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 委員等旅費		--	2,581	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 職員旅費		--	1,904	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 庁費		--	966	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 委員等旅費		--	518	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者政策費 / 諸謝金		--	190	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 職員旅費		--	135	--
		当初予算	一般会計 / 内閣府 / 消費者庁 / 消費者庁共通費 / 諸謝金		--	95	--
		主な増減理由	--			その他特記事項	--

効果発現経路



アクティビティからの発現経路 1-1-1-1-1

アクティビティ	地方公共団体等への消費者教育実施の支援・働きかけ					
活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	消費者教育コーディネーター会議の実施		活動指標	消費者教育コーディネーター会議の参加者数	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年度の会議では従来の取組事例報告に加え、グループワークによる課題共有・討議の形式を導入。未設置の政令市への会議参加を促した。		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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	100	150	160
	活動実績／成果実績(件)	52	83	146	--	--
 後続アウトカムへのつながり	消費者庁主催の下、消費者教育の多様な担い手と場を繋ぐ「消費者教育コーディネーター」が担うコーディネート機能の発揮や活動スキルの向上に資することを目的として消費者教育コーディネーター会議を開催している。当会議への参加者数が増加することで、参加者が活動する自治体で講座等を実施することにつながると考え、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※消費者教育コーディネーターとは、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐことにより、新たな実践の場を創出させる役割を担う。コーディネーター会議においては、各地域で積み重ねられてきた独自の取組について共有し、抱える課題や目指すべき目標等の抽出等を行っている。					
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上		成果指標	地域での講座等の実施割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	令和4年度地方消費者行政の現況調査 令和5年度地方消費者行政の現況調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)		--	40	55	
	活動実績／成果実績(%)		36.4	50	--	
	達成率(%)		--	125	--	
 後続アウトカムへのつながり	地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。					

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上		成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--		38		40	
	活動実績／成果実績(%)	34.6		38.8		--	
	達成率(%)	--		102.1		--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。						
長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加		成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和５年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.2% 令和５年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 24.1%		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）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--		48		49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9		46.6		--	--
	達成率(%)	--		--		--	--

アクティビティからの発現経路 2-2-2-1-1

アクティビティ	事業者における消費者教育実施の支援・働きかけ（教育プログラムの開発等）				
活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	事業者における従業員向け研修への講師派遣等の実施		活動指標	講師派遣等を通じた従業員向け研修の実施事業者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	2023年度は新人職員が対象の従業員向け研修であったが、2024年度は、新人職員に加え、2023年度に開発した教育プログラムにより、壮年退職期の職員も対象となっている。		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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(社)	60		220	240
	活動実績／成果実績(社)	108		--	--
 後続アウトカムへのつながり	当庁による講師派遣等を通じて従業員向け研修を実施する事業者数が向上することで、消費者教育が実践される場・範囲が拡大し、各地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）が増加すると考えたため、本指標を短期アウトカムとして設定した。 ※令和5年度から実施している研修				
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施の促進		成果指標	地域での職域に対する消費者教育関連事業（講座等）の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	令和5年度地方消費者行政の現況調査 ※令和5年度に追加した指標
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2023年度		目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)			--	10
	活動実績／成果実績(%)			6.3	--
	達成率(%)			--	--
 後続アウトカムへのつながり	各地域での充実した消費者教育関連事業の増加により消費者教育が充実することで、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えられるため、本指標を中期アウトカムとして設定した。				

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上		成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--		38		40	
	活動実績／成果実績(%)	34.6		38.8		--	
	達成率(%)	--		102.1		--	
 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。						
長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加		成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和５年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.2% 令和５年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 24.1%		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）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--		48		49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9		46.6		--	--
	達成率(%)	--		--		--	--

アクティビティからの発現経路 3-3-1-1-1

アクティビティ	消費者教育ポータルサイトでの教材・実践事例等の発信・共有				
活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	消費者教育ポータルサイトへの教材・取組等の掲載		活動指標	消費者教育ポータルサイトのアクセス件数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	若年者、一般社会人、高齢者の各世代に多い最新のトラブル事例を被害者目線で疑似体験できるVR動画等の体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」を作成し、特設ページへの掲載を行った。		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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	380,000	550,000
	活動実績／成果実績(件)	357,573	531,627	--	--
 後続アウトカムへのつながり	消費者教育ポータルサイト上の教材・取組が地域の担い手により幅広く活用されることで、地域における消費者教育の取組が充実・増加等すると考えられることから、本指標を短期アウトカムに設定した。				
短期アウトカム	成果目標	地域での講座等の実施割合の向上		成果指標	地域での講座等の実施割合
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	令和4年度地方消費者行政の現況調査 令和5年度地方消費者行政の現況調査
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--	40	55	
	活動実績／成果実績(%)	36.4	50	--	
	達成率(%)	--	125	--	
 後続アウトカムへのつながり	地域での講座等の実施割合が増加することにより、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムとして設定した。				

中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上		成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)	--		38		40	
	活動実績／成果実績(%)	34.6		38.8		--	
	達成率(%)	--		102.1		--	
後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。						
長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加		成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合		
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和５年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.2% 令和５年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 24.1%		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）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査		
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--		
活動・成果目標と実績		2022年度		2023年度		2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)	--		48		49	50
	活動実績／成果実績(%)	45.9		46.6		--	--
	達成率(%)	--		--		--	--

アクティビティからの発現経路 4-4-1-1

アクティビティ	毎月5月に行う消費者月間事業の実施（消費者月間ポスターの配布、消費者月間シンポジウムの開催、消費者支援功労者表彰の実施）				
活動目標及び活動実績(アウトプット)	活動目標	消費者月間シンポジウムの開催		活動指標	消費者月間シンポジウムの参加者数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
	当初見込み／目標値(人)	--	--	250	250
	活動実績／成果実績(人)	23	194	152	--
 後続アウトカムへのつながり	消費者月間シンポジウムの参加者数が増加することにより、各関係者による消費者月間関連事業の機運が醸成され、関連事業実施に繋がると考えたため、本指標を短期アウトカムに設定した。 ※新型コロナウイルス感染症の影響で消費者月間シンポジウムは令和2、3年度は中止、令和4年度は関係者を対象に実施。				
短期アウトカム	成果目標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数の増加		成果指標	消費者庁HPに登録された地方公共団体、事業者、消費者団体・事業者団体による消費者月間関連事業数
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		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）	消費者庁消費者月間HPの関連事業 地方公共団体より集計 令和3年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2021/koukyou 令和4年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2022/koukyou 令和5年度： https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/gekkan/2023/koukyou
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--
活動・成果目標と実績		2021年度	2022年度	2023年度	目標年度 2024年度
	当初見込み／目標値(件)	--	--	--	100
	活動実績／成果実績(件)	86	93	77	--
	達成率(%)	--	--	--	--

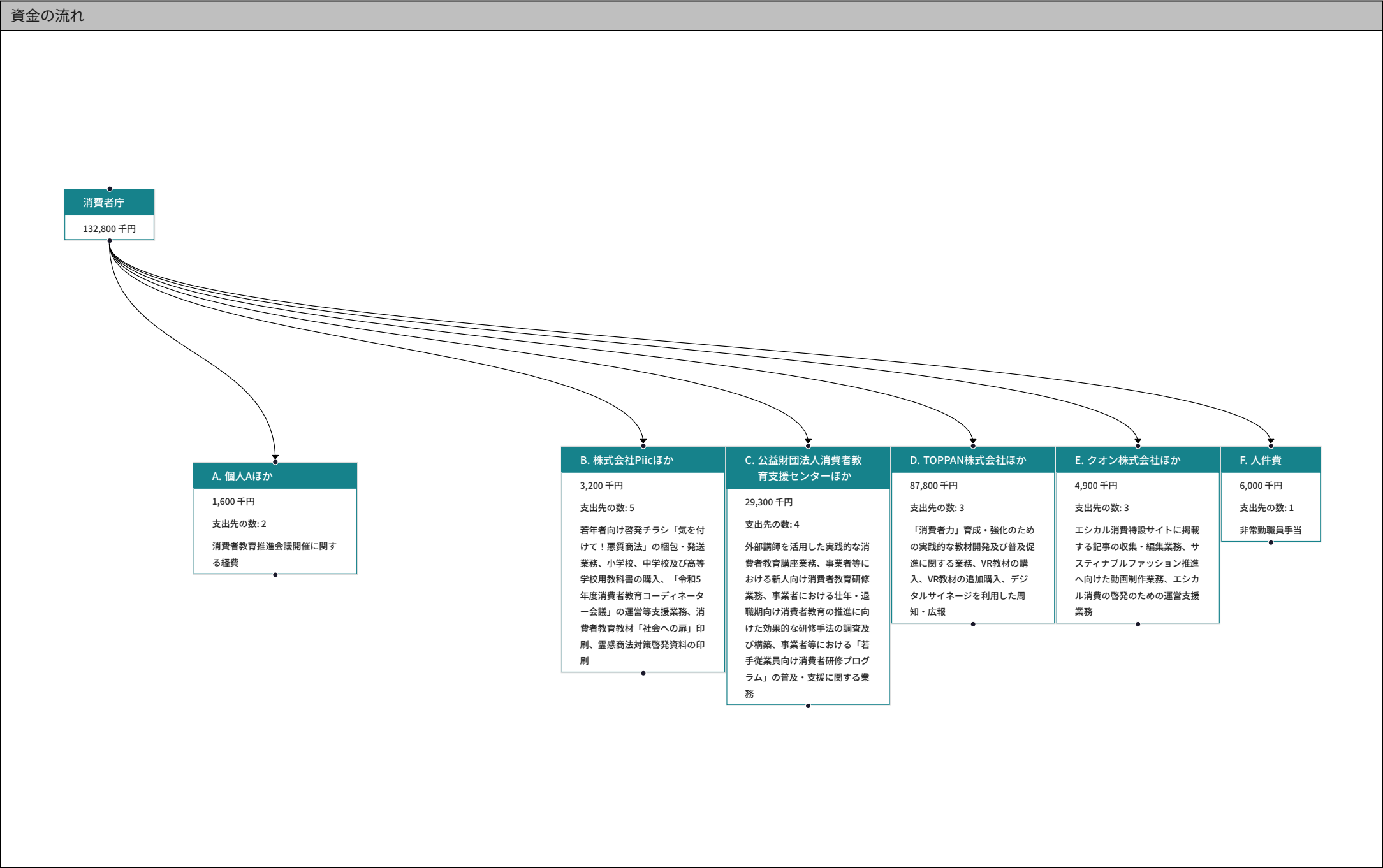
↓ 後続アウトカムへのつながり	消費者月間関連事業の実施により、消費者問題に関する教育・啓発を受ける消費者が増えることで、契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率が増加すると考えたため、本指標を中期アウトカムに設定した。					
中期アウトカム	成果目標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率の向上		成果指標	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識の正答率	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	--		成果実績及び目標値の根拠として用いた統計・データ名（出典）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	目標年度 2024年度	
	当初見込み／目標値(%)		--	38	40	
	活動実績／成果実績(%)		34.6	38.8	--	
	達成率(%)		--	102.1	--	
↓ 後続アウトカムへのつながり	契約等消費生活（消費者被害）に関する知識が向上すると、被害の未然防止のための行動につながると考えられることから、本指標を長期アウトカムとして設定した。					
長期アウトカム	成果目標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合の増加		成果指標	被害の未然防止のための行動ができる消費者の割合	
	定性的なアウトカムに関する成果実績	【その他の成果指標】 令和５年度 被害に遭った際に相談ができる消費者の割合 71.2% 令和５年度 被害防止のために周囲に働きかけできる消費者の割合 24.1%		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）	【統計・データ名（出典）】 令和４年度消費生活意識調査（第４回） 令和５年度消費生活意識調査（第４回） ※令和4年度から実施している調査	
	定性的なアウトカム目標を設定している理由	--		アウトカムを複数段階で設定できない理由	--	
活動・成果目標と実績			2022年度	2023年度	2024年度	最終目標年度 2025年度
	当初見込み／目標値(%)		--	48	49	50
	活動実績／成果実績(%)		45.9	46.6	--	--
	達成率(%)		--	--	--	--

事業に関連する KPIが定められて いる閣議決定等	名前	消費者基本計画工程表
	URL	--
	該当箇所	13.消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進及び地域における消費者教育の推進のための体制整備

点検・評価

事業所管部局による点検・改善	点検結果	消費者教育基本方針や、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育方針－消費者教育の実践・定着プラン－」に基づき、地方自治体や関係省庁、関係機関と連携して効果的な消費者教育の推進に取り組むとともに、消費者力育成強化のための新教材を開発した。地域等での出前講座等の実施や消費者力の向上には、関係者をつなぐ消費者教育コーディネーターの配置・育成や、担い手向けにポータルサイトやSNS等で提供する消費者トラブルや教材等に関する情報を引き続き提供・拡充するとともに、新教材の活用促進を図っていく必要がある。		
	目標年度における効果測定に関する評価	--		
	改善の方向性	各ライフステージにおける消費者教育が更に実施されるよう、消費者教育コーディネーターの活動を一層促進するための支援を拡充する等、引き続き効果的効率的な事業の執行に努める。		
外部有識者による点検	点検対象	--	最終実施年度	--
	対象の理由	--		
	所見	--		
	公開プロセス結果概要	--		
行政事業レビュー推進チームの所見に至る過程及び所見	所見	--	詳細	--
所見を踏まえた改善点／概算要求における反映状況	改善点・反映状況	--		
	反映額	会計	勘定	反映額 (千円)
		--	--	--
	詳細	--		
公開プロセス・秋の年次公開検証（秋のレビュー）における取りまとめ	--			
その他の指摘事項	--			

支出先



支出先上位者リスト （単位：千円）	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	A 個人Aほか		1,600	2	消費者教育推進会議開催に関する経費	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人		900	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	消費者教育推進会議の開催に係る委員手当 その他(庁費からの支出)		900	0	0	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人		500	--		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	消費者教育推進会議の開催に係る委員等旅費 その他(庁費からの支出)		500	0	0	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	扶桑速記印刷株式会社		200	9010001027784		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	消費者教育推進会議に係る速記料(共同調達) その他(消費者庁共通費からの支出)		200	0	0	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	B 株式会社Piicほか		3,200	5	若年者向け啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の梱包・発送業務、小学校、中学校及び高等学校用教科書の購入、「令和5年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務、消費者教育教材「社会への扉」印刷、靈感商法対策啓発資料の印刷	
	支出先名		支出額	法人番号		
	TOPPAN版株式会社		1,100	8010501050089		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	靈感商法対策啓発資料の印刷 随意契約（少額）		1,100	0	0	--
	支出先名		支出額	法人番号		

	株式会社P i i c		1,000	9010701039096	
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
	「令和5年度消費者教育コーディネーター会議」の運営等支援業務 一般競争契約（最低価格）		1,000	4	0
	支出先名		支出額	法人番号	
	秋田共同印刷株式会社		900	4410001000284	
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
	消費者教育教材「社会への扉」印刷 随意契約（少額）		900	0	0
	支出先名		支出額	法人番号	
	株式会社ペア		100	1012301009957	
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
	若年者向け啓発チラシ「気を付けて！悪質商法」の梱包・発送業務 随意契約（少額）		100	0	0
	支出先名		支出額	法人番号	
	東京都第一教科書供給株式会社		100	8011101015093	
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)
	小学校、中学校及び高等学校用教科書の購入 随意契約（少額）		100	0	0
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割
	C 公益財団法人消費者教育支援センターほか		29,300	4	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務、事業者等における新人向け消費者教育研修業務、事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築、事業者等における「若手従業員向け消費者研修プログラム」の普及・支援に関する業務
	支出先名		支出額	法人番号	
	公益財団法人消費者教育支援センター		10,900	5011105005399	

	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築 一般競争契約（最低価格）		10,900	1	0	--
支出先名			支出額	法人番号		
公益社団法人全国消費生活相談員協会			8,900	2010405010418		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	外部講師を活用した実践的な消費者教育講座業務 一般競争契約（最低価格）		8,900	1	0	--
支出先名			支出額	法人番号		
東京弁護士会			6,500	5010005003967		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	事業者等における新人向け消費者教育研修業務 一般競争契約（最低価格）		6,500	2	0	--
支出先名			支出額	法人番号		
株式会社ダン計画研究所			3,000	1120001084252		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	事業者等における「若手従業員向け消費者教育研修プログラム」の普及・支援に関する業務 一般競争契約（最低価格）		3,000	2	0	--
先ブロック名			合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
TOPPAN株式会社ほか			87,800	3	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務、VR教材の購入、VR教材の追加購入、デジタルサイネージを利用した周知・広報	
支出先名			支出額	法人番号		
TOPPAN株式会社			71,400	8010501050089		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務 一般競争契約（総合評価）		71,400	2	0	--

支出先名		支出額	法人番号		
株式会社ジェイアール東日本企画		9,000	7011001029649		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るデジタルサイネージを利用した周知・広報 一般競争契約（最低価格）	9,000	2	0	--
支出先名		支出額	法人番号		
カディンチェ株式会社		7,400	1010701024254		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るVR機材の購入 一般競争契約（最低価格）	6,500	4	0	--
	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材の活用に係るVR機材の追加購入 随意契約（少額）	900	0	0	--
先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
クオン株式会社ほか		4,900	3	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集・編集業務、サスティナブルファッション推進へ向けた動画制作業務、エシカル消費の啓発のための運営支援業務	
支出先名		支出額	法人番号		
（株）シード・プランニング		2,100	9010001144299		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等 一般競争契約（最低価格）	2,100	1	0	--
支出先名		支出額	法人番号		
株式会社スターランドコミュニケーション		1,000	4010001074550		
	契約概要（契約名）/契約方式等	支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	サステナブルファッション推進へ向けた制作業務 随意契約（少額）	1,000	1	0	--
支出先名		支出額	法人番号		

	株式会社 趣味なび		1,000	8010401130354		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	「エシカル消費」普及啓発のための運営支援業務 随意契約（少額）		1,000	1	0	--
	支出先名		支出額	法人番号		
	クオン株式会社		800	4010401056883		
	契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由
	エシカル消費の普及啓発に係る調査事業の謝礼の送付業務 随意契約（その他）		800	1	0	--
	支出先ブロック名		合計支出額	支出先数	事業を行う上での役割	
	F 人件費		6,000	1	非常勤職員手当	
	支出先名		支出額	法人番号		
	個人		6,000	--		
契約概要（契約名）/契約方式等		支出額	入札者数	落札率(%)	一者応札・随契理由	
個人の非常勤職員手当		6,000	0	0	--	
--						

費目・使途 (単位：千円)		支出先名	契約概要（契約名）	費目	使途	金額
	A	個人	消費者教育推進会議の開催に係る委員手当	委員手当	消費者教育推進会議の開催に係る手当	900
	B	T O P P A N版株式会社	靈感商法対策啓発資料の印刷	雑役務費	靈感商法対策啓発資料の印刷	1,100
	C	公益財団法人消費者教育支援センター	事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築	雑役務費	事業者における壮年・退職期向け消費者教育の推進に向けた効果的な研修手法の調査及び構築	--
	D	T O P P A N株式会社	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務	雑役務費	「消費者力」育成・強化のための実践的な教材開発及び普及促進に関する業務	71,400
	E	(株) シード・プランニング	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等	雑役務費	エシカル消費特設サイトに掲載する記事の収集、編集業務等	2,100
	F	個人	個人の非常勤職員手当	人件費	非常勤職員手当	6,000

国庫債務負担行為等による契約 先リスト (単位：千円)		契約先名	契約額	法人番号
		--	--	--

その他備考

--