

令和3年度行政事業レビューシート(消費者庁)

事業名	新型コロナウイルス感染症に関する消費者被害防止のための情報発信			担当部局庁	消費者庁		作成責任者							
事業開始年度	令和2年度	事業終了(予定)年度	令和2年度	担当課室	消費者政策課		課長 内藤 茂雄							
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	消費者基本計画第5章3(3)(令和2年3月31日)及び消費者 基本計画工程表第Ⅲ章(3)①(令和2年7月7日)									
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)	新型コロナウイルス感染症に便乗した悪質商法や「新たな生活様式」の普及などにより変化する消費者取引に関し、注意喚起や啓発等の情報発信を通じて、消費者の意識や行動の変容を働き掛け、もって消費者被害の防止を図る。													
事業概要 (5行程度以内。 別添可)	新型コロナウイルス感染症の感染拡大を背景に消費者の不安につけ込む悪質な手口による詐欺・悪質商法が問題となっている状況を踏まえ、消費者被害の未然防止を図るべく、マスメディアやインターネット広告等を活用し、コロナ禍に乘じた詐欺・悪質商法等への注意喚起及び消費者ホットライン188の活用等について、正確かつ分かりやすい情報を提供・発信する。													
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									
	当初予算	-	-	0	-									
	補正予算	-	-	630	-									
	前年度から繰越し	-	-	-	-									
	翌年度へ繰越し	-	-	-	-									
	予備費等	-	-	-	-									
	計	0	0	630	0									
	執行額	0	0	625										
	執行率(%)	-	-	99%										
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										
	計	-	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					
	コロナ禍での消費者被害防 止特設サイトへのアクセス 数を27万件以上とする。	コロナ禍での消費者被害防 止特設サイトへのアクセス 数	成果実績	万アクセス	-	-	42.4	-	-					
			目標値	万アクセス	-	-	27	-	-					
			達成度	%	-	-	157	-	-					
根拠として用いた 統計・データ名 (出典)	-													
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				
	WEB広告のインプレッション数			活動実績	百万imp	-	-	210.8	-	-				
	当初見込み		百万imp	-	-	70	-	-						
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					
	WEB広告に要した費用／ 活動指標及び活動実績(インプレッション数)			単位当たり コスト	円	-	-	0.3	-					
	計算式		百万円/ 百万imp	-	-	58.4/210.8	-							

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。	○	新型コロナウイルス感染症に便乗した悪質商法等については全国の消費生活センター等に相当数の相談が寄せられており、被害防止に必要な情報発信は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。	○	類似の消費生活相談が全国的に寄せられていること、また、効果的発信のために一律的に措置を講じることが必要かつ効果的・効率的であることを踏まると、国による情報発信が不可欠。	
	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。	○	新型コロナウイルスに関連した消費者被害の防止は緊急性が高いのみならず、即効性が求められることから、広報等による情報発信は必要かつ適切な事業である。	
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。	○	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。補正予算を用いた新型コロナウイルス感染症対策に係る情報発信関連業務は緊急性が高く、年末から年度末に一般競争入札(総合評価方式)を行ったところ、事業に対応できる民間事業者が限られていたことにより、一部の事業においては一者応札又は一者となった。	
	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。	○	本事業は、国が実施すべき施策を民間事業者に委託しているものであることから、本事業に係る必要費用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(総合評価方式)等の結果として、より低コストで成果を上げていることから、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や調査費等、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)	-	-	
	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。	○	受託者と密に連絡を取り合い、適時に打合せや意識合わせ等を実施することで、無駄な作業や急な方針変更等が生じることがないよう努めた。	
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。	○	当初の想定を超えるコロナ禍での消費者被害防止特設サイトへのアクセス数を達成し、多くの消費者に情報を発信することができたと考えられることから、成果実績は成果目標に見合ったものである。	
	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。	○	当初の見込みどおりの活動実績(調査の実施)を達成した。	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	当庁ウェブサイトに掲載することで、多くの関係者(消費者、事業者、消費生活相談員等)に対して情報提供しており、新潟県の確定申告会場で動画を流していただいたり、石川県の広報誌にポスターを掲載いただくなど、十分に活用されている。	
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	新型コロナウイルス感染症の拡大等の緊急時において消費者被害を防止し、消費者に冷静な対応を呼びかけるために、機動的に事業を追加し、また効率的・効果的な事業執行を図りつつ、効果的な情報発信を実施することができたと考えられる。		
	改善の方向性	必要に応じ機動的に効果的な情報発信のための施策を講じてまいりたいと考えている。		
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				
関連する過去のレビューシートの事業番号				
平成27年度	-	-	-	-
平成28年度	-	-	-	-
平成29年度	-	-	-	-
平成30年度	-	-	-	-
令和元年度				
令和2年度				

※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。

消費者庁
624. 6百万円

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)

A【一般競争入札(総合評価)】

(株)ジェイアール東日本企画 他4社
624. 6百万円

[新型コロナウイルス感染症に関する消費者被害防止のための情報発信関連業務]

再委託

(株)AOI Pro. 他9社
90. 9百万円

[TVCMの映像制作・編集 等]

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.(株)ジェイアール東日本企画			B.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	委託費	情報発信に係る企画・実施	524			
	再委託	(株)AOI Pro(映像制作・編集等)	23			
	再委託	(株)ゼロフィクサス(オンラインセミナー運営等)	23			
	再委託	(株)ピラミッドフィルムケアド(特設サイト制作・運用業務)	8			
	再委託	(株)市場開発研究所(広告効果に関する調査)	3	計		0
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 隨 意 契 約 と な つ た 理 由 及 び 改 善 策 (支 出 額 10 億 円 以 上)
1	(株)ジェイアール東日本企画	7011001029649	新型コロナウイルス感染症に関する消費者被害防止のための情報発信に係る企画・実施	581	一般競争契約 (総合評価)	6	--	
2	(株)TBSスパークル	7010401139405	コロナ禍における消費者被害防止のための衛星放送を活用した情報発信に係る企画・実施	14	一般競争契約 (総合評価)	1	--	
3	(株)ジュピターテレコム	1010001132055	コロナ禍での消費者被害防止のためのケーブルテレビを活用した情報発信	13	一般競争契約 (総合評価)	1	--	
4	吉本興業(株)	2120001126730	消費者トラブル防止のための啓発用動画制作	12	一般競争契約 (総合評価)	2	--	
5	(公社)全国消費生活相談員協会	2010405010418	コロナ禍での消費者トラブルに係る実態調査	4	一般競争契約 (総合評価)	1	--	

国庫債務負担行為等による契約先上位10者リスト