

令和3年度行政事業レビューシート (公正取引委員会)

事業名	消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保に係る事業者向け広報等			担当部局庁	経済取引局取引部	作成責任者						
事業開始年度	平成25年度	事業終了 (予定)年度	令和2年度	担当課室	取引企画課	多田 修						
会計区分	一般会計											
根拠法令 (具体的な 条項も記載)	消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法第14条			関係する 計画、通知等	・社会保障・税一体改革大綱(平成24年2月17日閣議決定) ・消費税の円滑かつ適正な転嫁・価格表示に関する対策の基本的な方針(中間整理の具体化)(平成24年10月26日消費税の円滑かつ適正な転嫁等に関する対策推進本部決定) ・経済財政運営と改革の基本方針2019(令和元年6月21日閣議決定)							
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)	平成26年4月及び令和元年10月の消費税率の引上げに伴い、中小企業者等に不当に不利益を与える消費税の転嫁拒否等の行為の防止を図るため、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法(以下「消費税転嫁対策特別措置法」という。)の内容などの説明会の開催、パンフレットの作成・配布、新聞広告やインターネット広告等による広報活動等を行うことにより、消費税の円滑かつ適正な転嫁を図る。											
事業概要 (5行程度以内。別添可)	本事業では、以下のような事業等を実施する。 ① 消費税転嫁対策特別措置法等の周知徹底を図るため、説明会を開催(移動相談会も併せて開催)するとともに、事業者団体等が主催する説明会に講師を派遣する。 ② 消費税転嫁対策特別措置法等の内容やガイドラインなどについて事業者に理解しやすいパンフレット等を作成・配布し、周知を行う。 ③ 消費税転嫁対策特別措置法等の周知徹底を行うとともに、消費税の転嫁拒否等の行為について厳しく監視する姿勢を示すために、新聞広告やインターネット広告等を実施する。											
実施方法	直接実施											
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	49.1	60.2	38.1	0	0					
		補正予算	-	-	-	-	-					
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-					
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-					
		予備費等	-	17.3	-	-	-					
	計		49.1	77.5	38.1	0	0					
	執行額		47.2	77.5	35.2							
	執行率(%)		96%	100%	92%							
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)		96%	129%	92%								
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							
	消費税転嫁等対策業務旅費		0	0	-							
	消費税転嫁等対策業務庁費		0	0	-							
	計		0	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 2 年度	
	各広告物を認知した者の割合を23%以上とする。		各広告物を認知した者の割合			成果実績	%	18.4	21.1	25.2	-	25.2
						目標値	%	23	23	23	-	23
						達成度	%	80	92	110	-	110
根拠として用いた統計・データ名(出典)		メディア広報事後調査結果報告書(令和2年8月31日付け株式会社オリコム作成)(事後調査アンケートにて各広告物を「確かに見た」又は「見たような気がする」と回答した者の割合)										
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 2 年度	
	各広告物を認知した者のうち、法律の内容を知っている者の割合が60%以上となるようにする。		各広告物を認知した者のうち、法律の内容を知っている者の割合			成果実績	%	50.9	58.7	56.8	-	56.8
						目標値	%	60	60	60	-	60
						達成度	%	85	98	95	-	95

根拠として用いた統計・データ名 (出典)	メディア広報事後調査結果報告書(令和2年8月31日付け株式会社オリコム作成)(事後調査アンケートにて各広告物を「確かに見た」又は「見たような気がする」と回答した者のうち、消費税転嫁拒否行為が法律で禁止されていることを「よく知っている」又は「知っている」と回答した者の割合)								
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 2 年度
	説明会参加者に対する事後アンケートにおいて令和2年度に満足度が90%以上となるようにする。	説明会参加者の満足度	成果実績	%	85	91	89	-	89
			目標値	%	80	80	90	-	90
			達成度	%	106	114	99	-	99
根拠として用いた統計・データ名 (出典)	主催説明会参加者の事後アンケート(説明会後のアンケートにおいて「満足できた」又は「概ね満足できた」と回答した者の割合)								
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	
	説明会の開催及び事業者団体主催の説明会への講師派遣回数	活動実績	回	70	133	31	-	-	
当初見込み		回	60	65	30	-	-		
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	
	消費税転嫁対策特別措置法全般の概要についてのパンフレット『消費税の円滑かつ適正な転嫁のために』の配布部数	活動実績	部	392,335	250,415	207,910	-	-	
当初見込み		部	500,000	350,000	350,000	-	-		
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	
	消費税転嫁対策特別措置法の違反事例についてのパンフレット『消費税の転嫁拒否に関する主な違反事例』の配布部数	活動実績	部	6,060	254,165	197,350	-	-	
当初見込み		部	-	-	-	-	-		
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	
	広告を掲載した新聞媒体	活動実績	紙	39	39	37	-	-	
当初見込み		紙	-	-	-	-	-		
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	
	インターネットバナー広告表示回数	活動実績	回	75,665,496	95,661,742	36,192,952	-	-	
当初見込み		回	-	-	-	-	-		
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		
	説明会の開催及び事業者団体主催の説明会への講師派遣に係る費用/開催回数及び講師派遣回数	単位当たりコスト	円/回	12,524	20,369	18,182	-		
計算式		円/回	876,672/70	2,709,019/133	563,632/31	-			
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		
	消費税転嫁対策特別措置法全般の概要についてのパンフレット『消費税の円滑かつ適正な転嫁のために』の作成・印刷・発送にかかる費用/印刷部数	単位当たりコスト	円/部	18.9	15.6	17.9	-		
計算式		円/部	7,485,898/396,335	4,028,000/258,215	3,731,446/207,910	-			
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		
	消費税転嫁対策特別措置法の違反事例パンフレット『消費税の転嫁拒否に関する主な違反事例』の作成・印刷・発送に係る費用/印刷部数	単位当たりコスト	円/部	35.7	13.1	16.2	-		
計算式		円/部	75,000/2,100	3,511,850/267,965	3,182,196/196,100	-			
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		
	広告掲載に係る費用/広告を掲載した新聞紙の数	単位当たりコスト	円/紙	672,215	843,240	503,661	-		
計算式		円/紙	26,216,382/39	32,886,376/39	18,635,465/37	-			
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		
	広告掲載に係る費用/インターネットバナー広告表示回数	単位当たりコスト	円/回	0.1	0.1	0.1	-		
計算式		円/回	5,694,934/75,665,496	9,422,359/95,661,742	4,995,911/36,192,952	-			

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策	消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保 4											
	施策	消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保 4-1											
	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	-	-	-	-	-	-	-				
	本事業の成果と上位施策・測定指標との関係												
	平成26年4月及び令和元年10月の消費税率の引上げに伴い、中小企業者等に不当に不利益を与える消費税の転嫁拒否等の行為の防止を図るため、消費税転嫁対策特別措置法の内容などを説明する説明会の開催、パンフレットの作成・配布、新聞広告やインターネット広告等による広報活動等を行うことは、消費税の円滑かつ適正な転嫁に資する。												
	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 - 年度	2年度	3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 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 - 年度	2年度	3年度	中間目標 - 年度	目標最終年度 - 年度				
		成果実績	-	-	-	-	-	-	-				
	目標値	-	-	-	-	-	-	-					
達成度	%	-	-	-	-	-	-						
事業所管部局による点検・改善													
国費投入の必要性	項目	評価	評価に関する説明										
	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。	○	消費税率の引上げに際し、中小企業者等を中心に消費税を価格へ転嫁しやすい環境を整備していくことが極めて重要な課題になっているところ、消費税の円滑かつ適正な転嫁を確保する観点から、法律が成立し、同法において、国は、消費税の円滑かつ適正な転嫁に関する取組について、徹底した広報を行うことが定められていた(消費税転嫁対策特別措置法第14条)。										
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	法律の広報活動の実施に当たっては、法律を所管し、調査や指導等の中心となる公正取引委員会(国)が直接行う必要がある。また、移動相談会は、転嫁拒否等の被害を受けている事業者からの相談を受け付けるところ、かかる相談への対応は申告者の保護の観点から、調査や指導の中心となる公正取引委員会(国)が率先して直接行う必要がある。										
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。	○	消費税率の引上げに際し、中小企業者等を中心に消費税を価格へ転嫁しやすい環境を整備していくことが極めて重要な課題になっており、閣議決定で設置された消費税の円滑かつ適正な転嫁等に関する対策推進本部から、消費税の転嫁対策等についての理解を深めてもらうための各種メディア・媒体を活用した広報や説明会の開催などが求められ、優先度の高い事業であった。											

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。	○	パンフレットの作成に当たっては、効率的な事業の実施を図るため、入札等を行うことで、コスト削減を行うとともに、メディア広報の実施に当たっては、効果的な事業の実施を図るため、企画競争を実施することにより、支出先を選定している。	
	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。	-	-	
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。	○	パンフレットの作成に当たっては、効率的な事業の実施を図るため、入札等を行うことで、コスト削減を行っている。また、メディア広報の実施に当たっては、効果的な事業の実施を図るため、企画競争を行っているが、価格面についての審査項目を設定した上で、他の審査項目の2倍の点数を設定することにより、コストの低減を図っている。	
	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・用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。	○	事業の実施に当たっては、消費税の転嫁拒否等の行為の防止という目的のため、真に必要な施策について実施している。	
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。	○	パンフレットの作成に当たっては、事前に配布先に対し、必要部数の確認を行うことで、無駄な印刷を行わないようにし、コスト削減や効率化を行っている。		
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。	○	<p>【広告物認知割合】</p> <p>令和2年度は、広告物認知割合が昨年度比4.1ポイント上昇し、成果目標を上回り、成果目標に見合ったものであったといえる。</p> <p>【法律内容認知割合】</p> <p>令和2年度は、法律内容認知割合が成果目標にはわずかに届かない結果であったものの、昨年度と同水準を維持することができ、広告認知者に消費税の転嫁拒否等の行為が法律違反であることを分かりやすく伝えられたと考えられる。</p> <p>【説明会満足度】</p> <p>令和2年度は、説明会満足度が昨年度比2ポイント低下し、成果目標をわずかに下回ったものの、概ね成果目標に見合ったものであったといえる。</p>	
	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。	○	事業の実施に当たっては、消費税の転嫁拒否等の行為の防止という目的のため、真に必要な施策について実施し、より効果的かつ低コストで実施するために入札等により支出先を選定した。	
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	○	新聞広告やインターネット広告のほかに雑誌広告を用いた集中的な広報事業を実施し、有効な消費税の転嫁拒否等の行為の防止を図る周知を行った。	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	パンフレットについて、全国の自治体、事業者団体への配布や説明会での使用のほか、当委員会ホームページに掲載して閲覧可能として十分に活用している。また、平成30年度以降、毎年度インターネット広告の動画コンテンツを作成したことから、令和2年度まで当委員会公式YouTubeにおいて随時視聴可能とするなど、十分に活用していた。	
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		令和元年10月に消費税率10パーセントへの引上げが実施されたところ、消費税の転嫁拒否行為は消費税率の引上げ前後の一定の期間に多数かつ集中的に発生するものであるため、引上げ後も消費税転嫁対策特別措置法の周知の必要性が高く、事業者向けに広報活動を行うことは極めて重要な課題であるところ、効率性と有効性を考慮しつつ、広報活動を行うことができた。	
	改善の方向性		消費税の円滑かつ適正な転嫁を図るため、消費税の転嫁拒否等の行為は法律違反であることの理解が事業者に着するように、効果的かつ有効性のある広報となるよう実施してきたところであるが、消費税転嫁対策特別措置法が令和3年3月31日をもって失効したため、令和3年度以降は本事業の実施の必要がなくなった。	

外部有識者の所見

点検対象外

行政事業レビュー推進チームの所見

終了
予定

・8年間の実績を踏まえ、効果的な広報のノウハウが蓄積されたものと考えられ、後世に伝達していくことが望ましい。
・特定の期間内に幅広い対象に周知を行うために、様々な媒体・方で周知を行った事業であると認識していることから、媒体ごとの効果等、得られた知見については後に活かされるようにすることはよいことであると思う。

所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況

予定
終了
通り

備考

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	新25-1	-	-	-
平成26年度	⑥	-	-	-
平成27年度	0006	-	-	-
平成28年度	0006	-	-	-
平成29年度	0006	-	-	-
平成30年度	0006	-	-	-
令和元年度	公正取引委 員会 - 0006	-	-	-
令和2年度	公正取引委 員会 - 0006	-	-	-

※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。

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)



