

平成23年行政事業レビューシート (国土交通省)

<b>事業名</b>	住宅消費者への相談体制の整備事業		<b>担当部局庁</b>	国土交通省住宅局		<b>作成責任者</b>		
<b>事業開始・終了(予定)年度</b>	H21/H24		<b>担当課室</b>	住宅生産課住宅瑕疵担保対策室		室長 山田哲也		
<b>会計区分</b>	一般会計		<b>施策名</b>	2 住宅の取得・賃貸・管理・修繕が円滑に行われる住宅市場を整備する				
<b>根拠法令</b> (具体的な条項も記載)	-		<b>関係する計画、通知等</b>	住宅市場整備推進等事業費補助金交付要綱				
<b>事業の目的</b> (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	既存住宅売買・リフォーム市場では、リフォームの発注者や既存住宅の買主は、品質や事後の保証等に不安を抱えており、消費者が安心して既存住宅を選択し、適切なリフォームが行うことができるような環境整備が必要である。本事業は、こうした課題に対応するため、住まいのダイヤル(住宅に関する無料電話相談ダイヤル)、保険制度、無料見積チェック制度、無料専門家相談制度などの仕組みを住宅消費者へ周知・普及することを目的とする。							
<b>事業概要</b> (5行程度以内。別添可)	①全国のホームセンター、家電量販店等において、消費者保護施策の周知・普及イベントを実施するとともに、その模様や各種消費者保護施策の概要について全国の地方新聞紙に広告を掲載(全国91箇所で開催) ②ラジオ、新聞等における消費者保護施策の周知・普及 ③消費者によるリフォーム事業者・中古住宅の選択に資するWeb サービスで、瑕疵保険への加入を要件とするなど消費者保護に十分配慮されたものに対する支援							
<b>実施方法</b>	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 業務委託等 <input checked="" type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他							
<b>予算額・執行額</b> (単位:百万円)	予算の状況	当初予算	20年度	21年度	22年度	23年度	24年度要求	
		補正予算	-	0	0	0		
		繰越し等	-	0	0	0		
		計	-	300	654	300	600	
	執行額	-	300	603				
	執行率(%)	-	100%	92%				
<b>成果目標及び成果実績</b> (アウトカム)	成果指標			単位	20年度	21年度	22年度	目標値(32年度)
	リフォーム実施戸数の住宅ストック戸数に対する割合		成果実績	%	3.5 <sup>(H16~20平均)</sup>			6
			達成度	%	58			
	既存住宅の流通シェア		成果実績	%	14			25
		達成度	%	56				
<b>活動指標及び活動実績</b> (アウトプット)	活動指標			単位	20年度	21年度	22年度	23年度活動見込
	実施事業者数		活動実績(当初見込み)		-	1	7 (5~10)	- (5~10)
<b>単位当たりコスト</b>	86百万円 (実績額/実施事業者数)		算出根拠	単位当たりコスト=実績額(603百万円)÷実施事業者数(7者)				
平成23・24年度予算内訳	費目	23年度当初予算	24年度要求	主な増減理由				
	(項)住宅市場整備推進費							
	(事項)住宅市場の環境整備の推進に必要な経費							
	(目)住宅市場整備推進等事業費補助金	300	600					
	計	300	600					

事業所管部局による点検			
	評価	項目	特記事項
目的・予算の状況	○	広く国民のニーズがあり、優先度が高い事業であるか。	
	○	国が実施すべき事業であるか。地方自治体、民間等に委ねるべき事業ではないか。	
	-	不用率が大きい場合は、その理由を把握しているか。	
資金の流れ、使途・費目	-	支出先の選定は妥当か。競争性が確保されているか。	
	○	単位あたりコストの削減に努めているか。その水準は妥当か。	
	-	受益者との負担関係は妥当であるか。	
	-	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。	
活動実績、成果実績	○	他の手段と比較して実効性の高い手段となっているか。	
	○	適切な成果目標を立て、その達成度は着実に向上しているか。	
	○	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	
	-	類似の事業がある場合、他部局・他府省等と適切な役割分担となっているか	
	-	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	
点検結果	<p>【前回の指摘を踏まえた執行上の改善点】          昨年度のレビューにおいて、「一部改善（財団法人住宅リフォーム・紛争処理支援センターに限定せず、公募や企画競争等を活用し、事業実施の効率化とコスト削減を図る）」との指摘があったため、22年度は公募を行い事業者を採択した（民間事業者等7者を採択）。</p> <p>また、効率化、コスト削減等、適切な執行が行われるよう、補助事業者に対して適宜ヒアリングを実施し（各補助事業者に対して概ね週1回以上）、支出先・使途及び事業実施方法を把握した上で、事業を執行した。</p> <p>周知・普及については、単なる広告掲載だけではなく、リフォーム市場への新規参入を図るホームセンター、家電量販店等と連携してイベントを実施するなど、安心して消費者が中古住宅の購入やリフォームを行える環境の整備を行うだけでなく、中古住宅流通市場・リフォーム市場の拡大など相乗効果を生み出す事業について採択している。今後の執行においても、さらに効果的・効率的な周知・普及が行えるような手法を検討する。</p>		
予算監視・効率化チームの所見			
一部改善 ③ ⑤	<p>公募や企画競争の活用による改善は評価できる。公募に際して、より多くの者が応募可能となるよう公募要件の見直しを行い競争性を高める。また、新築住宅等を巡る種々の紛争の解決に向けて、より効果的な事業手法も取り入れる。</p>		
上記の予算監視・効率化チームの所見を踏まえた改善点（概算要求における反映状況等）			
御指摘を踏まえ事業の効果が最大限図られるようにする。			
補記（過去に事業仕分け・公開プロセス等の対象となっている場合はその結果も記載）			

※平成22年度実績を記入

国土交通省  
(603百万円)

各事業の企画・立案、進捗管理、指導を通じて、住まいるダイヤル、保険制度などの消費者保護の仕組みの住宅消費者への周知・普及および消費者が安心して利用できる中古住宅取引・リフォームに係るウェブサイトの整備を実施

【公募・補助】

A.民間事業者等(7者)  
(603百万円)

・住まいるダイヤル、保険制度などの消費者保護の仕組みを住宅消費者へ周知・普及  
・消費者が安心して利用できる中古住宅取引・リフォームに係るウェブサイトの整備を実施

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.(株)電通			E.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
役務費	ホームセンター等における消費者イベント開催にかかる新聞広告	356			
人件費	周知媒体の選定、広告原稿作成等	2			
計		358	計		0
B.			F.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
計		0	計		0
C.			G.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
計		0	計		0
D.			H.		
費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
計		0	計		0

支出先上位10者リスト

A.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1	(株)電通	ホームセンター等における消費者イベント開催にかかる新聞広告	358	-	-
2	協同広告(株)	ラジオCM及び新聞広告による消費者保護施策の周知普及	94	-	-
3	(株)静岡宅建サポートセンター	消費者が安心して利用できる中古住宅取引ウェブサイトの整備	61	-	-
4	一般財団法人住まいづくりナビセンター	消費者が安心して利用できるリフォーム事業者検索サイトの整備	36	-	-
5	トステム(株)	消費者が安心して利用できるリフォーム事業者検索サイトの整備	22	-	-
6	(株)中国放送	ラジオCMによる消費者保護施策の周知普及	21	-	-
7	西日本放送(株)	ラジオCMによる消費者保護施策の周知普及	10	-	-
8					
9					
10					