

平成24年行政事業レビューシート (国土交通省)

事業名	住宅消費者への相談体制の整備事業		担当部署	住宅局	作成責任者		
事業開始・終了(予定)年度	H21/H24		担当課室	住宅生産課住宅瑕疵担保対策室	室長 山田哲也		
会計区分	一般会計		施策名	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			
根拠法令 (具体的な条項も記載)	-		関係する計画、通知等	住宅市場整備推進等事業費補助金交付要綱			
事業の目的 (目指す姿を簡潔に。3行程度以内)	リフォームの発注者や中古住宅の買主は、品質や工事等の欠陥などに不安を抱えており、消費者が安心して中古住宅を選択し、適切なり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、消費者に対する相談体制を整備するとともに、住まいのダイヤル(住宅に関する無料電話相談ダイヤル)、瑕疵保険制度、見積チェック制度、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。						
事業概要 (5行程度以内。別添可)	①全国のホームセンター、住宅展示場等において消費者保護施策の周知・普及イベント(全国53箇所で開催)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等について各種地方媒体・雑誌媒体に掲載するなど、消費者向けのリフォーム促進企画を実施。 ②東日本大震災の被災地等において、無料住宅診断・相談を実施(約1万件)。 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 サイトについて、瑕疵保険への加入を要件とするなど消費者保護に配慮されたものに対する支援等を実施。 ④地域におけるリフォームの相談体制の整備に対する支援を実施。						
実施方法	<input type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 委託・請負 <input checked="" type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他						
予算額・執行額 (単位:百万円)		21年度	22年度	23年度	24年度	25年度要求	
	予算の状況	当初予算	300	654	991	400	600
		補正予算	0	0	-	-	-
		繰越し等	0	0	-	-	-
		計	300	654	991	400	-
		執行額	300	603	987	-	-
	執行率 (%)	100%	92%	99%	-	-	
成果目標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標		単位	21年度	22年度	23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(H16~20平均) ※H20年度	-	-	6
		達成度	%	58	-	-	-
	既存住宅の流通シェア	成果実績	%	14 ※H20年度	-	-	25
		達成度	%	56	-	-	-
	リフォーム時に瑕疵担保責任保険に加入した住宅の全リフォーム実施戸数・棟数に占める割合	成果実績	%	-	0.2	0.2	10
		達成度	%	リフォーム件数・中古住宅流通量は平成20年度から変化が無いと仮定	0.2	0.2	-
	中古住宅流通量における既存住宅売買瑕疵保険の加入割合	成果実績	%	-	1.3	1.9	20
達成度		%	-	6.5	9.5	-	
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標		単位	21年度	22年度	23年度	24年度活動見込
	実施事業者数		活動実績 (見込み)	1	7	12	-
							(5~10)
単位当たりコスト	82百万円 (実績額/実施事業者数)		算出根拠	単位当たりコスト=実績額(987百万円)÷実施事業者数(12者)			
平成24・25年度予算内訳	費目	24年度当初予算	25年度要求	主な増減理由			
	(項)住宅市場整備推進費			日本再生戦略(平成24年7月31日閣議決定)に掲げられた2020年までの中古住宅流通市場・リフォーム市場の規模倍増の目標を実現・達成するため、また消費者委員会による「住宅リフォームに関する消費者問題への取組についての建議」(平成23年8月26日)に対応するため、事業の拡充を要望。			
	(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	400	600				
	計	400	600				

事業所管部局による点検			
	評価	項目	評価に関する説明
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。	消費者は中古住宅の購入やリフォームの実施に際して、品質や欠陥等に対して不安を感じており、このような不安を解消するために、消費者に対する相談保護の整備や消費者保護施策の構築・普及が必要であり、民間事業者等の提案を公募し実施している。
	○	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となっていないか。	
	－	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。	H22年度から、公募により民間事業者等から幅広い提案を募り、事業効果・補助金の使途について審査を行ったうえで補助金の交付先を選定している。
	○	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。	各補助事業主体と概ね週1回程度、進捗状況の共有や、より効果的に事業が実施できるよう打ち合わせ等を実施。また、消費者向けのガイドブック等についてはHPで公表。
	○	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。	
	－	類似の事業があるか。その場合、他部局・他府省等と適切な役割分担となっているか。	
	－	※類似事業名とその所管部局・府省名	
	－	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	【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、「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。」との指摘があったため、23年度においては、消費者保護施策の周知普及を図るための事業等について、より多くの民間事業者等からの提案を採択し、事業を実施した。(公募により民間事業者等11者を採択(参考:昨年度は7者))。  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回程度)、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。 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。 本事業については、本年度で廃止となるが、消費者が安心して中古住宅を取得し、リフォームできる環境の整備は重要な課題であるため、今後、同種の事業を実施する場合には、本事業による成果・工夫等を活かして実施することとしたい。		
	予算監視・効率化チームの所見		
廃止	リフォームに関する相談体制整備等を図る方策として、イベント、広報、関連サイト支援等、多様な手法で取り組んでいるが、経常化が懸念されるほか、事業の相乗効果が期待できないため廃止すべきである。		
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)			
執行等改善	日本再生戦略(平成24年7月31日閣議決定)に掲げられた、2020年までの中古住宅流通市場・リフォーム市場の規模倍増の目標を実現・達成するためには、早期に集中的に消費者保護の図られた市場環境を整備する必要があり、消費者の相談体制の整備や消費者支援施策の周知・普及促進が必要不可欠である。また、消費者委員会による「住宅リフォームに関する消費者問題への取組についての建議」(平成23年8月26日)においても、相談体制の整備等について取り組むよう指摘されている。今後市場が活性化することにより消費者トラブルの増加も懸念されるため、平成25年度以降もリフォーム市場環境整備事業として消費者の相談体制の整備や消費者支援施策の周知・普及促進を引き続き実施するよう予算要求を行う。 なお、経常化が懸念されるとの指摘については、相談体制の整備に関しては、地域における相談体制の整備状況を見て判断する必要があると考えているが、その他のイベント等の取組については、内容を精査しつつ、日本再生戦略等に示された目標の達成に向けて集中的に対応すべき期間として今後3年間に限って実施することとする。 また、事業の相乗効果への指摘については、リフォーム瑕疵保険や既存住宅売買瑕疵保険等を活用したリフォームの提供や中古住宅を仲介する民間事業者の取組が始まりつつあるところであり、日本再生戦略の実現に向け今後3年間引き続き実施することにより民間事業者への普及・定着等を図ることとしたい。		
補記 (過去に事業仕分け・提言型政策仕分け・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)			
関連する過去のレビューシートの事業番号			
平成22年行政事業レビュー	260	平成23年行政事業レビュー	232

※平成23年度実績を記入

国土交通省  
(987百万円)

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・普及を行うとともに、消費者が安心して中古住宅の取得やリフォームを実施できる環境の整備を実施

【公募・補助】※被災地における住宅診断・相談については、早急に事業を実施する必要があったため、公募を行わず事業を実施した。それ以外の11社については公募により事業者を特定した。

A.民間事業者等(12者)  
(987百万円)

・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  
・東日本大震災の被災地等における無料住宅診断・相談を実施  
・消費者保護に配慮されたリフォーム事業者・中古住宅の選択に資するWeb サイトの充実等

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.(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等	364			
委託料	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等	12			
人件費	周知媒体の選定、広告原稿作成等	1			
計		377	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	株式会社電通	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	377	-	-
2	(一社)住宅瑕疵担保責任保険協会	被災地等における住宅の無料診断・相談	343	-	-
3	株式会社日経BP	医師との連携や女性をターゲットとした消費者保護施策の普及・リフォーム促進企画	80	-	-
4	(一社)住宅リフォーム推進協議会	地域の相談窓口の整備、リフォーム促進ツールの作成等	56	-	-
5	株式会社博報堂	消費者向けリフォームイベントの実施	34	-	-
6	株式会社住宅新報	消費者向け中古住宅購入支援ツールの作成等	20	-	-
7	住宅リフォーム・建設専門紙PR協議会	瑕疵保険、消費者向けセミナー等に関する新聞広告	18	-	-
8	株式会社LIXIL	消費者保護の図られたリフォーム事業者検索サイトの充実	15	-	-
9	(一財)住まいづくりナビセンター	消費者保護の図られたリフォーム事業者検索サイトの充実	15	-	-
10	株式会社ホームクリップ	消費者保護の図られたリフォーム事業者検索サイトの充実	15	-	-

B.

	支出先	業務概要	支出額 (百万円)	入札者数	落札率
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					