

令和4年度行政事業レビューシート (消費者庁)

事業名	新未来創造戦略本部における実証事業			担当部局庁	消費者庁		作成責任者		
事業開始年度	平成30年度	事業終了 (予定)年度	令和4年度	担当課室	消費者政策課		課長 尾原 知明		
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(令和2年3月31日閣議決定、令和3年6月15日改定)第4章(1)第5章5(3) 消費者基本計画工程表(令和2年7月7日消費者政策会議決定、令和3年6月15日改定)Ⅰ(4)⑧Ⅲ(1)⑪Ⅴ(2)②Ⅴ(3)⑦				
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)	消費生活のデジタル化の進展・成年年齢下げを踏まえ、消費者が活用しやすい消費生活相談の在り方や若年者層の消費者被害を防止するための情報発信について試行的取組を実施しつつ検討を行い、全国の自治体における相談体制の整備につなげる。								
事業概要 (5行程度以内。別添可)	加速する消費生活のデジタル化への対応の一つとして、消費者が消費生活相談しやすい環境整備を促進するため、複数の地方自治体をフィールドとして、SNSを活用した消費生活相談窓口を試験的に設置して検証を行うとともに、主に若年者層を対象とした消費者トラブルに関する情報発信を行う。								
実施方法	直接実施、委託・請負								
予算額・ 執行額 (単位:百万円)			令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度要求		
	予算 の 状 況	当初予算	12	27	30	23	0		
		補正予算	-	-	-	-			
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-		
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-			
		予備費等	-	-	2	-			
	計		12	27	32	23	0		
	執行額		10	18	32				
執行率(%)		83%	67%	100%					
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)		83%	67%	107%					
令和4・5年度 予算内訳 (単位:百万円)	歳出予算目	令和4年度当初予算	令和5年度要求	主な増減理由					
	消費者政策調査費	20	-						
	委員等旅費	2	-						
	諸謝金	0.5	-						
	職員旅費	0.4	-						
	計	23	0						
活動内容 (アクティビティ)	兵庫県、和歌山県及び広島市、並びに京都府において、SNSを活用した消費生活相談の実証実験を実施(11月~1月)								
活動目標及び 活動実績 (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度 活動見込	5年度 活動見込
	実証フィールドの拡大	SNS相談に関する調査・実証実験等の実施地域数	活動実績	件	1	2	4	-	-
当初見込み			件	1	2	3	47	-	
単位当たり コスト	算出根拠			単位	令和元年度	令和2年度	令和3年度	4年度活動見込	
	本事業に要した費用 /SNS相談に関する調査・実証実験等の実施地域数	単位当たり コスト	百万円/件	10	9	8	0.5		
計算式		本事業に要した費用 /実証実験の調査実施数		10/1	18/2	32/4	23/47		
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	令和元年度	令和2年度	令和3年度	中間目標 -年度	目標最終年度 -年度
	本実証事業のSNS相談を利用しやすいと感じた相談者の割合を50%以上とすること	相談者に対するアンケートのうち「SNS相談が利用しやすい」と回答した者の割合	成果実績	%	-	-	60	-	-
			目標値	%	-	-	50	-	-
			達成度	%	-	-	120	-	-
根拠として用いた 統計・データ	令和2年度事業報告書「SNSを活用した消費生活相談の試行」公表業務 調査報告書								

政策評価、新経済・財政再生計画との関係	政策評価	政策	消費者政策の推進		
		施策	消費者政策の企画・立案・推進及び調整	政策評価書 URL	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/
	新経済・財政再生計画改革工程表 2021	取組事項	分野:	-	-
			(新経済・財政再生計画改革工程表 2021) URL:	-	-
		該当箇所	-	-	

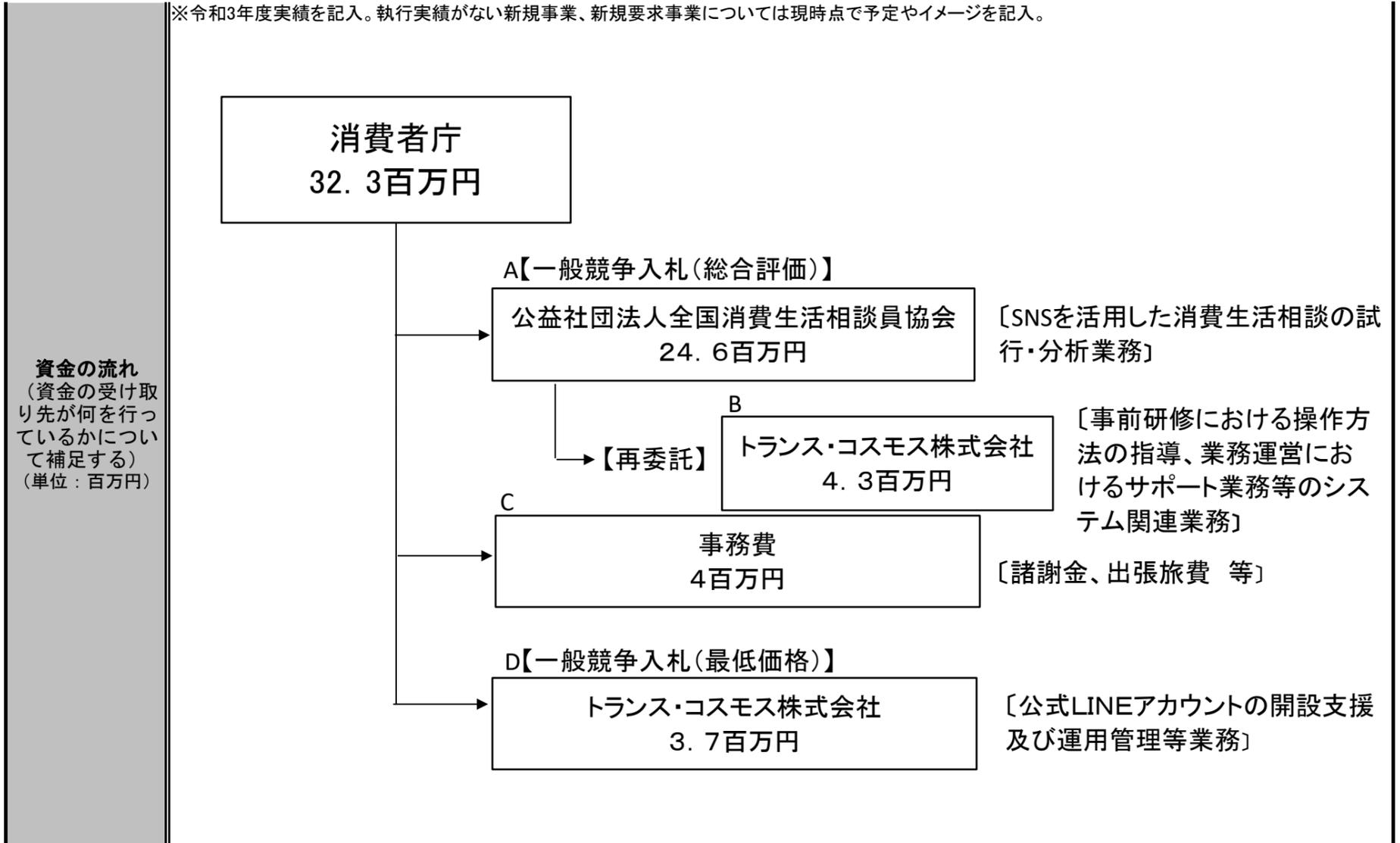
事業所管部局による点検・改善

	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。	○	現在、多くの地方自治体で行われている消費生活相談は電話又は対面で行われているが、デジタル技術の活用により、消費者にとって相談しやすい相談手法を広げていくことが必要となっている。
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。	○	消費生活相談は消費者安全法に基づき都道府県及び市町村が行う事務とされており、民間等に委ねることができない。現状、地方自治体で行われている消費生活相談は電話又は対面での対応がほとんどである。このため、国が社会のデジタル化に対応した消費生活相談の手法を実証し、その結果構築した相談手法のモデルを地方自治体に示しSNS相談の導入を促進することが必要となっている。
	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。	○	消費者基本計画(閣議決定)においてもSNSでの消費生活相談の実施を進めることとしており、消費者政策の体系において本事業の優先度は高い。消費者庁「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」報告書では、「文字による相談では、相談対応が履歴として残り、画像によって情報が拡散される危険性があることから(略)慎重な対応が必要となった」とされ、従来とは異なる手法を取り入れることへの相談員の心理的負担感の払拭が課題であることが明らかとなった。このため、本事業では、国が行う実証においてSNSを導入する際の相談員の対応ノウハウを抽出・整理してマニュアルにまとめ、自治体に提供してSNS相談の導入を促しており、政策目的の達成手段としての必要性及び適切性が認められる。
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。
	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。	○	SNS相談の試行に係る費用は、国が実施すべき施策を民間事業者に委託して実施するものであることから、本事業に係る必要経費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。	○	一般競争入札や複数業者から見積りを取り最低価格の業者と契約することで、より低コストで成果を挙げており、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など、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)	-	-	
事業の有効	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	令和2年度の試行の結果に基づき作成した「SNSにおける消費生活相談対応マニュアル」の内容についての検証・改善を行い、令和4年3月に当該マニュアルを取りまとめた。同年4月には消費者庁ウェブサイト公表するとともに、全国の地方公共団体に提供してSNS相談の導入を促進するための通知を発出した。
	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。	○	見込みどおり実証地域を拡大して実証を行うことができている。

性	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	実証実験の成果として作成したマニュアルと報告書を消費者庁ウェブサイトに掲載するとともに、全国の自治体にマニュアルを提供し、さらに消費生活相談員が参照する行政フォーラムにマニュアルを掲載した。自治体からはマニュアルに関する問合せが複数あり、中にはSNS相談の導入を検討している自治体もあったため、成果物が活用されていると評価できる。
---	--------------------------	---	---

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)				-
	事業番号			事業名	
点検・改善結果	点検結果	<p><必要性> 現在、多くの地方自治体で行われている消費生活相談は電話又は対面で行われているが、デジタル技術の活用により、消費者にとって相談しやすい相談手法を広げていくことが必要となっている。消費者基本計画(閣議決定)においてもSNSでの消費生活相談の実施を進めることとしており、消費者政策の体系において本事業の優先度は高い。消費者庁「若者が活用しやすい消費生活相談に関する研究会」報告書では、「文字による相談では、相談対応が履歴として残り、画像によって情報が拡散される危険性があることから(略)慎重な対応が必要となった」とされ、従来とは異なる手法を取り入れることへの相談員の心理的負担感の払拭が課題であることが明らかとなった。このため、本事業では、国において実証を行い、SNSを導入する際の相談員の対応ノウハウを抽出・整理してマニュアルにまとめ、自治体に提供することとしたものであり、政策目的の達成手段としての必要性が認められる事業であると言える。</p> <p><効果> 実証結果を分析し、「SNSにおける消費生活相談対応マニュアル」を作成し、全国の地方公共団体に提供することができた。自治体からはマニュアルに関する問い合わせが複数あり、中にはSNS相談の導入を検討している自治体もあったところであり、政策目的に照らして肯定的な評価を行える成果を出すことができた」と評価できる。</p>			
	改善の方向性	<p>令和3年度に行った実証モデルでは、相談者の5割以上から相談しやすいとの評価を得ることができたため、令和3年度の実証目的としていた相談対応のノウハウの抽出・整理及びそれらのマニュアルへの取りまとめについては政策目的を達することができたと評価できる。一方で、相談者に対して行ったアンケート結果では、相談に用いたシステムの操作性に満足していないとの回答が多かったことから(相談対応の満足度を問う設問では、不満・やや不満と回答した理由の20%がシステムの使いにくさに起因。)、令和4年度の実証においてはシステム面の改善が課題であると言える。令和4年度の実証においては、SNS相談のシステムとしてふさわしいモデルの構築を目指し、限られた予算を効率的に活用して実証を行うこととする。</p>			
外部有識者の所見					
-					
行政事業レビュー推進チームの所見					
現状通り	引き続き効率的な事業の執行に努めること。				
所見を踏まえた改善点/概算要求における反映状況					
現状通り	引き続き効率的な事業の執行に努めてまいりたい。				
備考					
-					
関連する過去のレビューシートの事業番号					
平成30年度	消費者庁新30-0001				
令和元年度	消費者庁	-	0005		
令和2年度	消費者庁		0003		
令和3年度	2021	消費	20	0005	

※令和3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。



A. 公益社団法人全国消費生活相談員協会			B. トランス・コスモス株式会社		
費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
委託費	SNSを活用した消費生活相談の試行・分析業務	24.6	人件費等	事前研修における操作方法の指導、業務運営におけるサポート業務等のシステム関連業務	4.3
計		24.6	計		4.3
C. 事務費			D. トランス・コスモス株式会社		
費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
雑費	職員旅費、委員等旅費、諸謝金等	4	委託費	公式LINEアカウントの開設支援及び運用管理等業務	3.7
計		4	計		3.7

費目・用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随意契約となった理由及び改善策 (支出額10億円以上)
1	公益社団法人 全国消費生活相談員協会	2010405010418	SNSを活用した消費生活相談の試行・分析業務	24.6	一般競争契約 (総合評価)	2	--	

