

令和4年度行政事業レビューシート (消費者庁)

事業名	消費者ホットラインの運用等			担当部局庁	消費者庁	作成責任者				
事業開始年度	平成21年度	事業終了(予定)年度	終了予定なし	担当課室	地方協力課	課長 加藤 卓生				
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日改訂) (第5章 重点的な施策の推進 5. 消費者行政を推進するための体制整備)					
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)	消費者ホットラインは、共通の電話番号により最寄りの消費生活センター等の消費生活相談窓口を案内するものであり、消費者の利便性の向上及び相談機会の充実を図ることにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものである。									
事業概要 (5行程度以内。別添可)	消費者ホットラインの円滑な運用に向けて、各通信事業者における必要な設備の運営等及び消費者ホットラインの認知度向上に向けた広報を実施するものである。なお、本ホットラインについては、平成27年7月から3桁化(188)している。									
実施方法	委託・請負									
予算額・執行額 (単位:百万円)	予算の状況	当初予算	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			
		補正予算	-	-	-	-	-			
		前年度から繰越し	-	-	-	-	-			
		翌年度へ繰越し	-	-	-	-	-			
		予備費等	-	-	-	-	-			
		計	98	120	120	120	121			
	執行額	98	112	115						
	執行率(%)	100%	93%	96%						
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%)	100%	93%	96%							
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						
	情報処理業務庁費	110	106							
	消費者政策調査費	10	15							
	計	120	121							
活動内容 (アクティビティ)	消費者ホットラインを運営(消費生活センター等の相談窓口の連絡先を知らない消費者に対して相談窓口を案内)するとともに、消費者ホットラインの存在や役割等の認知度向上に向けた広報を実施する。									
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	
	災害時の応急対応も含めた「消費者ホットライン188」の適切な運営及びターゲットを意識し多様なツールを活用した広報を行う。	消費者ホットライン188の運営(利用件数)	活動実績	件	953,587	1,051,313	911,695	-	-	
			当初見込み	件	837,401	953,587	1,051,313	911,695	-	
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		
	消費者ホットライン運用経費/利用件数			単位当たりコスト	円	103	107	125.6	-	
				計算式	万円/万件	9,852.5/95.4	11,246.8/105.1	11,451.5/91.2	-	
定量的な成果目標の設	定量的な目標が設定できない理由			定性的な成果目標と令和元年～令和3年度の達成状況・実績						
	消費者ホットラインの運営により、消費者の利便性の向上及び相談機会の充実につながり、消費者被害の未然防止・拡大防止に資するものと考えているが、その効果を定量的に図ることは困難である。			消費者ホットラインのシステムを安定的に運営し、併せて認知度向上に向けた取組を進めることにより、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。平成27年には同ホットラインを3桁化(188)。平成30年度にはイメージキャラクター「イヤヤン」を制作し、イヤヤンを活用したポスター・チラシの設置等を実施。令和2年度・令和3年度には、SNSや全国のバスに広告の掲出等を行い、認知度向上に向けた取組を実施。						

定が困難な場合	事業の妥当性を検証するための代替的な達成目標及び実績		代替目標	代替指標		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 6 年度	
			消費者ホットライン188の認知度を向上させることにより、消費者の利便性の向上及び相談機会の充実を図る。	消費者ホットラインの認知度	実績	%	9.2	9.1	12	-	-	
						目標値	%	-	-	-	-	30
						達成度	%	-	-	-	-	-
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	(4) 地方消費者行政の推進	政策評価書 URL	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/							
	取組事項	分野:	-	-	該当箇所	○令和3年度政策評価事前分析表 : P8、9 ○令和3年度政策評価書 : P14~16						
		(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												
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。					○	消費者トラブルに遭った際に相談しやすい体制を整備することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につながるものであり、国民や社会のニーズを反映している。					
	地方自治体、民間等に委ねることができない事業なのか。					○	消費者ホットラインは、全国の消費生活センターや消費生活相談窓口ナビダイヤルを通じて案内するシステムであり、国が全国一律に対応する必要があることから、国として実施すべき事業である。					
	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。					○	消費者トラブルに遭った際に相談しやすい体制を整備することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につながるものであり、政策目的の達成手段として必要であり優先度の高い事業である。					
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。					○	「消費者ホットライン」の運営については、エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社のみが、必要な唯一のサービス(ナビダイヤル)を提供できるため、随意契約としている。					
	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	また、消費者ホットラインの3桁化「188」に伴い、各電気通信事業者の提供する電気通信サービスの契約者や利用者(以下「発信者」という。)が3桁の188番号をダイヤルした場合、発信者の通話をエヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社へ接続する必要があるため、東日本電信電話株式会社ほか各電気通信事業者と個別に契約をしている。					
	競争性のない随意契約となったものはないか。					有	認知度向上に向けた広報については、少額随意契約のものを除き、一般競争入札を実施することで競争性を確保し、透明性・公平性を図った上で効率的に実施した。					
	受益者との負担関係は妥当であるか。					○	国においてシステムの整備・運用を行い、受益者である国民は通話料の負担のみで最寄りの消費生活センター等に相談できる体制としており、受益者との負担関係は妥当である。					
	単位当たりコスト等の水準は妥当か。					○	契約に当たっては事業費を精査しており、妥当な水準である。また、契約単価についても、全国向けに公表している単価であり妥当である。					
	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。					○	本事業の執行に必要な経費のみを支出している。					
	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。					○	消費者ホットラインの運営について、効果が低い機能については必要に応じて見直しを行っている。						

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。	△	認知度については十分とはいえない状況にあることから、SNS広告や鉄道・バスによる交通広告等様々な媒体を活用した広報を積極的に実施し、認知度の向上を図っている。
	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。	○	利用件数は見込みを下回っているが、消費者ホットラインの運営による消費者被害の解決等の役割を果たしている。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	○	利用件数は前年度実績を下回っているが、消費者ホットラインの運営による消費者被害の解決等の役割を果たしている。
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)	-	-
	事業番号	事業名	
点検・改善結果	点検結果	消費者ホットラインは、消費者トラブルに遭った際に相談しやすい体制を整備することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげるものであり、国民や社会のニーズを反映した国費投入の必要性の高い事業である。また、本ホットラインのシステムの運営については、エヌ・ティ・ティコミュニケーションズ株式会社のみが必要な唯一のサービス(ナビダイヤル)を提供できることから随意契約とし、認知度向上に向けた広報については、少額随意契約のものを除き一般競争入札を実施するなど、事業の効率性の確保に努めている。一方で事業の有効性の観点において、利用件数は見込みを上回る十分な活用がなされているが、認知度については十分とはいえない状況にある。	
	改善の方向性	消費者ホットラインのシステムの運営について、引き続き適正かつ効率的な執行に努める。また、認知度の向上に向けて、今後も様々な機会を捉えて広報の取組を積極的に進めていく。	
外部有識者の所見			
現在の認知率は低いと言わざるを得ず、認知度向上のための施策に予算を投入してアウトプットのの一つとして設定すべきではないか。また国民の情報手段の多様化に沿って、相談の在り方自体の拡大、多様化を検討いただきたい。多様化を検討した場合「188」を知っていることが重要ではなく、どうすれば相談ができるか、アクセス方法を複数認知しているかが重要になる可能性もあり、事業形態や成果指標の見直しが必要となる可能性がある。また、ターゲット層(世代別等)を設定するのであれば特化した周知方法・内容に変更していくことも必要となる可能性がある。			
行政事業レビュー推進チームの所見			
現状通り	消費者ホットラインの更なる認知度向上に向けて、様々な検討を重ねつつ、引き続き効率的な予算の執行に努めていただきたい。		
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	令和4年6月に消費生活相談の目指すべき将来像等を示した「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2022」を策定した。同プランに沿って、相談の多様化も含めた消費生活相談のデジタル化を進めるための経費を別事業において要求している。消費者ホットラインの更なる認知度向上に向けて、消費者への効果的な伝え方等を検討し、引き続き効率的な予算執行に努める。		
備考			
-			
関連する過去のレビューシートの事業番号			
平成23年度	0025~0032/新0002~0005		
平成24年度	0009		
平成25年度	0009		
平成26年度	0010		
平成27年度	0009		
平成28年度	0009		
平成29年度	0009		
平成30年度	0009		
令和元年度	消費者庁 - 0015		
令和2年度	消費者庁 0015		
令和3年度	2021 消費 20 0013		

※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。

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)	消費者庁 114.8百万円					
	【随意契約(その他)】 A. エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社 外5社 (消費者ホットラインの運用支援)	【一般競争入札(総合評価)等】 B. 凸版印刷株式会社 外3社 14.2百万円 (消費者ホットライン188、消費生活センター及び消費生活相談員の広報のための企画及び実施)				
費目・用途 (「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。費目と用途の双方で実情が分かるように記載)	A. エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社		B. 凸版印刷株式会社			
	費目	用途	金額 (百万円)	費目	用途	金額 (百万円)
	雑役務費	消費者ホットラインの運用支援	85	雑役務費	消費者ホットライン188、消費生活センター及び消費生活相談員の広報のための企画及び実施業務	12.5
	雑役務費	消費者ホットライン利用料金明細書発行手数料	1			
計		86	計		12.5	
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					<input type="checkbox"/> チェック	

支出先上位10者リスト

A. エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社 外5社

	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	エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社	7010001064648	消費者ホットラインの運用業務等	86.2	随意契約(その他)	-	--	
2	株式会社NTTドコモ	1010001067912	188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供	4.8	随意契約(その他)	-	--	
3	西日本電信電話株式会社	7120001077523	188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供	3	随意契約(その他)	-	--	
4	東日本電信電話株式会社	8011101028104	188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供	3	随意契約(その他)	-	--	
5	ソフトバンク株式会社	9010401052465	188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供	2	随意契約(その他)	-	--	
6	KDDI株式会社	9011101031552	188番号から消費者ホットラインへの接続に係る機能提供	1.5	随意契約(その他)	-	--	

B. 凸版印刷株式会社 外3社

	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	凸版印刷株式会社	7010501016231	消費者ホットライン188、消費生活センター及び消費生活相談員の広報のための企画及び実施業務	12.5	一般競争契約(総合評価)	4	--	
2	株式会社日本広告社	1011101048439	消費者ホットライン188及び消費生活センターの広報のための動画広告配信業務	1	随意契約(少額)	-	--	
3	株式会社太陽美術	6010601003790	「消費生活センターリーフレット」の印刷業務	0.4	随意契約(少額)	-	--	
4	株式会社ジェイプロ	8010801005164	「消費生活センターリーフレット」等の梱包・発送業務	0.3	随意契約(少額)	-	--	