

令和 5 年度行政事業レビュー

消費者庁優良事業改善事例

特別賞

事業名：消費者ホットラインの運用等
(担当課：地方協力課)

1. 事業の概要①

事業の目的

- 消費者ホットライン188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・拡大防止につながるものである。

現状・課題

- 消費者が消費者トラブルにあった場合に取り得る行動として、全体の40.7%の方が「市区町村の消費生活センターに相談する」と回答（消費生活相談におけるSNS等の利用に係る調査）しているが、消費生活センター等の連絡先を含め知っている消費者は3.9%（令和元年）にとどまっており、消費生活センター等の連絡先を知らない消費者に窓口を案内することにより、相談の第一歩を支援する必要がある。

事業概要

- 消費者ホットライン188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。

2. 優良事業改善事例（特別賞）の選定理由

選定理由

- 行政事業レビューシートの作成過程の中で、担当課において、本事業が目指すべき姿の再検討やアウトカム指標の見直しなど、事業改善に向けた前向きな検討がなされ、翌年度以降の事業改善が期待できる状態となったことを評価する。

事業改善に向けた検討のポイント

- 消費者ホットラインの認知度に関する年齢別・地域別のデータに基づき、認知度が低い地域に対し、ターゲットごとに広報媒体を分け、集中的に広報を実施するなど、ターゲットを意識して啓発方法を試行錯誤している。
 - 当初のレビューシートでは、効果発現経路が異なる「ホットラインの運営」と「広報」が一つのアクティビティになっており、アウトカム指標も設定されていなかった。
 - ⇒ 「運営」と「広報」を別のアクティビティとし、さらに、広報は自治体による「間接的広報」と、消費者庁が直接行う「直接的広報」の二種類に細分化し、それぞれアウトプット指標・アウトカム指標を整理。特に注力している直接的広報について、消費者ホットラインの認知度が低い地域への集中的な広報を実施していたため、こういったデータに基づいて試行錯誤を行っていることを、レビューシート上にも表すことで調整。
- 消費者ホットラインの認知度の数値が上がってこない状況を踏まえ、消費者に求める知識を実態に即したものとし、より実効性のあるアウトカム指標に見直した。
 - 現在の認知の状況や、一般的に必ずしも電話番号を覚えていることが少ない現代においては、消費者ホットライン自体の名称・番号そのものよりも、消費者被害に遭った際に行政に相談できることを消費者が認知していることが重要であると整理し、次年度以降の意識調査での設問を修正することで調整（消費者ホットラインの認知度も引き続きモニタリングする。）。あわせて、「相談窓口を認知した媒体」をモニタリングし、どの媒体による広報がより効果があるのか確認し、より効果的な広報の実施につなげていく旨を補足的に記載することで調整。
 - また、本事業で最終的に目指すのは、「相談しようと思った人が相談窓口にアクセスできている」と整理し、「相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる」ことを長期アウトカム指標として設定することで調整。

3. 改善点の概要

改善前		改善後			
アクティビティ	消費者ホットラインの運営及び認知度向上に向けた広報	消費者ホットラインの運営	認知度向上に向けた広報		
↓			間接的広報	直接的広報 ※特に力を入れている広報	
アウトプット	適切な運営及び広報の実施 KPI : ホットラインの利用件数			普及・啓発のためパンフレット等を作成 KPI : ホットラインの啓発ツールの量	直接的な広報の実施 KPI : 各年度の取組実績
↓			— ※「アウトカムが複数設定できない場合の理由」を記載	地方公共団体等による普及・啓発活動の実施 KPI : ホットライン啓発ツール利用団体数	広報の受容者数等 KPI : 各年度の取組成果
短期アウトカム	設定なし ※代替指標に「ホットラインの認知度向上」			相談窓口の認知度向上 KPI : 消費生活センター等の相談窓口の認知度	
↓		「相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等に相談しない人」の減少 KPI : 消費生活センター等へ相談しようと思わない人のうち、その理由が「連絡先が分からないから」と回答した人の割合 ※あわせて、「ホットラインの利用件数」をモニタリング			
中期アウトカム					
↓		長期アウトカム			
改善の方向性	—	(別事業で消費生活相談のデジタル化を進め、) 2026年以降は、消費生活相談のためのポータルサイトも活用し、消費生活相談したい人が迷わず消費生活相談窓口までたどり着くことができるようにすることを目指していく			

4. その他

【優良改善事例選定プロセス】

- 行政事業レビュー実施要領第5部1（1）③に記載の選定に当たっての考慮点に基づき、政策立案総括審議官を含めた行政事業レビュー推進チームにおいて各事業の達成状況を確認し、それを踏まえ、消費者庁長官が優良事例を選定。

【庁内への横展開方法等】

- 9月に庁内の幹部職員が集まる幹部会議において表彰事例を共有するとともに、庁内各課室にも広く改善に至るまでの議論の過程をまとめた本資料を展開することで、庁内全体への横展開につなげている。