

事業番号

2023 - 消費 - 22 - 0013

令和5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	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)			
政策	消費者政策の推進		主要経費	その他の事項経費			
施策	(4)地方消費者行政の推進						
政策体系・評価書URL	https://www.caa.go.jp/policies/evaluation/						
事業の目的(5行程度以内)	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・拡大防止につなげるものである。						
現状・課題(5行程度以内)	消費者が消費者トラブルにあった場合に取得する行動として、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(5行程度以内)	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。						
事業概要URL	https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/hotline/						
実施方法	委託・請負						
補助率等	-						
予算額・執行額(単位:百万円)(インプット)	予算の状況	当初予算(A)	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度要求
		補正予算(B)	-	-	-	-	-
		前年度から繰越し(C)	-	-	-	-	-
		翌年度へ繰越し(D)	-	-	-	-	-
		予備費等(E)	-	-	19	-	-
		計(F) =(A)+(B)+(C)+(D)+(E)	120	120	139	121	121
		執行額(G)	112	115	125		
執行率(%) =(G)/(F)	93%	96%	90%				
当初予算+補正予算に対する執行額の割合(%) =(G)/[(A)+(B)]	93%	96%	104%				
令和5・6年度予算内訳(単位:百万円)	歳出予算項・目		令和5年度当初予算	令和6年度要求	主な増減理由(・要望額・予備費)		
	(項)	消費者政策費					
	(目)	情報処理業務庁費	106	106			
	(目)	消費者政策調査費	15	15			
		その他					
	計(A)	121	121				

活動内容① (アクティビティ)	消費者ホットライン188を運営する(消費生活センター等の消費生活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)。								
↓									
活動目標及び活動実績① (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込
	年末年始を除き、相談者を市区町村等の消費生活相談窓口につなげる、または受付時間外などつながることができなかった場合には市区町村の窓口の名称、受付時間、電話番号をお知らせする。		活動実績						
			当初見込み						
↓	成果目標①-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり) 国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため、下記目標を設定。								
成果目標及び成果実績①-3 (長期アウトカム)	成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 15px; display: inline-block;"></div> 年度	
	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	消費生活意識調査による、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	成果実績	%	-	-	8		
			目標値	%	-	-	-		
			達成度	%	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績	消費生活意識調査 あわせて「消費者ホットライン188の利用件数」をモニタリングし、全体数量的視点から消費者ホットライン188の利用に特異な傾向が生じていないか確認することを通して、成果目標「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。」を目指していく。								
アウトカム設定について の説明	アクティビティ①について定性的なアウトカムを設定している理由								
	アクティビティ①についてアウトカムが複数設定できない理由								
	アクティビティである消費者ホットライン188の運営は、アウトプットと短期アウトカムが表裏の関係である。また、最終アウトカムは広報の取組と相まって達成されるものであるため、活動内容②及び③と共通の成果目標を記載している。								

活動内容② (アクティビティ)	消費者ホットライン188や消費生活センターの存在やその役割等の認知度向上に向けた地方公共団体等が行う広報活動を支援する。									
↓										
活動目標及び活動実績 ② (アウトプット)	活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込	
	消費者ホットライン188等の普及・啓発のためパンフレット等を作成し、地方公共団体等が行う周知活動を支援する。	普及・啓発のためのツール数	活動実績	件	33	34	35	-	-	
			当初見込み	件	32	33	34	35	-	
↓	成果目標②-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)	地方公共団体等が行う周知活動への支援として、消費者庁が作成した啓発ツールを地方公共団体等に活用してもらえたかが重要となるため、以下のとおり目標を設定								
成果目標及び成果実績 ②-1 (短期アウトカム)	成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度		
	地方公共団体等による消費者ホットライン188等啓発ツールを活用した普及・啓発活動の実施	消費者ホットライン188等啓発ツール利用申請団体数	成果実績	団体	96	177	357	-		
			目標値	団体	61	96	177	-		
			達成度	%	157.4	184.4	201.7	-		
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績	消費者庁集計									
↓	成果目標②-2の 設定理由 (短期アウトカム からのつながり)	消費者庁において普及・啓発することにより、広く国民に消費者ホットライン188や消費生活センター等の存在を知ってもらい、その内容を理解してもらうことを目的として以下の目標を設定。								
成果目標及び成果実績 ②-2 (中期アウトカム)	成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 年度		
	相談窓口の認知度向上	商品購入やサービスの提供に伴う契約等でトラブルや被害に遭った場合に相談できる消費生活センター等の認知度	成果実績	%	-	-	-			
			目標値	%	-	-	-			
			達成度	%	-	-	-	-		
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績	あわせて、「消費生活センター等を認知した媒体」もモニタリングし、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。 (参考)認知度(第6回消費生活意識調査(令和4年度)) ・消費生活センター:25.9%、消費者ホットライン188:7.2% ※「名前」と「内容」を知っていたと回答した割合 ・消費生活センター:49.6%、消費者ホットライン188:23.7% ※「名前」は知っていたと回答した割合									
↓	成果目標②-3の 設定理由 (長期アウトカム へのつながり)	国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため、下記目標を設定。								
成果目標及び成果実績 ②-3 (長期アウトカム)	成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 年度		
	相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	消費生活意識調査による、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	成果実績	%	-	-	8			
			目標値	%	-	-	-			
			達成度	%	-	-	-	-		
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績	消費生活意識調査 あわせて「消費者ホットライン188の利用件数」をモニタリングし、全体数量的視点から消費者ホットライン188の利用に特異な傾向が生じていないか確認することを通して、成果目標「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。」を目指していく。									
アウトカム設定について の説明	アクティビティ②について定性的なアウトカムを設定している理由									
	アクティビティ②についてアウトカムが複数設定できない理由									

活動内容③ (アクティビティ)		消費者ホットライン188や消費生活センターの存在やその役割等の認知度向上に向け、チラシの増刷・配布、ステッカー作成・配布、消費者月間である5月に広告配信、TVCMの放映やwebCMの配信等を実施。特に令和4年度は、成年年齢の引き下げ(令和4年4月)もあり、若年者向けにwebCMのYouTube配信に注力した。									
↓											
活動目標及び活動実績 ③ (アウトプット)		活動目標	活動指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	5年度 活動見込	6年度 活動見込	
		消費者ホットライン188や消費生活センターの周知	webCMのYouTube配信	活動実績	件			1	-	-	
				当初見込み	件						-
↓											
成果目標③-1の 設定理由 (アウトプット からのつながり)		消費者庁による広報活動のなかで、令和4年度は声優を起用した消費生活センター所長との対談の様子をYouTube配信し、消費者ホットライン188の存在や消費生活センターの役割を周知。その受容者数(webCMのYouTube視聴数)を成果指標として設定。									
成果目標及び成果実績 ③-1 (短期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 - 年度		
		消費者ホットライン188や消費生活センターの周知	webCMのYouTube視聴数	成果実績	件			487,793	-		
				目標値	件				400,000	-	
				達成度	%	-	-		121.9	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		消費者庁集計									
↓											
成果目標③-2の 設定理由 (短期アウトカム からのつながり)		消費者庁において普及・啓発することにより、広く国民に消費者ホットライン188や消費生活センター等の存在を知ってもらい、その内容を理解してもらうことを目的として以下の目標を設定。									
成果目標及び成果実績 ③-2 (中期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標年度 - 年度		
		相談窓口の認知度向上	商品購入やサービスの提供に伴う契約等でトラブルや被害に遭った場合に相談できる消費生活センター等の認知度	成果実績	%	-	-	-			
				目標値	%	-	-	-	-		
				達成度	%	-	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		あわせて、「消費生活センター等を認知した媒体」もモニタリングし、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。 (参考)認知度(第6回消費生活意識調査(令和4年度)) ・消費生活センター:25.9%、消費者ホットライン188:7.2% ※「名前」と「内容」を知っていたと回答した割合 ・消費生活センター:49.6%、消費者ホットライン188:23.7% ※「名前」は知っていたと回答した割合									
↓											
成果目標③-3の 設定理由 (長期アウトカム へのつながり)		国民が消費者トラブルに関する相談先を探そうとしたときに、消費者ホットライン188も含め消費生活センター等の消費生活相談窓口に迷わずアクセスできることが重要であるため、下記目標を設定。									
成果目標及び成果実績 ③-3 (長期アウトカム)		成果目標	定量的な成果指標		単位	令和2年度	令和3年度	令和4年度	目標最終年度 - 年度		
		相談先が分からないことを理由に、消費生活センター等へ相談しない人を減少させる。	消費生活意識調査による、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	成果実績	%	-	-	8	-		
				目標値	%	-	-	-	-	-	
				達成度	%	-	-	-	-	-	
成果実績及び目標値の 根拠として用いた 統計・データ名(出典) /定性的なアウトカムに 関する成果実績		消費生活意識調査 あわせて「消費者ホットライン188の利用件数」をモニタリングし、全体数量的視点から消費者ホットライン188の利用に特異な傾向が生じていないか確認することを通して、成果目標「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。」を目指していく。									
アウトカム設定について の説明		アクティビティ③について定性的なアウトカムを設定している理由									
		アクティビティ③についてアウトカムが複数設定できない理由									
事業に関連する KPIが定められて いる関連決定等		名称									
		URL									

該当箇所																			
事業所管部局による点検・改善																			
点検結果	<p>消費者ホットライン188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。</p> <p>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ている。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企画競争による随意契約を実施するなど、事業の効率性の確保に努めている。</p> <p>事業の有効性の観点において、消費者ホットライン188は年間約100万件近く利用されており、適切に運用されていると考えられる。広報については各種取り組んでいるものの認知度が十分とはいえない状況にある。</p>												目標年度における効果測定に関する評価(令和〇年度実施)						
改善の方向性	<p>消費者ホットライン188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。</p> <p>消費者ホットライン188の広報については、認知度の向上に向けて、今後も様々な機会を捉えて取組を積極的に進めていく。</p> <p>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、消費生活相談を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。</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に至る過程及び所見																			
現状通り	現在、アウトカム等指標を定めていない事業でも、定められそうなものについては検討をしていただきたい。(相談窓口の認知度向上など)																		
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	相談窓口となる消費生活センター等の認知度向上に向け、より効果的な広報やその効果を測る手法を検討するとともに、引き続き効率的な予算執行に努める。																		
過去に受けた指摘事項と対応状況	公開プロセス・秋の年次公開検証(秋のレビュー)における取りまとめ																		
	上記への対応状況																		
	その他の指摘事項																		
	上記への対応状況																		
	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4年度	2022	消費	21	0011															

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
124.4百万円

【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
100.1百万円

消費者ホットライン188の運用支援に係る業務

【随意契約(企画競争)等】
B. 株式会社プラップジャパン 外8社
24.3百万円

消費者ホットライン188の広報等に係る業務

【その他事務費
諸謝金 0.03百万円】

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.			B.		
	費目	使途	金額 (百万円)	費目	使途	金額 (百万円)
	雑役務費	消費者ホットラインの運用支援	84.8	雑役務費	消費者ホットライン188及び消費生活センターの普及啓発に向けた広報戦略の企画立案及び実施業務	19.9
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		85.8	計		19.9	
費目・使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.エヌ・ティ・ティ・コミュニケーションズ株式会社 外5社口

	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188の運用業務等	85.8	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	4.7	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.株式会社プラップジャパン 外8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	株式会社プラップジャパン	7010401097578	消費者ホットライン188及び消費生活センターの普及啓発に向けた広報戦略の企画立案及び実施業務	20	随意契約(企画競争)	3		
2	株式会社太陽美術	6010601003790	消費者ホットライン188啓発チラシ等の増刷	1	随意契約(少額)			
3	株式会社LOCUS	7011001064654	消費生活センター紹介動画制作業務	1	随意契約(少額)			
4	株式会社funbox	5010501004601	消費者ホットライン188キャラクター缶パッチ作成業務	0.8	随意契約(少額)			
5	有限会社ナッシュ	4080002015431	消費者ホットライン188キャラクター缶パッチ作成業務	0.7	随意契約(少額)			
6	株式会社HELIOS	6010001088128	「消費者ホットライン188の日」広告配信業務	0.3	随意契約(少額)			
7	株式会社オフィスランク	9011301001355	「消費者ホットライン188」啓発支援業務(充電器及びバッテリー交換)	0.2	随意契約(少額)			
8	株式会社日本広告社	1011101048439	消費生活センター紹介リーフレット編集業務	0.2	随意契約(少額)			
9	ヤマト運輸株式会社	1010001092605	イヤヤン着ぐるみの梱包・発送業務	0	随意契約(少額)			
支出先上位10者リスト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3】に記載							チェック	