

令和 3 年 5 月 19 日
中小企業庁事業環境部調査室

民間競争入札実施事業
中小企業実態基本調査の実施状況報告について（案）

1. 事業概要

中小企業実態基本調査実施事業（以下「本事業」という。）については、「競争の導入による公共サービスの改革に関する法律」（平成 18 年法律第 51 号）に基づく民間競争入札を行い、以下の内容により平成 31 年度から令和 3 年度までの事業を実施している。

（1）業務内容

中小企業実態基本調査における調査の標本設計、調査名簿作成、調査の実施、審査・集計及び報告書作成業務

（2）契約期間

平成 31 年 4 月～令和 4 年 3 月末までの 3 年間

（3）受託事業者

エム・アール・アイ リサーチアソシエイツ株式会社

（4）実施状況評価期間

平成 31 年 4 月から令和 3 年 3 月まで（2 年間）

（5）受託事業者決定の経緯

中小企業実態基本調査における民間競争入札実施要項（以下「実施要項」という。）に基づき、平成 31 年 1 月 23 日に実施した入札説明会において、2 者の参加があった。

提案書を提出した者は 1 者で、技術審査を行ったところ、評価基準を満たしていることを確認した。

平成 31 年 3 月 1 日に開札を実施したところ、予定価格の範囲内で、上述の受託事業者が落札者となった。

2. 確保されるべきサービスの質の達成状況及び評価

平成 31 年度（令和元年度）及び令和 2 年度に実施した調査における確保されるべきサービスの質の達成状況及び評価は次のとおり。

（1）回収率・疑義照会件数

①実施状況

ア 平成 31 年度（令和元年度）

平成 31 年度（令和元年度）は「令和元年調査（平成 30 年度決算実績）」を実施した。

- ・ 5 月下旬に調査名簿を作成し、6 月 17 日以降、調査客体に対して調査協力依頼を送付し調査名簿の精度向上を図り、調査対象用品発送用名簿を確定した。その後、7 月 10 日以降、順次、調査対象用品を発送した。回収率の向上を図るため、調査対象用品が未到着となった場合（調査客体に調査対象用品が到着せず、返送されてきた場合）や、調査客体から事務局への問合せの結果、当該企業が調査対象外・休業・廃業・倒産等が判明した場合は、名簿から当該企業を

- 除外し、予備標本から標本を入れ替えた後、入れ替えた企業に対して調査対象用品を発送した。
- ・調査票の締切日は8月31日とし、8月22日及び28日に提出期限のお知らせ通知を発送し、締切日以降も督促電話（「9月コール」は9月9日～9月27日、「フォローコール」は10月10日～10月21日の期間に実施）、回収率の低い情報通信業等の個人企業に対して調査票の再発送（10月4日発送）、督促状の発送（10月10日、11日発送）により、回収率の向上を図った。
 - ・また、回収された調査票については、マニュアルを作成し審査を実施し、誤記入等の不備があるものについては電話による疑義照会を実施し、調査結果の精度向上を図った。

イ 令和2年度

令和2年度は「令和2年調査（令和元年度決算実績）」を実施した。

- ・5月下旬に調査名簿を作成し、6月10日以降、調査客体に対して調査協力依頼を送付し調査名簿の精度向上を図り、調査対象用品発送用名簿を確定した。その後、7月6日以降、順次、調査対象用品を発送した。回収率の向上を図るため、調査対象用品が未到着となった場合（調査客体に調査対象用品が到着せず、返送されてきた場合）や、調査客体から事務局への問合せの結果、当該企業が調査対象外・休業・廃業・倒産等が判明した場合は、名簿から当該企業を除外し、予備標本から標本を入れ替えた後、入れ替えた企業に対して調査対象用品を発送した。
- ・調査票の締切日は、新型コロナウイルス感染症の影響に鑑み、調査票記入のために十分な時間を確保できるよう10月15日とし、9月23日及び10月1日に提出期限のお知らせ通知を発送し、締切日以降も督促電話（「10月コール」は10月21日～11月10日、「フォローコール」は11月16日～12月3日の期間に実施）、オンライン回答率の低い個人企業に対して調査票の再発送（11月4日発送）、オンライン回答率が比較的高い従業員規模の大きな層に対しては督促状（オンライン調査用ID等の印字あり）の発送（11月4日、6日発送）により、回収率の向上を図った。
- ・また、回収された調査票については、マニュアルを作成し審査を実施し、誤記入等の不備があるものについては電話による疑義照会を実施し、調査結果の精度向上を図った。

②評価

- ・目標回収率は約55%（有効回答率50%）としていたが、結果は以下のとおり。

| | 回収率 | 有効回答率 |
|---------------|-------|-------|
| 平成31年度（令和元年度） | 41.4% | 37.7% |
| 令和2年度 | 44.5% | 41.1% |
| 【参考】平成30年度 | 45.0% | 42.5% |

- ・目標の達成はならなかったが、適切に実施された。平成31年度（令和元年度）及び令和2年度の回収率はいずれも実施要項に記載された目標回収率には届かなかった。しかし、令和2年度では前年度の回収実績を分析し、調査客体の従業員規模や主業の産業大分類に応じて、督促電話、督促はがき、調査票再送の督促手法を選別し実施したことで、前年度を上回る回収率となっており、一定の成果が見られることから適切に実施されたものと考えられる。

- ・疑義照会件数の結果は以下のとおり。

| | 疑義照会件数 | 疑義照会率 (疑義照会件数/回答企業数) |
|------------------|----------|-------------------------|
| 平成 31 年度 (令和元年度) | 39,850 件 | 85.2% |
| 令和 2 年度 | 40,115 件 | 79.8% |

- ・疑義照会に関する評価は下述のとおり。

(2) 調査客体への対応状況等

①実施状況 (平成 31 年度 (令和元年度) 及び令和 2 年度)

- ・問合せ件数の結果は以下のとおり。

| | 計 | | | |
|---------------------|----------|---------|-------|---------|
| | | 拒否・クレーム | 再発送依頼 | 発送先情報変更 |
| 平成 31 年度 (令和元年度) | 9,803 件 | 1,208 件 | 407 件 | 734 件 |
| 令和 2 年度 | 10,014 件 | 934 件 | 722 件 | 757 件 |

- ・疑義照会件数の結果は以下のとおり。【再掲】

| | 疑義照会件数 | 疑義照会率 (疑義照会件数/回答企業数) |
|------------------|----------|-------------------------|
| 平成 31 年度 (令和元年度) | 39,850 件 | 85.2% |
| 令和 2 年度 | 40,115 件 | 79.8% |

<問い合わせ>

調査客体からの問合せ用電話窓口として、専用フリーコール及び直通電話を整備し調査事務局として設置した（ピーク時（調査票発送時）は、常時 10 人程度は問合せ対応できる体制を構築）。

問い合わせ対応に当たっては、受託事業者において「電話問合せマニュアル」及び「電話問合せ FAQ」を作成した。また、業務開始にあたり、これらの資料や調査概要、決算書に関する資料を元にオペレーターへの研修（3 日間）を行った。

調査客体からの問合せ内容及び事務局からの回答内容は、受託事業者において構築した「問合せ管理システム」に入力しオペレーター同士で状況確認（終了・未決）や引継ぎ時に活用した。

問い合わせは、平成 31 年度（令和元年度）は 9,803 件、令和 2 年度は 10,014 件であった。

<疑義照会>

上述の調査事務局にて対応。業務開始に当たっては、オペレーターに上述の問い合わせ研修を受講させた後、受託事業者において作成した「審査マニュアル」や「疑義照会マニュアル」を元に研修（1 日間）を行った。

受託事業者において作成した「審査マニュアル」を元に審査を行い、調査票の回答内容に疑義が生じた場合、オペレーターが調査客体に電話で確認し、受託事業者において構築した「疑義照会システム」に入力・修正しオペレーター同士で進捗状況（「完了」、「拒否」、「不在」又は「保留」）の把握や引継ぎを行った。

疑義対象件数は、平成 31 年度（令和元年度）は 39,850 件、令和 2 年度は 40,115 件であった。

②評価

<問い合わせ>

- ・適切に実施された。受託事業者において、「電話問合せマニュアル」を作成し「電話問合せFAQ」や調査概要、決算書に関する資料を作成の上、研修を実施し、また、専用システムにより、迅速かつ丁寧に対応していることは評価できる。

<疑義照会>

- ・適切に実施された。受託事業者において、「疑義照会マニュアル」を作成し、専用システムによる調査票情報の一元管理を行うとともに、調査客体への電話時に確認が必要な項目数やおおよその通話時間を伝えるなど創意工夫を行っている点は評価できる。
- ・なお、令和2年度は前年度に比べ疑義照会率が低下しているが、上述2.(1)の調査票締切日の後ろ倒しによる疑義照会期間の減少や下述4.(1)に記載のオンライン調査(※)の回答率増加によるものと思料できる。
 - ※ オンライン調査時に入力する調査票(HTML形式)には、自動計算機能があり一部項目において検算機能を有しているため、オンラインにて提出された調査票は疑義照会の件数が少なくなる傾向がある。
- ・一方で、調査客体からは以下のコメント等があり、一部については「疑義照会マニュアル」や研修等の改善の余地があるところ。
 - － 電話対応が失礼である。オペレーターが名乗らず、10秒以上双方無言の状態となった。オペレーターの教育に加え、フリーダイヤルで連絡したことに対し、不信感を持った。
 - － 「本当に中小企業庁で実施している調査なのか」と尋ねられ、オペレーターがマニュアルどおり、中小企業庁から委託されて実施していることを伝えたが、「委託先の企業名を名乗らないのはおかしいのではないか」となり、中小企業庁担当者より委託状況等を説明した。
 - － 他の調査事務局では、以前に調査の回収率を質問しても答えてもらえず今回は回答いただき安心した。また、他の調査事務局では、名前も名乗らず質問しても上の人に代わったり、答えをもらえずでした。

(3) 実施経費（実際に本業務に要した経費）

①実施状況（平成31年度（令和元年度）及び令和2年度）

| | 市場化テスト前 | 市場化テスト後 | |
|---|---------------|----------------------------|----------------|
| | 平成30年度 (A) | 平成31年度（令 和元年度） (B-1) | 令和2年度 (B-2) |
| 支払額（税抜） | 257,344,155 円 | 262,490,000 円 | 242,333,208 円 |
| 市場化テスト前後の増 減率 ※ (B-A) / A | — | 2.0% | ▲5.8% |
| 調査客体数 | 108,444 社 | 112,953 社 | 112,912 社 |
| 調査客体1社当たり支 払額 | 2,373.1 円/社 | 2,323.9 円/社 | 2,146.2 円/社 |
| 1社当たり支払額の市 場化テスト前後の増減 率 ※ (B-A) / A | — | ▲2.1% | ▲9.6% |

②評価

市場化テスト前（平成30年度）と市場化テスト後（平成31年度（令和元年度）以降）を比較した結果、支払額において、平成31年度（令和元年度）では増加したものの、令和2年度では削減、また、調査客体1社当たりの支払額では両年度とも削減された。

3. 実施経費の状況及び評価

上述2.(3)に記載のとおり。

4. 民間事業者からの改善提案による改善実施事項等

(1) 回収率・照会件数

令和元年調査の回収率低下を受け、令和2年調査では特に回収率の向上に資する取り組みを複数実施した。調査客体の票種や産業に対して、適切と考えられる方法を選定し督促対応を実施した（図表）。

| 産業大分類 | 法人企業 | | | | 個人 |
|-------------------|------|-------|--------|-------|----|
| | 5人以下 | 6～20人 | 21～50人 | 51人以上 | |
| 建設業 | | ○ | ○ | ○ | |
| 製造業 | | | ○ | ○ | |
| 情報通信業 | | ○ | ○ | ○ | |
| 運輸業、郵便業 | | | ○ | ○ | |
| 卸売業 | | | | ○ | |
| 小売業 | | | | ○ | |
| 不動産業、物品賃貸業 | | | | ○ | |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | | | ○ | ○ | |
| 宿泊業、飲食サービス業 | | | | ○ | |
| 生活関連サービス業、娯楽業 | | | | ○ | |
| サービス業（他に分類されないもの） | | | | ○ | |

【凡例】

- 督促架電のみ実施層
- 督促はがき送付後、督促架電実施層
- 督促はがきのみ送付実施層
- 調査票再送付実施層

- ・この結果、令和2年調査は令和元年調査に比べ全体で3.1ポイント（41.4%→44.5%）の回収率向上が行えており、特に昨年度の回収率が悪かった個人票においては、昨年度より6.7ポイント増加（37.1%→43.8%）した。
 - ・オンラインによる回答を促すために、令和2年調査では調査の協力依頼はがきや督促はがきにオンライン回答のメリット等を記載した。この結果、令和2年調査は令和元年調査に比べ全体でオンライン回答率（※）が7.1ポイント増加（38.6%→45.7%）した。
- ※ オンライン回答率（%）＝オンラインによる回答数／紙・オンラインによる回答数×100

（2）調査客体への対応状況等

- ・回線を30チャンネル（同時通話可能数）設定し、カスタマーコントロール機能を用い、時期や時間帯、在籍している電話オペレーターの人数に合わせたチャンネル数の調整をリアルタイムに実施した。これにより、同時に受電できる電話機の数（電話対応ができる電話オペレーターの人数）を調整することが可能となり、話中状態となる状況を防ぐことに努めることができた。
- ・問合せ管理システムへの問合せ内容の記録については、一部の問合せ種別を選択すると問合せ内容メモ欄に自動的に定型文が追記される仕組みを導入し、入力にかかる時間を短縮し電話対応に専念できた。
- ・問合せ管理システムに、記入担当者の氏名、電話番号から調査対象者を検索できる機能を付加した。当該機能を利用し、対象者からの疑義照会の折り返しがあった際にも、スムーズな引継ぎが可能となった。
- ・疑義照会のオペレーターについては、業務経験者を配置した。

（3）実施経費（実際に本業務に要した経費）

複数年契約によるメリット（業務内容の習熟、名簿作成作業の平準化等）により特に人件費の削減を実施した。

5. 競争性改善のための取組及び分析

市場化テストにおいて、入札公告期間（公告日から提案締切まで）を標準（20日間）より16日多い36日に延長、契約期間を1年から3年に変更及び情報開示（調査関係書類等の資料閲覧）と競争性改善の取組を実施した。調査関係書類等の資料閲覧については1社より要望があり、本事業に対する知見を深めることはできた。

6. 全体的な評価

- ・平成31年度（令和元年度）及び令和2年度の確保されるべき質として設定した回収率（有効回答率）については、目標回収率（目標有効回答率）を達成するには至らなかったが、令和2年度では督促手法を選別し実施したことで、前年度を上回る回収率となった。
- ・調査客体への対応状況等については、民間事業者から積極的に改善提案が出されており、調査をより適切に、効率的に実施しようとする姿勢は評価できる。
- ・実施経費については、市場化テスト開始前と市場化テスト開始後の単年度契約額で比較すると、令和2年度は5.8%減（調査客体1社当たりの支払額では9.6%減）と一定程度の経費削減効果は得られた。
- ・また、書面開催により令和3年4月20日に得られた外部有識者による評価は以下のとおり。

- (1) 回収率・照会件数については、回収率は目標には届かなかったものの、調査の回収は適切に実施された。特に令和2年度は、回収率の属性を見ながら督促手法を変えるなど回収率の向上を図る取り組みを行ったことにより、前年度を上回る回収率となり、一定の成果が見られたことから、最善の努力をしていることがうかがえる。
- (2) 調査客体への対応状況等については、調査客体からの問い合わせ、疑義照会とも適切に実施された。一方で、一部調査客体から電話対応等に関する不満のコメントがあるが、オペレーターへの研修等を通じて、今後より一層適切な対応をしていただきたい。
- (3) 実施経費（実際に本業務に要した経費）については、調査客体1社当たりの支払額は、両年度とも削減され、更に令和2年度は削減率が大きくなっており、評価できる。

上述のとおり本事業は一部で良好な実施結果が得られているとまでは言えず、「市場化テスト終了プロセス及び新プロセス運用に関する指針」（平成26年3月19日官民競争入札等監理委員会決定）Ⅱ. 1. (1)の市場化テスト終了基準に照らすと以下のとおりである。

- ① 事業実施中に、受託民間事業者が業務改善指示等を受けたことはなく、業務に係る法令違反行為等はなかった。
- ② 中小企業庁において、既に外部有識者等によるチェックを受ける仕組みを備えており、今後も引き続き外部有識者等のチェックを受ける予定である。
- ③ 入札に当たり、競争入札を実施したが一者応札であった。
- ④ 適切に実施されていたものの、目標回収率及び目標有効回答率については確保されるべき質に係る目標の達成には至らなかった。
- ⑤ 従来経費と比較して、特に市場化テスト2年目（令和2年度）は一定程度の経費削減があった。

7. 今後の事業

上述6.に記載のとおり③及び④において市場化テスト終了基準を満たす事ができていないため、来期においても市場化テストを継続することとしたい。

次期事業の実施に当たっては、適正な競争入札の環境を整備するとともに業務プロセスの標準化を実施し、確保されるべき質の目標の達成のため、これまでの回収実績を分析し督促方法の更なる選別化（オンライン調査への誘導、調査票の再送等）を図るとともに問合せや疑義照会の調査客体への対応についてはマニュアルの充実等を図る。また、経費の削減については、統計としての「質」の維持・向上を念頭に置きつつ、上述の対応策を講じることによるオンライン回答率の向上を図り、調査票の回収に係る郵送費やパンチ入力費を削減することとしていきたい。