

施策評価シート(対象:H28年度実施施策)

H29年度評価

施策名	消費者の自立支援の充実			総合計画コード	122
部名	市民環境部	主管課名	地域づくり支援課	主管課部課コード	020400
関連部課名					

1. 施策概要

めざす目的成果	消費者に必要な情報、消費者教育の機会が提供されるとともに、消費者被害の未然防止、被害回復のため消費生活相談を受けることができ、安心して消費生活を送ることができている。					
施策概要	消費者教室の実施や広報あさか、市ホームページ、啓発物などを通じ、消費者被害の未然防止、合理的な判断ができる消費者の育成を図る。また、消費生活全般に関する苦情や問い合わせなどを受け付ける消費生活相談を実施する。					
個別計画 関連計画	計画名称		計画期間	H	年度 ~ H	年度
				H	年度 ~ H	年度
				H	年度 ~ H	年度

2. 実施結果

H28年度の 施策の実施内容	「消費者情報アンテナ」の広報掲載(年2回) 「消費生活センターだより」の広報掲載(年6回) 消費者教室の開催(3回) 消費生活通信講座の実施(4冊) 啓発物の配布 消費生活パネル展の実施(市役所・中央公民館等) 毎週月～金曜日 10時～12時、13時～16時に面談及び電話にて「消費生活相談」を実施 相談件数647件(2月末現在)					
H28年度の 基本概念(コンセ プト)の実施内容	安全・安心な まち	消費者トラブルの未然防止及び被害回復のため、消費生活相談及び啓発活動を実施した。				
	子育てが しやすいまち	小学生とその保護者を対象に、「消費生活親子サマースクール」を実施し、親子で消費生活について学び考える機会を提供した。				
	つながりのある 元気なまち	民生委員、地域包括支援センターに高齢者等の見守りや被害防止に役立つ資料を配布した。				
	自然・環境に 恵まれたまち	悪質商法の被害防止のため、広報、ホームページの活用や公共施設でのパネル展等を通じ、注意喚起を行い地域の方々の意識の向上を図った。				
総コスト (事業費+人件費)	単位:千円 (決算)	H28年度(見込)	H29年度	H30年度	H31年度	H32年度
		22,569	—	—	—	—

指標名 (説明)	単位	H28年度	H29年度	H30年度	H31年度	前期基本計画目標 H32年度
		目標・計画	目標・計画	目標・計画	目標・計画	目標・計画
		実績(見込)	実績(見込)	実績(見込)	実績(見込)	実績(見込)
① 消費生活相談件数 (説明) 消費生活センターで実施する 消費生活相談の受付件数	件	618	621	624	627	630
		706	—	—	—	—
② (説明)			—	—	—	—

3. 施策の分析

達成度 (目標の達成状況はどうか)	<input type="radio"/> A 目標・計画を大幅に上回る成果があがっている(5点) <input type="radio"/> D 目標・計画を下回り、十分な成果があがらなかった(2点) <input type="radio"/> B 目標・計画を十分に上回る成果があがっている(4点) <input type="radio"/> E 目標・計画を大幅に下回り、ほぼ成果があがらなかった(1点) <input checked="" type="radio"/> C 目標・計画どおりに成果があがっている(3点)
	(説明) 消費生活相談事業については、専門の資格を持つ相談員が対応するとともに、消費者問題に高い見識を有する弁護士を相談員のアドバイザーとするなど迅速で適切な業務を行った。 消費生活啓発事業については、契約、取引等の経験が不足している新成人に対する成人式での啓発資料の配布や、高齢者の消費者被害防止のため老人福祉センターでの資料配布などを行うとともに、広報あさかや市ホームページ等を活用し消費生活に必要な情報提供などを実施した。
必要性 (ニーズは今後どう変化するか)	<input type="radio"/> A ニーズ及び解決すべき課題は大きく増加する方向にある <input type="radio"/> D ニーズ及び解決すべき課題は減少する方向にある <input checked="" type="radio"/> B ニーズ及び解決すべき課題は増加する方向にある <input type="radio"/> E ニーズ及び解決すべき課題は大きく減少する方向にある <input type="radio"/> C ニーズ及び解決すべき課題は現状と変わらない
	(説明) 高齢者世帯の増加、スマートフォン等の普及によるインターネット利用の拡大、キャッシュレス決済の増加等により、消費者トラブルも多様化、複雑化している。国においては、消費者被害の防止等のため消費者関連法の改正などを行っているが、消費者の安全・安心を確保するためには、消費者に身近な地域における消費者行政の充実・強化が必要である。
施策を進める上での問題点・課題	(説明) 高齢者の消費者トラブルの未然防止のため、市内の老人福祉センター等でのパネル展の実施や悪質商法防止カレンダーの配布等により啓発を実施しているが、消費生活相談における高齢者の割合は依然として高い状況である。今後も、高齢者を始めとする各世代の特性に応じた効果的な啓発を実施する必要がある。

4. 今後の展開方針〔部としての判断〕

施策の方向性	〔複数選択可〕 <input type="checkbox"/> 重点化 <input type="checkbox"/> 内容の見直し					
	(説明) 消費者の安全確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情や相談には、引き続き、消費生活センターの設置を維持し、機能向上を図り、啓発活動については、引き続き、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等を行うとともに関係機関と連携を図る。					
行政と市民の役割分担	<input type="radio"/> I 行政の関与(役割)を拡大 <input type="radio"/> II 行政・市民の関与(役割)バランスを維持 <input checked="" type="radio"/> III 市民の関与(役割)を拡大 高齢者など消費者被害に遭いやすい方の消費生活の安全・安心を確保するためには、行政と民生委員、地域包括支援センターなど関係機関が連携して取り組むことが有効である。					
施策を構成する事務事業の次年度の方向性	事務事業名	総コスト(事業費+人件費)		有効性 貢献度	優先性 緊急性	H30に向けた 投入資源の方向性
	1 消費生活啓発事業	8,128	8,178	4	4	拡大
	2 消費生活相談事業	14,672	14,391	4	4	現状のまま
	3					
	4					
	5					
	計 (単位:千円)	22,800	22,569	—	—	—
	<input type="checkbox"/> 6事業以上の事務事業の位置付けがあるため、別紙に記載					
審議会等の第三者機関の評価(意見)	関連する第三者機関なし					
部長の意見	消費生活相談は、消費者の安全の確保、被害の救済等を図る上で極めて重要な役割を果たしている。今後においても消費生活センターの機能向上に努めるとともに、消費者に必要な情報を提供し、市民が安全で安心な消費生活を送れるように取り組んでいく。					