

施策評価シート

1. 基本情報				対象年度（28年度）			
施策コード	113		施策名	暮らしの相談体制の充実			
将来像	1	安全でうれしいのある暮らしができるまち（「暮らし」の分野）					
まちづくりの基本目標	11	安全・安心に生活できるまち					
主担当部	市民生活部		主担当課	産業振興課		係	消費生活センター
担当者	瀬谷 真		役職	市民生活部長		内線	230
関係課	秘書広報課						

2. 施策の方向			
10年後の姿	暮らしに関する相談体制が充実し、市民は生活上のトラブルが発生しても迅速に対応し、適切に問題解決を図っています。また、消費者として必要な知識を理解している「賢い消費者」が増え、消費者トラブルに遭う人が減少しています。		
施策の方向性	1	多様な暮らしの相談ができる体制を充実します	
	2	消費者被害を未然防止するため、啓発活動を推進します	

3. 構成事業の状況				(単位:千円)			
No.	事務事業名	実行計画	施策の方向性	担当課	平成27年度決算	平成28年度決算	平成29年度予算
0107010302	消費者保護対策事業	対象	すべて	産業振興課	2,007	2,667	5,260
0107010303	消費生活展事業		2	産業振興課	89	59	90
0102010403	市民相談事業	対象	1	秘書広報課	1,453	2,157	1,497
総事業費(施策の合計)					3,549	4,883	6,847

4. まちづくり指標									
指標情報					平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成31年度	平成37年度
①	名称	消費生活講座等の開催回数		目標値	—	8	8	8	10
	説明	市民向け消費者講座等実施数	単位 回	実績値	7	8			
	抽出方法	消費生活センターにおいての実績より		達成率	—	100.0%			
②	名称	消費生活相談受付件数		目標値	—	850	850	900	1000
	説明	消費者トラブルなどによる相談受付数	単位 件	実績値	787	826			
	抽出方法	消費生活センター等においての受付数		達成率	—	97.2%			
③	名称	消費生活情報・啓発冊子等の発行回数		目標値	—	6	6	7	9
	説明	市民向け消費生活情報などの発行物等の発行回数	単位 回	実績値	5	6			
	抽出方法	消費生活センターにおいての実績より		達成率	—	100.0%			

5. 評価(平成28年度実績に対する)			
評価基準		評価※	評価理由
投入財源・成果 (「3. 構成事業の状況」「4. まちづくり指標」)に対する評価	総合評価 (成果、投入財源等を総合的に評価)	B	構成事業の状況については、施策の方向性1には、市民相談事業を、2には、消費生活展事業を、1、2両方には、消費者保護対策事業を、それぞれ目的達成の手段として構成しており、「10年後の姿」を達成するために適当な事務事業が展開されている。 まちづくり指標については、「①消費生活講座」については申込みが定員以上に達することが多く、市民の関心が高いことが伺える。ただし、参加を希望する方の中には、乳幼児を抱えた方も多く保育定員が少なかったことから、参加できない方も大勢いた。母親への消費者教育を充実させることで、その子どもも同様に教育されることが期待される。「10年後の姿」に掲げた目標を達成するためには、十分な保育体制をとる必要がある。 「②消費生活相談受付件数」については、目標数値を達成した。市ホームページでの周知、出前講座の実施や「③消費生活情報・啓発冊子」により、消費生活相談について市民への周知が進んでいると判断できる。

※A 「10年後の姿」を達成するために、「構成事業の状況」や「まちづくり指標」の達成が十分
B 「10年後の姿」を達成するために、「構成事業の状況」や「まちづくり指標」に一部課題がある
C 「10年後の姿」を達成するために、「構成事業の状況」や「まちづくり指標」の達成が不十分

施策評価シート

6. 施策を取り巻く環境

外部要因	状況	外部要因に対する評価	評価理由
市民ニーズの状況	消費者被害の手口が複雑化しており、消費者被害情報や新たな手口などの情報について、市民の関心が高まっている。	1.施策遂行に役立つ・有利	消費者被害に関する情報収集や消費についての知識を得ることにより、被害を未然に防ぐことができる。
将来人口の推移	高齢化社会が進むことにより、消費者被害に巻き込まれる高齢者の増加が懸念される。	3.施策の必要性を高める	新たな手口による消費者被害が増加し、高齢者が被害に巻き込まれる確率が高くなる。
他自治体との比較	近隣市では、高齢消費者見守りネットワーク事業を実施し、地域の高齢者見守り活動を他課と連携して実施している。	3.施策の必要性を高める	近隣市との比較分析を行うことにより、具体的に取り組むべき課題と対策を図ることができる。
民間企業・NPO・市民の動向	消費者の意識は高まってきているが、消費者団体については世代交代が行われていない。	3.施策の必要性を高める	個人でも消費者活動に参加できる消費者サポーター制度などを設け、育成することにより、消費者意識や知識を高めることができる。
法・制度改正の動向	消費者安全法の改正に伴い、高齢者等の消費生活上配慮を要する消費者を地域全体で見守ることが地方公共団体に求められている。	1.施策遂行に役立つ・有利	地域で高齢者・障害者等の消費生活上配慮を要する消費者を見守ることにより、消費者被害を未然に防ぐことができる。
技術革新の動向	デジタルコンテンツの多様化により情報伝達手法が容易になった。	1.施策遂行に役立つ・有利	デジタルコンテンツの活用は情報伝達の高速化や若年層への情報伝達として有効である。

7. 今後の施策課題

No.	今後の施策課題（平成30年度に向けて）	左記課題に関する現在の取組状況
①	多様な世代に向けた消費者教育・啓発活動を強化し、自ら判断し適切に行動できる消費者の育成に努める。	消費生活講座やきよせ出前講座による消費者教育を行うとともに、子どもには親子向け消費生活講座を実施している。啓発活動については、消費生活センターだよりの全戸配布や市報・ホームページでの広報を行っている。
②	複雑且つ巧妙化する消費者被害に対応するため、消費生活相談員の相談対応力の強化を図る。	消費者センターのパンフレットの作成や広報媒体を活用しての周知啓発に努めているが、一層の周知活動は必要と感じている。また消費者相談員の増員による相談業務の拡充は図った。今後人材育成として、研修参加を促していきたい。
③	高齢者・障害者等の消費生活上配慮を要する消費者を地域・自治体・事業者・警察等で連携して見守り、消費者被害やその兆候などを発見した場合に迅速に連絡できる体制の構築を図る。	消費者被害を未然に防ぐため、警察署から被害情報発生の際に連絡をもらっている。また、防災防犯課と連携した自動通話録音装置の貸出を予定し、地域包括支援センターとの連携についても検討している。