

平成27年度施策評価シート(平成26年度実施事業)

施策名	消費者行政	施策コード 4-2-5	作成主管課	市民活動課
			関係課	

総合計画後期基本計画の内容 ※H24.2月策定

政策体系	政策	第4章 自然と共生した安全でやさしさのあるまちづくり〔生活環境〕
	小政策	2 さまざまな不安や災害に強い安全なまちをつくります
現況と課題	消費生活に関わる現状としては、問題が複雑、多岐、高度化し、特に、東日本大震災を背景にした悪質訪問販売等が横行することが予想されます。また、消費者をめぐる環境が激変する中では、消費者の自立支援が最も重要であり、それをフォローする役割として消費者行政が期待されています。 本市ではこれまで、被害の未然防止のため消費生活講座などの啓発・普及活動を推進するとともに、高齢者等と面会する機会が多い民生委員や介護ヘルパーを対象に訪問時のチェックポイント等の講座を実施した結果、平成22年度の相談業務において約2,880万円の被害を防止しました。また、消費者団体の育成支援を行い、「笠間市消費者友の会」においては、出前講座の講師を務めるなど啓発活動に寄与しています。 今後も、消費者の権利や利益を守り、安全でやすらぎのある生活を確保するため、問題発生を未然に防ぐ健全な消費生活の定着に向けた、啓発活動の推進や消費者団体の育成支援を実施していく必要があります。 また、家庭用品・特定製品販売店への立入検査の適正運用による安全な商品の提供など、時代にあったサービス提供と市民の財産を守る観点から、被害防止の取り組みを強化していく必要があります。	
施策目標	消費者問題(被害)の未然防止のため、相談体制の充実と啓発活動の拡充を図ります。また、啓発活動の担い手となる消費者団体の育成を図り、健全な消費生活の定着と安定を目指します。	

1 総合計画進行管理

市民からの意見・反応等	
-------------	--

(1) 目標指標1

市民実感度指標		H23現状値	H24	H25	H26	H27	H28
消費者被害に遭わないように注意している市民の割合	市民実感度	91.200	74.570	78.920	76.470		
	加重平均値	3.519	3.231	3.231	3.265		
当施策を重要と感じている市民の割合	重要度		76.770	83.130	82.920		
	加重平均値		3.192	3.239	3.317		

(2) 目標指標2

数値指標		単位	H23現状値	H24	H25	H26	H27	H28
出前講座・消費生活講座の年間受講者数	目標値	人		700	700	700	700	700
	実績値	人	695	477	732	973		
	達成度	%		68.14	104.57	139.00		
	ベンチマーク							
相談受理件数	目標値	件		減少	減少	減少	減少	減少
	実績値	件	348	308	395	481		
	達成度	%		100.00	100.00	100.00		
	ベンチマーク							
	目標値							
	実績値							
	達成度	%						
	ベンチマーク							
	目標値							
	実績値							
	達成度	%						
	ベンチマーク							

数値指標の考え方	指標設定の考え方	・市民が安心安全な消費生活が送れるよう意識を啓発するため、講座等の受講者数を指標とした。 ・消費生活の安定と向上を図るため、消費生活に係る相談件数を指標とした。
	目標値設定の考え方	・消費生活の意識啓発を図るため、年間講座受講者700人を目指す。 ・消費生活の意識啓発の効果として、相談件数の減少を目指す。

2 施策の成果向上に向けての市民と行政との役割分担をどう考えるか

市民の役割	市民(地域・団体・事業所)が自助でやるべきこと。共助でやるべきこと。市と協働でやるべきこと。 ・市から提供される消費生活に関する講座を積極的に利用します。 ・消費生活に関するトラブルや問題があった場合は、笠間市消費生活センターに相談します。
行政の役割	市がやるべきこと。県がやるべきこと。国がやるべきこと。 ・消費者の自己防衛力(自己責任による消費力)の向上を図るため、消費生活講座などの機会を通して、被害防止に関する情報提供を行います。 ・消費者団体「笠間市消費者友の会」の育成支援を行います。 ・相談業務をNPO団体に委託し、相談体制の充実を図ります。

3 平成26年度の取組状況

取組状況等	取組み内容と成果、成果が得られた要因として考えられること。 ・消費生活センター業務をNPO法人NPO消費者相談室に委託し、複雑化・高度化している悪質商法などの消費者問題に専門的な知識を活かした相談や講座の実施により消費者被害を防ぎ、減少させた。 ・消費者力アップ市民講座を開催した。(受講者23名、全6回) ・販売商品表示の適正化のため、販売事業者への立入検査を実施した。
-------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4 施策の評価(現状分析)

○市民実感度指標と数値指標の分析による当該施策の位置

領域 I 現状を維持しつつ、効率化を目指す領域
領域 II 施策を構成する事務事業及び事業内容等を見直し市民実感度を高める必要のある領域
領域 III 施策並びに構成する事務事業の必要性を検討する領域
領域 IV 施策の重点化を図り市民実感度を高める必要がある領域

指標を分析した結果施策目標は達成されたのか

達成度評価

・週報・広報紙を活用した情報提供により出前講座や消費生活講座の年間受講者の数が増加に繋がったと考えられる。
・相談受理件数は消費生活に関する問題がニセ電話詐欺、食品表示偽装、ネットトラブルなど多岐にわたり複雑・高度化しており、また、被害件数も増加傾向にあるが、情報提供や出前講座の開催により消費生活問題を未然に防止していると考えられる。

施策目標を達成するための手段(事務事業)の構成は妥当か

構成事務事業の適正性

・施策目標を達成するための事業構成は妥当であり、今後も継続し市民の消費生活の安定を図っていく。

残された課題

平成27年度以降に残る課題、その要因として考えられること。
・消費生活に係る相談は、時代を反映して多岐にわたり複雑化、高度化している。さまざまな消費者問題の解決や被害者救済に対応していくことが課題である。

5 今後の方向性

取組方針	平成28年度に向けた施策方針 ・笠間市消費生活センターの相談体制の充実と出前講座等の情報提供を図っていく。 ・笠間市消費者友の会の活動を支援していく。
------	-----------------------------------------------------------------------------------

シート3-1 施策構成事務事業貢献度評価

施策を構成する事務事業	事業内容	事務事業性質	成果					補助区分	事業費(千円)			貢献度評価	
			成果指標	単位	平成24年度	平成25年度	平成26年度		平成24年度	平成25年度	平成26年度		
1	消費生活啓発活動事業	近年, 消費者トラブルが多様化・複雑化しているため, 消費者の自己防衛力の向上を図ることができるよう, 出前講座・消費生活講座・市報などを活用した情報提供, 県及び他市町村と連携した広域啓発活動を実施。	義務的事業	受講者数(累計)	人	477	732	973	市単	219	1,415	1,062	義務的事業
2	消費者相談事業	消費生活に係る相談は複雑, 多岐, 高度化している。そのため, 職員や相談員のレベルアップを図るとともに, 関係機関と連携を密にしながら, 気軽にできる相談処理体制の整備を図る。	義務的事業	相談件数 相談窓口開設日数 被害予防金額	件 日 円	308 245 43,932,073	395 245 36,027,635	481 249 12,046,522	市単	1,074	10,457	10,756	義務的事業
3	消費者団体の育成・支援事業	消費者問題に適切に対応できるよう, 消費者団体の育成に努める。団体活動を通じて知り得た知識や情報を地域に還元することができる消費者団体に育成することに努め, 合わせて活動の支援を図る。	義務的事業	団体活動参加延人数	人	645	600	670	市単	220	214	214	義務的事業
4	販売事業者への立入検査事業	地域の小売店等に立入検査を実施。販売商品の表示内容等を検査することにより, 消費者の安全確保を図る。	義務的事業	適正表示品目数	種類	4	8	7	市単	0	0	0	義務的事業
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													
事業費合計									1,513	12,086	12,032		

シート1 施策構成事務事業目的直結度評価

施策名 消費者行政

施策目標に対応して 施策目標に概ね対応 ある 施策目標に間接的である	1	2	4
	3	5	7
	6	8	9
	←	←	←
	施策の対象と一致している	施策の対象と概ね一致している	施策の対象と間接的(少数)である
	施策の対象と事務事業の対象		

法定受託事務(義務的事業に分類)

消費生活活動啓発事業
 消費者相談事業
 消費者団体の育成・支援事業
 販売事業者への立入検査事業

事務事業の成果基準の説明

シート2施策構成事務事業貢献度評価

施策名 消費者行政

施策の目的に対する事務事業の目的の直結度

- 非常に高い 1
- 高い 2 3
- 中 4 5 6
- 低い 7 8 9

1	2	4
3	5	7
6	8	10
9	11	12

事務事業の休廃止検討エリア

法定受託事務(義務的の事業に分類)
消費生活活動啓発事業 消費者相談事業 消費者団体の育成・支援事業 販売事業者への立入検査事業
事務事業の成果基準の説明

成果は高い(上位) 成果はやや高い(中位) 成果は普通(中位) 成果は低い、ほとんど出ていない若しくは把握できない(下位)

事務事業の成果