

平成27年度 行政評価 施策カルテ

施策名	3 消費生活の向上
-----	-----------

施策主管課	生活安心課	総合計画記載頁	97ページ
-------	-------	---------	-------

1 施策の位置付け

政策の柱	I 市民の安全で健康な笑顔あふれる暮らしを支えるために	政策名 (基本施策名)	6 日常生活の安心感を高める	政策の達成目標 (基本施策目標)	地域社会や事業者、行政が連携して、日常生活を取り巻くさまざまな不安を解消し、市民が、安全で安心した生活を送っています。
------	-----------------------------	----------------	----------------	---------------------	---

2 施策の取組状況

施策目標	市民が安全で安心な消費生活を送っています。
------	-----------------------

① 施策指標	指標名(単位)		H24	H25	H26	H27	H28	H29 (目標年)	評価	② 市民意識調査結果	指標名(単位)	H24 (現状値)	H25	H26	H27	H28	H29	評価	
	指標1	消費生活講座等の開催数	単年度目標値	95回	100回	105回	110回	115回				120回	B	指標3	施策の満足度(%)	調査結果	32.5%		34.2%
現状値			64回	実績値	104回	98回	84回												
目標値(H29)			120回	単年度の達成度	109.5%	98.0%	80.0%												
指標2	消費生活講座等の受講者数	単年度目標値	4,000人	4,100人	4,200人	4,300人	4,400人	4,500人	A	「参考」 中核市等との水準比較	消費生活相談件数/消費生活相談員数	中核市平均	473.86	464.39	467.32				B
		現状値	2,682人	実績値	4,081人	4,103人	3,894人												
		目標値(H29)	4,500人	単年度の達成度	102.0%	100.1%	92.7%												
		単年度目標値																	
		現状値																	
		目標値(H29)																	

※『①施策指標』の単年度の達成度の計算について

★ 通増型の指標(目標値が基準値より増加することが望ましいもの)	$\frac{\text{実績値}}{\text{目標値}} \times 100 (\%)$
★ 通減型の指標(目標値が基準値より減少することが望ましいもの)	$\frac{\text{目標値}}{\text{実績値}} \times 100 (\%)$

※ 評価の考え方

① 施策指標	A: 達成度90%超 [33点]	B: 達成度70%~90% [25点]	C: 達成度70%未満 [15点]
② 市民意識調査結果(満足度)	A: 前年度より向上(±5pt超) [33点]	B: 前年度同水準(±5pt以内) [25点]	C: 前年度より低下(±5pt以下) [15点]
③ 主要な構成事業の進捗状況	A: 計画以上(主要な構成事業の2割超が計画以上) [33点]	B: 計画どおり(主要な構成事業の2割以上が計画どおり) [25点]	C: 計画より遅れ(主要な構成事業の2割超が計画より遅れ) [15点]
総合評価	順調:(A評価が2つ以上(C評価がある場合を除く。)) [90点以上]	概ね順調:(主にB評価が2つ以上) [65点以上90点未満]	やや遅れている:(C評価が2つ以上) [65点未満]

取組内容と成果・成果の要因、進捗の状況

施策を取り巻く環境等	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活相談の内容は、複雑かつ多様化しており、解決に向けた相談体制の充実や予防対策の強化が求められている。 悪質業者の参入、商品・サービスの複雑化、ITを活用した取引などによる消費生活相談や消費者被害が増加している。 消費者被害が増加している中、特に高齢者の特殊詐欺被害が増加している。
施策指標	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者の特殊詐欺被害防止のための消費生活講座を重点的に実施したことから、当該講座は開催数・受講者数ともに前年を上回ったが、成人を対象とした講座が減少したため、平成26年度消費生活講座の開催数、受講者数が目標値を下回る結果となった。

市民満足度	<ul style="list-style-type: none"> 広報紙、ホームページ、生活情報誌、各種イベント等あらゆる機会を活用して消費者啓発・情報提供に努めたことから、着実に市民の消費生活の向上が図られたことにより、市民満足度が増加したものと考えられる。 	総合評価	79点 概ね順調
-------	---	------	-------------

3 施策を構成する事業の状況

※凡例 ○:「総合計画の戦略プロジェクト・主要事業」対象、★:「③ 主要な構成事業の進捗状況」対象(最大5事業選択)

No.	事業名	戦略P・主要事業※	事業が属する総合計画の構成事業名	事業内容		事業の進捗状況	H26事業費(千円)	開始年度	日本一施策事業	施策目標を達成するための取組方針
				対象者・物(誰・何に)	取組(何を)					
1	消費者教育事業	○★	消費者教育・啓発の推進	消費者	・消費生活出前講座の開催 ・家庭科副読本の作成	計画より遅れ	420	S52		特殊詐欺被害に遭いやすい高齢者に対する未然防止をさらに強化するため、出前講座の活用や民生委員等の協力による啓発活動を進める。また、若者の消費者被害が多発しているため、市内の大学、高校、中学校や商工会議所等と連携し、若年層への出前講座開催の拡大を図る。小学校に対し、小学5、6年生向け副読本の活用を積極的に働きかける。※特殊詐欺対策については、今後、新たな取組により強化を図る。
2	消費生活相談事業	★	消費生活相談体制の充実・強化	消費者	消費生活相談の実施	計画どおり	29,747	S56	先駆的	複雑化、多様化する相談内容に対応するため、外部講師を招いての研修会や相談事例研究会を開催し相談員のスキルアップを図る。
3	消費者啓発・情報提供事業	○★	消費者教育・啓発の推進 情報提供事業の充実	消費者	広報紙、ホームページ等による情報提供	計画どおり	3,857	S51		啓発については、消費者月間において、地区市民センターを活用した啓発活動を行うなど、取組を強化するとともに、市が実施するフェスタmy宇都宮などのイベントに参加するほか、啓発用ミニハンドタオルの作成、配布を行う。情報提供については、相談や被害件数が急増している喫緊の事例を中心にホームページや広報紙に加え生活情報誌等を活用していく。
4	消費者取引適正化事業	★	表示法等による立入検査の実施	三法に規定された製品を扱う販売業者・不適正な取引行為を行う事業者	家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電気用品安全法に基づく立入検査の実施	計画どおり	19	H12		消費者の被害防止を図るため、販売事業者に対し法令に基づき特定された商品の取引状況について、計画的かつ効率的に立入検査を実施する。不適正な取引を行う事業者に対しては、条例に基づき円滑に指導・対応する。
5	家庭用品検査事業		表示法等による立入検査の実施	家庭用品を製造又は販売する事業者	有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律に基づく有害物質の含有状況検査の実施	計画どおり	33	H10		身近な家庭用品の安全性を確保するため、今後とも衣料品等に含有される物質を試験検査し、市民に対する健康被害の発生防止に計画的に取り組んでいく。
6	計量器定期検査事業	★		計量による取引・証明を行う事業者	計量法に基づく定期検査の実施	計画どおり	3,470	S28		計量器の不具合により消費者が不利益をこうむることがないよう、検査で不合格になった計量器については、修理状況の確認を徹底する。

4 今後の施策の取組方針

今後の方向性	
<p>課題</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆特殊詐欺をはじめとした消費者被害の未然防止対策を強化するため、学校や地域、警察など関係機関等とさらなる連携を図る必要がある。 ◆消費者被害を未然に防止するため、消費生活センターの周知や消費者被害状況などの啓発、情報提供に努める必要がある。 	<p>方向性</p> <p>〈施策全般〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆消費生活における問題が複雑かつ多様化しており、特に高齢者や若者の消費者被害が多発していることから、意識啓発や地域、関係機関、県警と連携した対策を強化する必要がある。 <p>〈主要事業〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆消費者教育事業 <ul style="list-style-type: none"> ・若年層の消費者被害の未然防止を図るため、市内の大学、高校、中学校や商工会議所等と連携し出前講座の内容充実や開催拡大に努める。 ・特殊詐欺被害の未然防止を図るため、地域、関係機関、警察等との連携を強化し、特殊詐欺対策アクションプログラムの策定・実施等新たな対策に取り組む。 ◆消費者啓発・情報提供事業 <ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害の未然防止を図るため、相談や被害件数が急増している喫緊の事例を中心に、ホームページや広報紙に加え生活情報誌等を活用した情報提供に努める。 ・効果的な周知啓発を行うため、地区市民センターでの啓発やフェスタmy宇都宮など多くの市民が集うイベントの機会を活用した啓発に努める。 <p>〈その他個別事業〉</p>