

平成27年度行政評価 施策評価シート（平成26年度実績）

施策名 消費生活の安定・向上

施策コード	040501
1. 施策の担当	
主管課	生活産業部 まちの活性課
関係課	

2. 総合計画における位置づけ				
総合計画	政策	第4章 安全で、ひとと地球にやさしいまちづくり（安全・環境）	節	第5節 消費生活
	施策	消費生活の安定・向上		
基本方針				
・ 複雑で多様化する消費者問題に対応して、消費生活センターの体制強化に努めるとともに、環境問題に関する情報提供や消費者意識を高め、消費生活の安定や向上をめざします。				
現況と課題				
・ 消費者を取り巻く環境が、情報化に伴うネット取引や消費者ニーズの多様化に対応した商品・サービス提供など急激に変化しているなか、日常の消費生活の様々な場面でのトラブルなどを防止するため、消費生活センターの相談体制強化を図る必要があります。				
・ 消費者自身が自覚と判断能力を持って行動できるように、情報提供や学習機会の充実を図る必要があります。				
・ 環境問題への関心が高まるなか、環境にやさしい消費行動の啓発・普及に努める必要があります。				
施策目標				
対象（誰を、何を、どこを）				
市民				
意図（どのような状態にしたいのか）				
消費生活に係る相談体制を充実し、安心して消費生活ができることを目指します。				

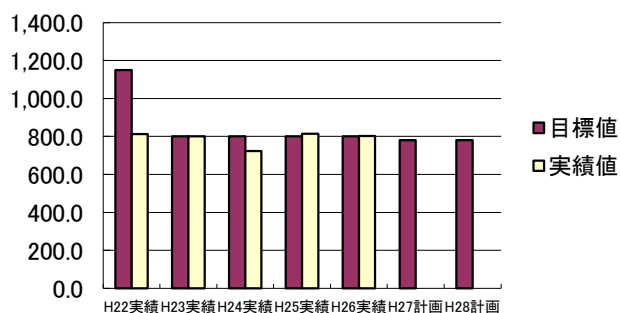
3. 市民ニーズ							
	H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28
満足度（偏差値）			58.1				
重要度（偏差値）			43.1				

4. 施策にかかるコスト								
コストの内訳	人件費	単位	H25決算	H26決算				
	事業費	千円	2,589	2,662				
	フルコスト		7,346	26,582				
財源内訳	国庫支出金	千円	9,935	29,244				
	府支出金							
	市債		581	19,391				
	その他							
	一般財源1（＝フルコスト－特定財源）							
	一般財源2（＝直接事業費－特定財源）		9,354	9,853				
			6,765	7,191				

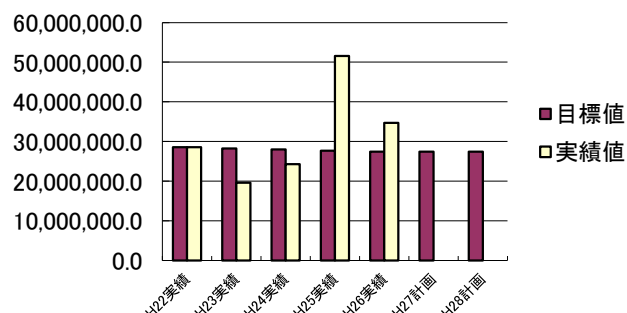
5. 施策の成果指標							
① 成果指標 1		消費生活年間相談件数					
項目	H22実績	H23実績	H24実績	H25実績	H26実績	H27計画	H28計画
目標値	1,150.0	800.0	800.0	800.0	800.0	780.0	780.0
実績値	812.0	801.0	723.0	814.0	802.0		
達成度	141.63	99.87	110.65	98.28	99.75		
指標設定の根拠		目指そう値の設定根拠		目標達成・未達成の理由・背景			
悪質商法等の相談件数が減っているかを把握することで、市民の消費生活問題に対する啓発が進んでいることがわかります。		現在は様々な媒体を通じた啓発により件数は減少傾向にある。ただし新卒の悪質商法は絶えず出てきており、常に最新の情報を発信することで相談件数の減少に努めることとして設定。		消費者の意識の高まりもあり、件数については徐々に減少していたが、平成26年度については「情報料の不当請求」にかかる相談が増加した。販売購入形態別での相談では、依然として商品の契約や解約に係る相談も多く、通信販売にかかる相談が増加した。			

② 成果指標 2		消費者被害の契約に係る年間解約(除)成立金額					
項目	H22実績	H23実績	H24実績	H25実績	H26実績	H27計画	H28計画
目標値	28,570,119.0	28,284,000.0	27,998,000.0	27,713,000.0	27,435,000.0	27,435,000.0	27,435,000.0
実績値	28,570,119.0	19,605,000.0	24,256,987.0	51,541,098.0	34,719,613.0		
達成度	100.0	144.26	115.42	53.8	79.0		
指標設定の根拠		目指そう値の設定根拠		目標達成・未達成の理由・背景			
投資商品購入契約の解除や特定商取引法の中途解約による代金の返金額が減っていくことで消費者が悪徳商法などの被害に遭わないことがわかります。		年々、複雑・巧妙化する消費者被害事件が後を絶たず、解約金額は、ほぼ横ばいで推移し、毎年の解約金額の横ばいを目指す。		件数はほぼ横ばいの状態であるが、情報料の不当請求については、1件あたりの金額が高くなってきていること、また事例が複雑・巧妙化してきているため、一旦支払いをしてしまうと回収が不可能なケールが考えられる。26年度については例年並みに戻った。			
③ 成果指標 3		消費者被害の年間解約(除)成立件数					
項目	H22実績	H23実績	H24実績	H25実績	H26実績	H27計画	H28計画
目標値	113.0	110.0	105.0	100.0	95.0	95.0	95.0
実績値	113.0	112.0	102.0	146.0	138.0		
達成度	100.0	98.21	102.94	68.9	68.8		
指標設定の根拠		目指そう値の設定根拠		目標達成・未達成の理由・背景			
投資商品購入契約の解除や特定商取引法の中途解約の件数が減っていくことで消費者が悪徳商法などの被害に遭わないことがわかります。		高度化・複雑化する消費者被害事件が後を絶たず、解約件数は、ほぼ横ばいで推移し、毎年の解約件数の横ばいを目指す。		件数はほぼ横ばいの状態ではあったが、特に平成25年度については「健康食品」にかかる相談が倍増し、センター斡旋による解約成立件数が増加した。平成26年度については、「健康食品」にかかる相談が例年並に減少。しかしながら、店舗販売や契約にかかるトラブル及び通信販売にかかる相談件数は依然として多いため、件数はほぼ横ばいとなった。			

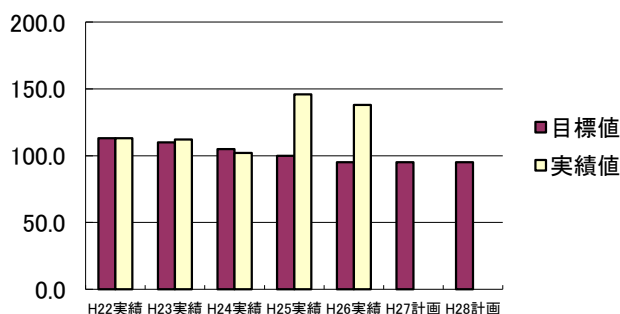
成果指標①



成果指標②



成果指標③



6. 施策の事後評価			
一次評価 (担当課による評価)	判定項目	評価点	評価理由、今後の方向性等
	施策の成果レベル (過去の推移、周辺市との比較なども含む)	(4点中) 2	消費者相談や啓発講座の実施、街頭啓発、地元スーパーの協力による、パンフレットの設置など、消費者啓発に努めた。
	施策に対する市民ニーズ	(3点中) 3	各種講座の開催により、食品に対する品質表示の在り方やその他消費者に関する、日常生活に役立つ知識を習得できた。 平成24年市民アンケート調査の満足度(偏差値)は58.1と平成19年調査に比べ、向上した。
	施策を取り巻く状況 (法令等の動向、国・府の政策の動向、社会潮流など)	(3点中) 3	食品表示の偽装事件や商品の販売方法が多様化することでトラブルも増加傾向にあります。また、パソコンやスマートフォンでのワンクリック請求事件等、依然として相談が後を絶たない状況の中、消費者基本計画が策定されました。
	合計点	(10点中) 8 点	
	総合評価	B	消費者トラブルは年々複雑・巧妙化しており、解決までに長期間かかるものや、解決に至らない事例もある。そのため、被害の未然防止が大切であり、消費者自身が消費生活に関する正しい知識を習得し、常に意識した行動をとられるようにすることが必要である。そのためには、これまでのパンフレットや講座による啓発活動を継続するとともに、最新事例を把握し、ホームページやフェイスブック等でも発信していく必要がある。
二次評価(政策推進課・行財政管理課による評価)		B	成果指標の見直しを検討すること。
三次評価(理事者による評価)		B	成果指標の見直しを検討すること。

7. 施策を構成する事務事業							
事務事業			H26年度決算額			H27年度予算	一次評価
	予算コード	事務事業名	人件費	事業費	一般財源		
1	01036700	消費者行政事業	1,488	7	-8	21	B
2	01082280	消費生活センター運営事業	1,096	25,847	6,471	24,682	B
3	01082290	消費生活センター施設管理事業	78	728	728	748	B
合計			2,662	26,582	7,191	25,451	