

令和元年度行政評価 施策評価シート (平成30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							
	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30
満足度 (偏差値)	58.1						52.8
重要度 (偏差値)	43.1						40.7

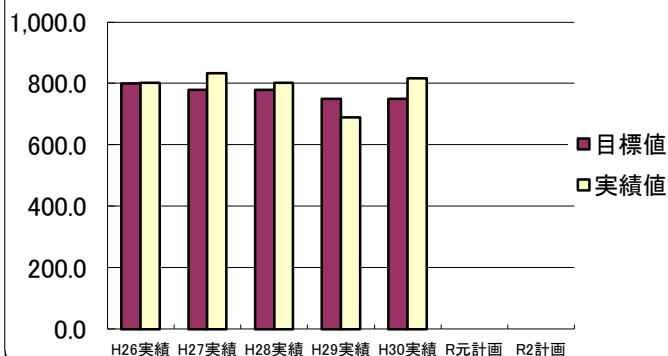
4. 施策にかかるコスト								
	単位	H29決算	H30決算					
コストの内訳	人件費	千円	3,801	2,749				
	事業費		15,675	11,725				
	フルコスト		19,476	14,474				
財源内訳	国庫支出金	千円	0	0				
	府支出金		9,812	6,603				
	市債		0	0				
	その他		0	0				
	一般財源1 (=フルコスト-特定財源)		9,664	7,871				
	一般財源2 (=直接事業費-特定財源)		5,863	5,122				

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	H26実績	H27実績	H28実績	H29実績	H30実績	R元計画	R2計画
目標値	800.0	780.0	780.0	750.0	750.0		
実績値	802.0	833.0	801.0	689.0	817.0		
達成度	99.75	93.63	97.38	108.85	91.79		
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、平成30年度については相談件数は前年度より増加した。相談内容については、アダルトサイトの不当請求やワンクリック詐欺の架空請求に係る相談が一番多かった。		

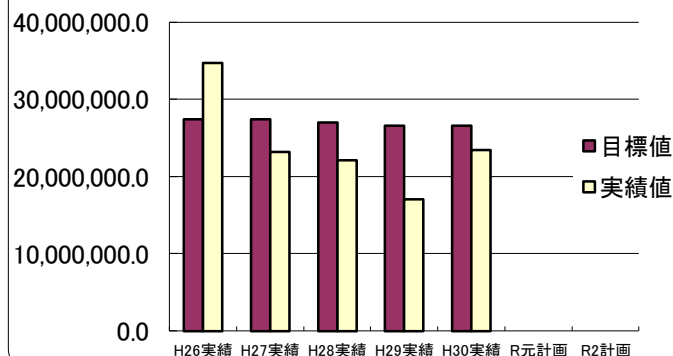
② 成果指標 2		消費者被害の契約に係る年間解約(除)成立金額					
項目	H26実績	H27実績	H28実績	H29実績	H30実績	R元計画	R2計画
目標値	27,435,000.0	27,435,000.0	27,000,000.0	26,600,000.0	26,600,000.0		
実績値	34,719,613.0	23,163,362.0	22,087,108.0	17,082,377.0	23,403,758.0		
達成度	79.0	118.44	122.24	155.71	113.65		
指標設定の根拠		目指そう値の設定根拠			目標達成・未達成の理由・背景		
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ており、毎年の被害額についても横ばいを目指す。			平成30年度の相談件数が増加したこともあり解約成立金額は増加した。年々手口が高度化・複雑化しているが、啓発活動による消費者意識の高まりもあり、未然に防げたケースもあると考えられる。		

③ 成果指標 3		消費者被害の年間解約(除)成立件数					
項目	H26実績	H27実績	H28実績	H29実績	H30実績	R元計画	R2計画
目標値	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0		
実績値	138.0	107.0	98.0	94.0	87.0		
達成度	72.46	93.46	102.04	106.38	114.94		
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ており、毎年の解約件数についても横ばいを目指す。			実績値は年々減少している。啓発活動により、未然に防げたケースもあると考えられる。		

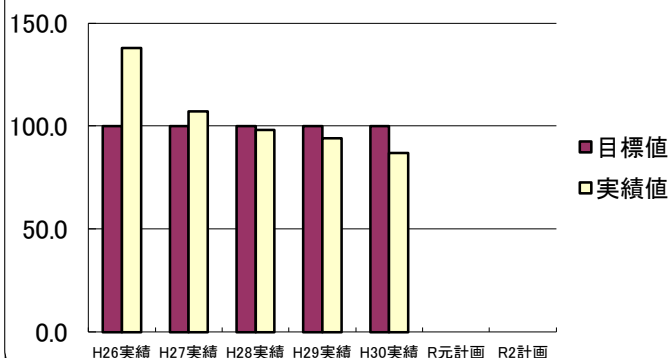
成果指標①



成果指標②



成果指標③



図表

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) <b>4</b>	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) <b>2</b>	各種講座の開催により、消費者問題に関する、日常生活に役立つ知識を習得できた。
	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) <b>3</b>	悪質業者の手口も年々悪質かつ巧妙化しており、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アダルトサイトの不当請求や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、より一層の消費者問題に関する啓発が求められている。
	合計点	(10点中) <b>9点</b>	
	総合評価	<b>A</b>	悪質業者等の手口も年々巧妙化しており、被害を未然に防ぐために、最新の事例を研究し、啓発講座やチラシ、ホームページ等を通じて消費者へ情報発信していく。
二次評価 (政策推進課・行財政管理課による評価)		<b>B</b>	引き続き目標値の達成に努めること。
三次評価 (理事者による評価)		<b>B</b>	引き続き目標値の達成に努めること。

7. 施策を構成する事務事業						
	事務事業		H30年度決算額			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	272	7	-11	B
2	01082280	消費生活センター運営事業	2,205	11,002	4,417	B
3	01082290	消費生活センター施設管理事業	272	716	716	B
合計			2,749	11,725	5,122	