

令和3年度行政評価 施策評価シート (令和2年度実績)

施策名 消費生活の安定・向上

施策コード 5050401

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5章 安全でひとと環境にやさしいまちづくり (安全・防災・環境)	節	第4節 生活安全
	施策	消費生活の安定・向上		

**基本方針**

- 消費者が遭遇するトラブルが複雑で多様化している中、国・府との連携を強化し、消費生活センターの相談体制の充実を行います。
- 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、消費者育成のための情報提供や学習機会の充実に努めます。また、環境問題への関心が高まる中、環境にやさしい消費行動の啓発、普及に努めます。

**現況と課題**

- 成年年齢の引下げにより未成年保護の対象外になる若年者が増加し、さらにキャッシュレス化が急速に普及しつつあるため、若年者が消費トラブルに巻き込まれないよう、中学生や高校生に向けた消費者教育及び金融教育を推進する必要があります。
- 少子高齢化が進み、高齢者の消費トラブル・被害が増加しているため、引き続き消費者保護の推進を行い、法令整備や救済措置作成などを検討する必要があります。

**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めざします。

3. 市民ニーズ							
	H30	R元	R2	R3	R4	R5	R6
満足度 (偏差値)	52.8						
重要度 (偏差値)	40.7						

4. 施策にかかるコスト								
	単位	R元決算	R2決算					
コストの内訳	人件費	千円	4,844	14,263				
	事業費		12,304	2,057				
	フルコスト		17,148	16,320				
財源の内訳	国庫支出金	千円	0	0				
	府支出金		6,971	33				
	市債		0	0				
	その他		0	0				
	一般財源1 (=フルコスト-特定財源)		10,177	16,287				
一般財源2 (=直接事業費-特定財源)	5,333	2,024						

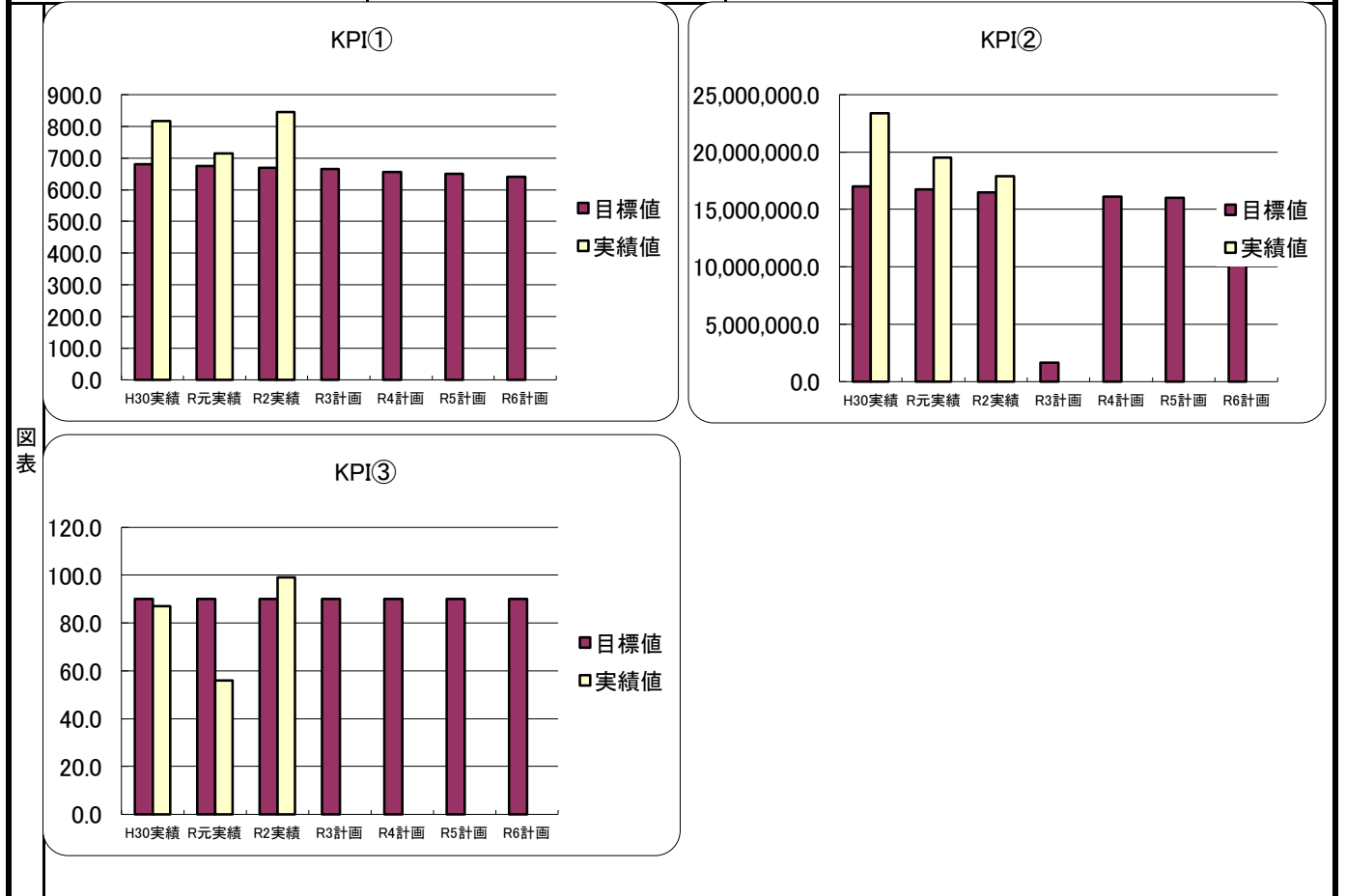
5. 施策の重要業績成果指標 (KPI)							
① KPI 1		消費生活相談件数					
項目	H30実績	R元実績	R2実績	R3計画	R4計画	R5計画	R6計画
目標値	680.0	675.0	670.0	665.0	655.0	650.0	640.0
実績値	817.0	715.0	845.0				
達成度	83.23	94.41	79.29				
KPI設定の根拠		KPI目標数値の設定根拠			目標達成・未達成の理由・背景		
悪質商法等の相談件数が減っているかを把握することで、市民の消費生活問題に対する啓発が進んでいることがわかります。		現在は様々な媒体を通じた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。			新型コロナウイルス感染症拡大に伴う通信販売の増加により、通信販売に関する相談が増加した。災害等の経済情勢により、相談数は増減するため、単純な増減でよし悪しを判断できない。継続的な情報提供、啓発によりベースとなる相談件数をは減減させていきたい。		

② KPI 2		消費者被害の契約に係る解約(除)成立金額					
項目	H30実績	R元実績	R2実績	R3計画	R4計画	R5計画	R6計画
目標値	17,000,000.0	16,750,000.0	16,500,000.0	1,625,000.0	16,125,000.0	16,000,000.0	15,800,000.0
実績値	23,403,758.0	19,501,000.0	17,914,000.0				
達成度	72.64	85.89	92.11				

KPI設定の根拠	KPI目標数値の設定根拠	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めざす。	令和2年度は、解約成立件数が増加したものの、令和元年度は、高額な解約案件が数件あったため、解約成立金額の総額としては減少した。

③ KPI 3		消費者被害の解約(除)成立件数					
項目	H30実績	R元実績	R2実績	R3計画	R4計画	R5計画	R6計画
目標値	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0
実績値	87.0	56.0	99.0				
達成度	103.45	160.71	90.91				

KPI設定の根拠	KPI目標数値の設定根拠	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めざす。	令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う通信販売の増加により、通信販売に関する相談が増加した。この相談の増加に伴って、解約成立件数も増加した。



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>2</b>	トラブルに巻き込まれ、相談まで至ってしまわぬように、更なる情報提供や啓発が必要。
	施策に対する市民ニーズ	(3点中) <b>2</b>	消費生活を脅かす新しい手口が常に発生する。ターゲットとされる側としては、常に新しい情報収集が求められ、相談窓口が必要とされている。
	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>	自然災害や新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済状況の悪化に乗じて、消費生活を脅かす悪徳商法等が活発である。
	合計点	(10点中) <b>7点</b>	
	総合評価	<b>B</b>	相談については、即時対応できている。相談に至る前にトラブルを食い止めるため、更なる情報提供・啓発が必要。
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							
	予算コード	事務事業名	R2年度決算額			R3年度予算	一次評価
			人件費	事業費	一般財源		
1	01036700	消費者行政事業	363	0	0	0	B
2	01082280	消費生活センター運営事業	13,537	1,299	1,266	0	B
3	01082290	消費生活センター施設管理事業	363	758	758	0	B
合計			14,263	2,057	2,024	0	