

施策マネジメントシート

基本施策名	1-6 消費生活環境の整備	施策統括課	生活コミュニティ課	氏名	村山幸浩
政策名	5-1 地域・安全	主な関係課			

1 施策の目的と指標

① 対象(誰、何を対象にしているのか) * 人や自然資源等
市民

③ 対象指標(対象の大きさを表す指標)数字は記入しない

	名称	単位
ア	人口	人
イ		
ウ		
エ		

② 施策の目的

市民が消費生活に関する情報を得ることができ、必要に応じて相談できるとともに、安心して消費生活を送ることのできるまちを目指す。

④ 成果指標(意図の達成度の指標)数字は記入しない

	名称(展開方向ごとに記載)	単位
1	ア 消費生活相談件数	件
	イ 過去1年間に消費生活に関する被害に遭ったことのある市民の割合	%
2	ア 消費生活に関する情報が得られていると答えた市民の割合	%
	イ 出前講座等により消費生活に関する情報を得られた人数	人
3	ア	
	イ	
4	ア	
	イ	

2 第1次基本計画期間(平成28~35年度)内における取組内容

	施策の展開方向	目的	手段(具体的な取組内容)
1	消費者の相談機会の拡大と相談体制の充実	消費者の相談に迅速に対応するとともに、消費者の多様化する相談ニーズに対応する。	①消費者からの相談時間等を拡大する。 ②消費者相談員の相談スキル向上に取り組む。
2	消費者の自立の促進	市民が自らの自覚と判断により、消費者トラブルを回避できるよう支援する。	①消費者被害の事例や消費生活に関する知識を学ぶ機会を提供するため、出前講座、出張相談を積極的に展開する。
3			
4			

3 総事業費・指標等の実績推移と目標値、実績状況把握

		単位	数値区分	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	32年度	33年度	34年度	35年度	目標達成度			
対象指標	ア	人	見込み値										達成・未達成	前年度比較		
			実績値	74,546	75,054	75,466										
	イ		見込み値													
			実績値													
	ウ		見込み値													
			実績値													
	エ		見込み値													
			実績値													
成果指標	展開方向1	ア	件	成り行き値									未達成	低下		
				目標値	480	490	500	510	520	533	545	558			570	
					基本計画における指標の説明又は出典元 国立市消費生活センターが受けた相談件数											
														未達成	向上	
					2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8	1.6	1.5			
					4.1	3.3										
					基本計画における指標の説明又は出典元 国立市市民意識調査											
	展開方向2	ア	%	成り行き値										未達成	低下	
				目標値	85.8	86.9	87.9	88.4	90.0	91.3	92.5	93.8	95.0			
					87.3	84.0										
					基本計画における指標の説明又は出典元 国立市市民意識調査											
	展開方向3	イ	人	成り行き値										達成	向上	
				目標値	163	172	182	191	200	213	225	238	250			
					160	247										
				基本計画における指標の説明又は出典元 国立市市民意識調査												
展開方向4	ア		成り行き値													
			目標値													
				基本計画における指標の説明又は出典元												
	イ		成り行き値													
				基本計画における指標の説明又は出典元												
事務事業数				本数	1											
施策コスト	事業内訳	財源	国庫支出金	千円												
			都道府県支出金	千円		151										
			地方債	千円												
			その他	千円												
			一般財源	千円		613										
			事業費計(A)	千円		764	0	0	0	0	0	0	0	0		
	人件費	延べ業務時間	時間		1,200											
	人件費計(B)	千円		6,000												
トータルコスト(A)+(B)				千円	6,764	0	0	0	0	0	0	0				

4 施策の成果実績値に対する評価

(1) 時系列比較(過去3ヶ年の比較) A(かなり向上)~E(かなり低下)

B:成果がどちらかと言えば向上した

(2) 他自治体との成果実績値の比較 A(かなり高い)~E(かなり低い)

C:他自治体と比べてほぼ同水準である

※背景として考えられること

①週5日の相談を実施した。

②生活ニュースを発行して、消費者被害の未然防止と拡大防止に努めた。

③相談件数は減少しているものの、消費者被害が減少しているとは言い切れない要素がある。

5 施策の現状 ※必要に応じて展開方向ごとに記載

(1) 施策を取り巻く状況(対象者や根拠法令等)はどう変化しているか？

- ①消費者を取り巻く社会環境が大きな変化を続けており、年齢を問わず消費者トラブルに巻き込まれており、相談の内容は多様化している。
- ②東京都消費生活基本計画及び東京都消費者教育推進計画が今後改訂される。
(計画期間:平成30年度から平成34年度)

(2) この施策に対して関係者(住民、議会、事業対象者、利害関係者等)からどんな意見や要望が寄せられているか？

相談事由の解決に対する謝辞

6 28年度の評価結果 ※必要に応じて展開方向ごとに記載

(1) 施策の取組状況

28年度の取組状況	29年度の取組予定
①消費生活センターの設置 ②ニュースの発行(1回)、自治会等への配布等 ③消費生活センターでの相談対応(479件) ④出前ミニ講座(10回247人)、相談会(1回)、講演会(1回) ⑤消費生活展の開催(1回) ⑥消費者団体の支援(12回) ⑦商品立入検査の実施	平成28年度と同様 消費生活ニュースの全戸配布(年2回)

(2) 施策の全体総括(成果実績やコスト、見直しを要する事務事業等)※必要に応じて展開方向ごとに記載

総合基本計画及び28年度行政経営方針に照らして評価する

相談事由が専門的、複雑化しており、消費生活センターでの消費者被害の救済の相談業務が果たす役割は、大きいものと判断する。
相談員は専門的知識・経験を有するほか、研修の実施等により資質の向上を図っており、専門的、複雑化した相談内容にも対応でき得ている。
過去1年間に消費生活に関する被害に遭ったことのある市民の割合が0.8ポイント減少したが、ニュース発行等の啓発の効果も考えられるものの、消費者被害が減少しているとは言い切れない要素がある。

7 施策の課題・今後の方向性 ※必要に応じて展開方向ごとに記載

(1) 30年度の取組方針

引き続きの相談の実施と消費者被害の未然防止、拡大防止のための注意喚起・情報発信を強化することで、安心して消費生活を送ることのできるまちを目指す。

(2) 中期的な取組方針

消費者被害の未然防止と拡大防止のための注意喚起・情報発信と、消費者教育のさらなる充実を図るようであると考えている。
現在、啓発の一環として生活コミュニティ課職員を主とした市民への出前ミニ講座を実施しているが、専門的な知識・経験を有する相談員による各地域における消費教育としての講座等の取組みも必要と考える。