

## 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	まちの振興課	氏名	三澤英和
政策名	5 地域・安全	主な関係課	まちの振興課		

### 1 施策の目的と指標

対象(誰、何を対象にしているのか) \*人や自然資源等  
**市民**

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		



#### 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。

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。	消費者からの相談時間等を拡大する。 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。	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 実績値	74,546	75,054	75,466							目標達成度		
	イ		見込み値 実績値										達成・ 未達成	前年度 比較	
	ウ		見込み値 実績値												
	エ		見込み値 実績値												
展開方向1 ア 件 成り行き値 目標値 480 490 500 510 520 533 545 558 570 実績値 479 422 466 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
展開方向1 イ % 成り行き値 目標値 2.4 2.3 2.2 2.1 2.0 1.9 1.8 1.6 1.5 実績値 4.1 3.3 3.9 基本計画における指標の説明又は出典元 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:国立市市民意識調査													未達成	低下	
展開方向2 ア % 成り行き値 目標値 85.8 86.9 87.9 88.4 90.0 91.3 92.5 93.8 95.0 実績値 87.3 84.0 82.7 基本計画における指標の説明又は出典元 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:国立市市民意識調査													未達成	低下	
展開方向2 イ 人 成り行き値 目標値 163 172 182 191 200 213 225 238 250 実績値 160 247 199 基本計画における指標の説明又は出典元 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:国立市市民意識調査													達成	低下	
成果指標	展開方向3		ア	成り行き値 目標値 実績値											
	展開方向3		イ	成り行き値 目標値 実績値											
	展開方向4		ア	成り行き値 目標値 実績値											
	展開方向4		イ	成り行き値 目標値 実績値											
			事務事業数	本数		1	1								
	施策コスト	財源内訳	国庫支出金	千円											
			都道府県支出金	千円		151	990								
			地方債	千円											
その他			千円												
一般財源			千円		613	631									
事業費計(A)			千円		764	1,621	0	0	0	0	0	0	0		
人件費		延べ業務時間	時間		1,200	1,200									
	人件費計(B)	千円		6,000	6,000										
		トータルコスト(A)+(B)	千円		6,764	7,621	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

週5日の相談を実施した。  
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。  
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?

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。

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た。

(計画期間:平成30年度から平成34年度)

都内の架空請求件数・割合は減少しているが依然として15.6%(H28都計画)高い状況にある。

特殊詐欺による被害は、H25～H28で減少傾向だったがH29に3510件・79.8億円と急増している。

近隣市では、相談体制を充実させるため相談員の数を増やした事例がある。

### (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 29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

29年度の取組状況	30年度の取組予定
ニュースの発行(2回)、自治会等への配布等 消費生活センターでの相談対応(466件) 出前ミニ講座(10回177人)、相談会(1回)、 講演会(1回) 消費生活展の開催(1回) 消費者団体の支援(12回) 商品立入検査の実施	平成29年度と同様

### (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29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0.6ポイント増加した。ニュース発行等の啓発の効果も考えられる一方、手口も常に变化しており消費者被害を減少に向け課題は多い。

## 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) 31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

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。