

1. 第3次総合計画における施策の体系

目指す都市像 （政策）	番号	6	名称	活力と賑わいのある元気なまち			
施策	番号	1	名称	安全で豊かな消費生活の充実			
担当部	生活安全部		担当課	生活交通課	部長名	立辻 満浩	
関係部			関係課				

2. 施策の基本方針（第3次総合計画の基本方針をもとに記入する）

この施策の目的	安全で豊かな消費生活を安定的に送れる社会、消費者一人ひとりが「自立した消費者」として積極的・主体的に行動できる消費者市民社会を目指し、消費生活相談機能の強化、消費者問題啓発・消費者教育に取り組むことにより消費者被害の未然防止・拡大防止を目的とする。
---------	--

3. 施策の現状分析（第3次総合計画の現状と課題をもとに記入する）

この施策の概況	この施策に対する市民ニーズなど、具体的な事項について	社会環境や国・県の動向など、施策を取り巻く環境について
	消費者の権利の尊重と自立支援のため、市民の消費者被害からの救済のための消費生活相談を実施し、助言、あっせん等による支援を行っている。しかし複雑・多様化する消費者トラブルに対し、相談機能の強化や職員の資質・相談対応能力の向上、さらには、「自ら考え自ら行動する」自立した消費者を育成するための消費者教育の重要性が高まっている。	経済社会のグローバル化、超高齢社会の到来、高度情報化社会の進展、ライフスタイルの多様化等、消費者を取り巻く環境が変化する中、消費者が購入する商品やサービスの内容が複雑・多様化し、消費者トラブルが急増している。これらの課題に対応するために、消費者が判断力・意思決定能力を持ち、公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画できるよう、消費者教育の推進が喫緊の課題である。
これまでの成果	専門の資格をもった消費生活相談員が迅速・丁寧に対応し、消費者被害からの救済及び被害の未然・拡大防止に繋げることができた。また、消費者教育の実施により、市民の消費者問題に関する意識が向上した。	

4. 指標及びコストの推移

	名称及び単位等	28年度	29年度		30年度	備考欄	
		実績	目標	実績	目標		
指標の推移	施策指標① （成果指標）	消費生活相談件数	644	700	547	650	
	施策指標② （成果指標）	消費生活セミナー・出前講座等の受講者数(人)	4331	1200	3919	1200	
	施策指標③ （成果指標）						
	施策指標④ （成果指標）						
	施策指標⑤ （成果指標）						
コストの推移 （単位：千円）	財源の内訳		決算	当初予算	決算	当初予算	
	歳出 （直接事業費）(a)		6,838	6,904	6,460	6,990	
	歳入 (b)	受益者負担額	0	0	0	0	
		受益者負担額以外の歳入(補助金等)	4,366	4,366	4,142	4,915	
	(a) - (b) = 一般財源		2,472	2,538	2,318	2,075	
	正職員	従事者数 （単位：人）	2.10	1.70	1.70	1.50	
		人件費(c)	11,985	9,702	9,882	8,720	
トータルコスト (a) + (c)		18,823	16,606	16,342	15,710		

5. 施策の評価

有効性の評価	この施策の 成果の達成度はどうか	2	1 高い	2 やや高い	3 やや低い	4 低い
	成果向上の 可能性はどうか	1	1 十分ある	2 ある程度ある	3 あまりない	4 ない
	説明	消費生活センターが市民にとって利便性の高い「かしはらナビプラザ」に移転したことや相談日数を週5日に拡充したことにより、相談件数が増加した。相談窓口では、専門性の高い相談員が消費者からの相談に適切・迅速に対応することで被害の拡大を抑制している。また、消費者サポーター養成事業、消費者啓発活動や各種セミナー等の消費者教育に取り組み、地域住民への消費者被害に対する注意喚起を行っている。				
	市政全般に対する 貢献度はどうか	2	1 高い	2 やや高い	3 やや低い	4 低い
	説明	市民に対する消費者被害の救済、消費者教育・啓発の実施により、市民の主体形成を図ることができ、健全な経済社会の形成に資するとともに、安全で豊かな消費生活が形成されている。				

6. 施策の課題

この施策の課題	消費者をとりまく状況は厳しく、消費生活と経済社会との関わりが、グローバル化、高度情報化の進展等により多様化・複雑化し、地域や家族のつながりが弱まるなか、消費者被害も多様化・複雑化している。このような状況に対して、消費者が安心して、安全で豊かな生活を営むことのできる社会を実現するために、住民への速やかな情報提供、消費者被害の防止に繋がる制度や体制づくり、消費者の自立支援のための消費者教育等、消費者行政課題が山積している。
---------	---

7. 次年度以降の施策の方向性

総合評価 1次評価	次年度以降の方向性	2	1 強化する	2 維持する	3 縮小する
	説明	引き続き、消費生活相談機能の強化、消費者教育の充実に取り組むとともに、特に被害に遭いやすい高齢者・障がい者等の社会的弱者に対する地域見守りネットワークの構築、消費生活サポーターの育成等に取り組んでいく。さらに、近年では、生活困窮や社会的孤立などの社会的要因や家族問題、認知力の低下等の健康問題等が複雑に絡み合った内容など、消費者行政部署だけでは解決できない事例が多く生じている。			
総合評価 2次評価	次年度以降の方向性		1 強化する	2 維持する	3 縮小する
	説明				

8. 構成事業の方向性（それぞれの事務事業における今後の最適手段を検証する）

1次評価	説明	消費者学級活動支援事業について、会員限定とした事業に収束するだけでなく、地域の消費者リーダーとして消費者問題に対する事業を担ってもらえるような働きかけをおこなっていく 消費者行政活性化事業について、行政の繋がりで関係機関や団体、関係部局と横の連携を取ることで、相談者を総合的に支援できる体制づくりを検討していく
2次評価	説明	

9. 施策を構成するそれぞれの事務事業の評価

※下記評価の解説

- ・貢献度—事務事業評価の結果をもとに、この施策での貢献度(重要度)を絶対評価で示しています。
(a: 不可欠かつ施策の中核をなす事業、b: 不可欠な事業、c: 不可欠ではないが実施が望ましい事業、d: あまり有効ではない事業)
- ・方向性—事務事業評価の結果をもとに、この施策からみた各事務事業の今後の方向性を絶対評価で示しています。
(拡大する、見直しながらかつ続ける、縮小する、廃止又は休止する、完了する)
- ・優先度(ソフト事業(任意)のみ)—施策内での事務事業の優先度を相対評価で示しています。
(優先度が高い順に A、B、C、D)

この施策に関する事務事業評価の内容(評価内容の転記)				施策評価			戦 略	大 綱
No.	課名、事務事業名 及び事業種別	事業の内容	事業の方向性及び H29決算額	貢 献 度	方 向 性	優 先 度 (ソフト任意)		
1	生活交通課	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者学級の自主的な活動・運営に対して補助金を交付する。 ・消費者学級が開催する各種研修会・学習会等の活動に対して側面的な支援を行う。 	2 現状のまま継続	c	見直しながらかつ続ける	B		
	消費者学級活動支援事業 (ソフト(任意))		162 (千円)					
2	生活交通課	<ul style="list-style-type: none"> (消費者相談) ・消費生活センターを設置し、専門の相談員が市民からの消費生活相談に応じる。(週5日開設) ・消費者の安全確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情処理のためのあつせんを行う。 ・消費者の安全確保のために必要な情報を収集し、市民に提供する。(消費者問題啓発・消費者教育) ・消費者被害未然防止・拡大防止に向け、広報・ホームページ・啓発チラシ等のあらゆる媒体を活用し、啓発活動を行う。 ・消費者教育の一環として講演会・講座・セミナーを開設する。 	2 現状のまま継続	a	見直しながらかつ続ける			
	消費者行政活性化事業 (ソフト(義務))		6,298 (千円)					

事務事業評価表（平成29年度実施事業対象）

（作成日：平成30年5月28日）

事業の種類を選択してください。⇒ (ソフト (任意)) 事業										
P L A N	事務事業名	消費者学級活動支援事業								
	担当部名	生活安全部		担当課名	生活交通課		課長名	森 昭一		
	総合計画の位置付け	目指す都市像(政策)	6		活力と賑わいのある元気なまち					
		施策	1		安全で豊かな消費生活の充実					
	総合戦略の位置付け	基本目標								
		基本的方向								
	行革大綱の位置付け	重点項目								
		項目								
		改革名								
	予算事業名									
事業の開始年度	昭和	50		年度	事業の終了予定年度	平成	—		年度	
対象	榎原市消費者団体（消費者学級 学級生）				事業の内容説明	・消費者学級の自主的な活動・運営に対して補助金を交付する。 ・消費者学級が開催する各種研修会・学習会等の活動に対して側面的な支援を行う。				
事業の目的	団体の活動を支援することにより、消費者自らが消費者としての意識を向上させ、「賢い消費者」として自立できるよう、後方支援を行う。 消費生活課題について、行政と市民が協働して取組むことにより、市民の消費生活の安定と向上を目的とする。									
市の関与の必要性を評価してください	なぜ市が関与しているのか	1	1 公共性や収益性の観点から、市が関与すべき事業							
			2 市の関与について見直す余地のある事業（民間に事業の一部又は全部を委ねる余地のあるものや、住民ニーズが低下している等、社会情勢の変化によるものなど）							
	説明	市が消費者団体に対して財政的支援を行うことにより、団体が安定した活動を行うことができる。								
	やめた場合の影響は	2	1 非常に大きい	2 やや大きい	3 克服できる範囲内	4 ほとんど無い				
説明	消費者問題について、行政と市民とが協働して課題解決する機会を失い、消費者被害の拡大に繋がりがかねない。									
D O 実 施	指標の推移	名称及び単位等			28年度	29年度		30年度	31年度	
					実績	計画	実績	見込み	見込み	
	成果指標	補助金交付地区数			4	4	4	4	4	
	活動指標①	補助金交付額（千円）			144	144	144	144	144	
	活動指標②									
	コストの推移 (単位：千円)	財源の内訳			決算	当初予算	決算	当初予算		
		歳出（直接事業費）(a)			162	163	162	162		
		歳入(b)	受益者負担額							
			受益者負担額以外の歳入（補助金等）							
		(a) - (b) = 一般財源			162	163	162	162		
正職員		従事者数（単位：人）			0.35	0.50	0.50	0.40		
		人件費(c)			1,997	2,854	2,907	2,325		
トータルコスト(a) + (c)			2,159	3,017	3,069	2,487				
単位当たりコスト	計算式等 () / ()									
備考										

C H E C K	有効性 評価	現時点での 成果について	3	1 十分な成果が出ている	2 概ね十分な成果が出てい る	3 現時点では十分な成果 が出ていない	4 成果がほとんど無く、大幅 な改善が必要			
		説明	消費者として合理的な選択・行動を意識し、衣食住をテーマに学習会や実習、共同購入などに取り組み、一定の成果を得てきたが、新たに発生している消費者問題に関しての取組みにいかに関わっていくのが今後の課題である。							
	現時点での 有効性を評 価してくだ さい	上位施策 への貢献 度はどうか	3	1 高い	2 やや高い	3 やや低い	4 低い			
		説明	各種研修会、学習会を通じ地域住民が安全で豊かな生活を送れるよう、消費者問題に取り組む地域リーダーを養成し、賢い消費者意識を高めている。							
評 価	効率性評価 内容や手法を見直すこと により、コストや時間の低 減が可能か評価してくだ さい	3	1 効率性が高く、これ以上 の改善は見込めない	2 効率性が高いが、さらに改 善できる余地はある	3 効率性が低く、改善が 必要	4 効率性が低いが、改善が 見込めない				
		説明	現在のコストは、消費者団体（消費者学級）の活動運営費の一部に充てられており、必要最小限の費用負担として必要である。当該団体の活動内容については、時代ニーズに沿った改善が求められる。							
A C T I O N	この事業について、今後、 具体的にどうすることによ り、どんな効果が期待でき るか記入してください。		消費者課題に関して、市と団体との協働のあり方を再考することで消費者団体の有効的な活動が期待できる。							
修 正 行 動	この事業の今後の方向性 を、費用面も含めて記入 してください	2	1 拡大する	2 現状のまま継続	3 縮小する			課内 優先度	D	
			4 廃止又は休止する	5 完了する						
説明	団体の事業活動として、会員を対象とする事業だけにとどまるのではなく、市全体の消費者課題に対する事業展開についても検討していただけるよう、働きかけを行ってきたい。									

事務事業評価表（平成29年度実施事業対象）

（作成日：平成30年5月28日）

事業の種類を選択してください。⇒ (ソフト(義務)) 事業										
P L A N	事務事業名	消費者行政活性化事業								
	担当部名	生活安全部		担当課名	生活交通課		課長名	森 昭一		
	総合計画の位置付け	目指す都市像(政策)	6	活力と賑わいのある元気なまち						
		施策	1	安全で豊かな消費生活の充実						
	総合戦略の位置付け	基本目標								
		基本的方向								
	行革大綱の位置付け	重点項目								
		項目								
		改革名								
	予算事業名	報酬給与費・消費者対策費								
事業の開始年度	平成	-	年度	事業の終了予定年度	平成	-	年度			
対象	市民			事業の内容説明	(消費者相談) ・消費生活センターを設置し、専門の相談員が市民からの消費生活相談に応じる。(週5日開設) ・消費者の安全確保に関し、事業者に対する消費者からの苦情処理のためのあっせんを行う。 ・消費者の安全確保のために必要な情報を収集し、市民に提供する。 (消費者問題啓発・消費者教育) ・消費者被害未然防止・拡大防止に向け、広報・ホームページ・啓発チラシ等のあらゆる媒体を活用し、啓発活動を行う。					
事業の目的	安全で豊かな消費生活を安定的に送れる社会、消費者一人ひとりが自分の利益だけでなく、社会全体の発展と改善に繋がるように積極的・主体的に行動できる「消費者市民社会」を目指し、消費者問題啓発・消費者教育を充実するとともに、市民の消費者被害からの救済、被害の未然防止・拡大防止を目的とする。									
市 の 関 与 の 必 要 性 を 評 価 し て く だ さ い	なぜ市が関与しているのか	1 公共性や収益性の観点から、市が関与すべき事業								
		2 市の関与について見直す余地のある事業（民間に事業の一部又は全部を委ねる余地のあるものや、住民ニーズが低下している等、社会情勢の変化によるものなど）								
	説明									
	やめた場合の影響は	1 非常に大きい		2 やや大きい		3 克服できる範囲内		4 ほとんど無い		
D O 実 施	指標の推移	名称及び単位等			28年度	29年度		30年度	31年度	
					実績	計画	実績	見込み	見込み	
	成果指標	消費生活相談件数			644	700	547	650	650	
	活動指標①	消費生活セミナー、出前講座等の受講者数(人)			4,331	1,200	3,919	1,200	1,200	
	活動指標②									
	コストの推移 (単位：千円)	財源の内訳			決算	当初予算	決算	当初予算		
		歳出(直接事業費)(a)			6,676	6,741	6,298	6,828		
		歳入(b)	受益者負担額							
			受益者負担額以外の歳入(補助金等)			4,366	4,366	4,142	4,915	
		(a) - (b) = 一般財源			2,310	2,375	2,156	1,913		
正職員		従事者数(単位：人)			1.75	1.20	1.20	1.10		
		人件費(c)			9,987	6,848	6,976	6,394		
トータルコスト(a) + (c)			16,663	13,589	13,274	13,222				
単位当たりコスト	計算式等 () / ()									
備考										

CHECK	有効性評価	現時点での成果について	1	1 十分な成果が出ている	2 概ね十分な成果が出ている	3 現時点では十分な成果が出ていない	4 成果がほとんど無く、大幅な改善が必要		
		説明	悪質・巧妙化する消費者詐欺被害が続発中、専門性の高い相談員が消費者の相談に迅速に対応し、被害拡大を抑制している。						
評価	現時点での有効性を評価してください	上位施策への貢献度はどうか	1	1 高い	2 やや高い	3 やや低い	4 低い		
		説明	消費者問題に関して、市民がいつでも相談できる体制を整備することや消費者自らが消費生活に関して必要な情報や知識を身につけ、自主的かつ合理的に行動できるよう支援することにより、安全で豊かに生活できるまちづくりに寄与することができる。						
評価	効率性評価 内容や手法を見直すことにより、コストや時間の低減が可能か評価してください	1	1 効率性が高く、これ以上の改善は見込めない	2 効率性が高いが、さらに改善できる余地はある	3 効率性が低く、改善が必要	4 効率性が低い、改善が見込めない			
		説明	悪質・巧妙化する消費者被害に対して、適切・迅速に対応し、被害の拡大防止に繋げるためには、相談員の専門性や十分な相談体制の確保が不可欠であり、現行の相談体制を縮小することは、消費者被害の未然防止・拡大防止に支障をきたすため、これ以上のコスト面での改善は見込めない。						
ACTION	この事業について、今後、具体的にどうすることにより、どんな効果が期待できるか記入してください。		・消費生活センターの周知・機能強化及び相談員の資質や能力の向上に取り組むことにより、消費者被害の未然防止・拡大防止に資する。 ・消費生活センターと地域を結ぶパイプ役となるボランティアリーダー・グループを育成し、地域の見守りネットワークを築くことで、高齢者等の社会的弱者に対する見守り体制の強化が図られ、消費者被害未然防止が期待できる。						
修正行動	この事業の今後の方向性を、費用面も含めて記入してください		2	1 拡大する	2 現状のまま継続	3 縮小する			課内優先度
				4 廃止又は休止する	5 完了する				
		説明	特に、高齢者等の社会的弱者の消費者被害が激増していることから、被害の拡大・未然防止のために、行政と地域との連携による見守り体制の構築が望まれる。						