

第5次結城市総合計画実施計画策定及び行政評価シート

担当部署	部局名	産業経済部		
	課名	産業振興課		
	係名	商工振興係		
	記入者		電話(内線)	218

1. 事業の概要

(1) 事業種別 [新規又は継続]	継続	(2) 事務事業 の名称	消費者行政事業		(3) 事業の 優先度	A
(4) 総合計画での位置づけ				(6) 事業主体	市	
① 事業の区分	主要事業				(7) 予算・ 財源等 の種別	事業の性質 一般事業費(ソフト事業)
② 施策コード	24501	(総合計画掲載ページ)	75	(ページ)	会計区分	一般会計
基本目標(政策)	2	安全で住みやすさを実感できるまちづくり(都市・環境)			財源区分	国県補助
基本施策	4	安全に暮らせる安心なまちづくり(防災・防犯・安全)			予算科目	款 7 項 1 目 2
施策	健全な消費生活の確保			予算書上の	消費者行政事業費、消費生活センター運営経費	
施策内容	消費者被害防止のための市民への啓発			事業名称	(予算書 126 ページに掲載)	
(5) 事業期間	開始	年	月から	(8) 事務分類	自治事務	
	終了	年	月まで (力年)	根拠法令	消費者安全法	

2. 事業の目的及び内容

(1) 対象 (だれに対して・何に対して行うのか)	(3) めざす姿 (意図・どのような状態になるのか)
消費生活センターへの相談者、消費者全般	・啓発・広報活動及び消費者教育を通して、悪質商法による消費者被害や製品事故、契約トラブルを未然に防ぐ。 ・小中学生を、自ら判断し、トラブルに対処できるような賢い消費者に育てる ・高齢者が被害に合うケースが増加傾向のため、民生委員やケアマネジャー、地域包括支援センターなど、高齢者の見守り支援を行っている機関や部署との連携を強化する。
(2) 手段 (事業内容・どのようなことを行うのか)	(4) 事業開始のきっかけや他市の状況など (※ 1-(8)事務分類が法定受託の場合は記入の必要なし)
・弁護士等の活用により法律の専門性が必要な複雑、高度な相談に対する相談員の対応能力を強化すると共に、高齢者、障害者、税務、生活保護等に関わる関連部署の職員と相談員との消費者問題に関する学習会の開催 ・啓発用パンフレット、ノベルティ等の作成 ・民間団体等が取り組む消費者問題に関する活動への支援 ・消費者啓発展示会等の実施 ・市町村消費者行政推進協議会負担金の負担 ・相談員及び行政職員の研修等参加費、旅費の負担 ・相談員による消費生活に関する苦情相談	消費者保護基本法(現消費者基本法)のもと、栃木・群馬両件で全市に消費生活センターが設置されているなかで、県より当市での設置要請があった。平成13年度に茨城県市町村消費生活センター設置等事業補助金を活用し、平成14年2月1日に設置。平成27年4月1日現在、県内41市町村でセンター設置、44市町村で窓口開設。
(5) 事業をとりまく環境の変化 (社会環境、市民ニーズ等) や市民・議会の要望、意見等とそれに対する対応	
・近年、急速なスマートフォンの普及により、デジタルコンテンツや電気通信サービス等による消費生活に関する相談件数が、年齢や性別を問わず増加している。引き続き、広報紙やホームページ上で啓発活動を行いつつ、市内の小中学校へ消費者教育用のパンフレット等を配布し、消費者意識を高める活動を行い電気通信サービス等のトラブルに巻き込まれないように啓発活動を行う。 ・振り込め詐欺等特殊詐欺被害が県内・全国的にも過去最悪の状況。高齢者保護対策が求められており、高齢福祉部門との連携強化及び見守り支援が求められている。	

3. 事業コスト

行政評価		実績内容の評価		検討・改善		検討・改善内容を反映	
実施計画							
● 予算内訳		実績額（千円）		当初予算額（千円）		計画額・見込額（千円）	
事業内容		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	
（１）事務事業費	報酬	4,260	4,260				
	報償費	75	45				
	旅費	63	89				
	需用費	1,758	1,222				
	役務費	57	72				
	使用料及び賃借料	0	0				
	備品購入費	0	0				
	負担金及び交付金	174	244				
	合計	6,387	5,932				
財源	国庫支出金（千円）						
	県支出金（千円）	3,197	2,735				
	地方債（千円）						
	その他特定財源（千円）						
	一般財源（千円）	3,190	3,197				
	合計（千円）	6,387	5,932				
	補助・起債制度名	茨城県消費者行政活性化基金事業費補助金	茨城県消費者行政推進交付金事業費補助金				

4. 指標の検証（活動指標・成果指標）

指標の名称		単位	26 年度	27 年度	28 年度	29 年度	30 年度
(1) 活動指標（実施した事業の内容）							
指標名	啓発活動の実施 出前講座、かしこい消費生活展、消費者啓発事業（悪質商法被害防止）	目標値		5	6	7	8
		実績（見込）値	3	5			
	広報活動（お知らせ版・広報結城・ホームページ等への掲載・市内全戸へステッカー配布や啓発ちらしの班配布）	目標値		38	39	40	41
		実績（見込）値	35	38			
(2) 成果指標（事業実施によるめざす姿の達成度）							
指標名	消費生活センター相談件数（苦情相談・問い合わせ・要望含む）	目標値		300	300	300	300
		実績（見込）値	279	300	300	300	300
		達成率	93.0 %	100.0 %			
		目標値					
		実績（見込）値					
		達成率	%	%			

5. 事業評価

(1) 平成26年度の行政評価結果をうけて、平成26年度に取り組んだ改革改善点があれば記載してください。

日々手口が巧妙化する消費者問題に迅速に対応するために、庁内関係部署との消費者問題学習会を開催し、消費者問題への理解と連携構築を図った。また、高齢者を狙った悪質商法等の被害が絶えない現状を踏まえ、高齢者を対象とした出前講座や市内全戸へ悪質商法被害防止ステッカーの配布、郵便局窓口にニセ電話詐欺注意喚起用封筒を設置をし、啓発を強化した。

(2) 項目別評価

評価項目・客観的評価				理由
必要性	事業の必要性	A	必要性は高い	市民の安心・安全のため、消費生活相談事業は不可欠である。
妥当性	実施主体の妥当性	A	妥当である	行政以外に実施できない事業である。
	手段の妥当性	A	妥当である	現在のやり方が一般的である。
効率性	コスト効率 人員効率	B	どちらとも言えない	相談件数から見ると人件費のコスト効率が高いと考えられるが、消費者行政の充実が求められているなかでは、相談員の相談対応スキルを一定水準に保つためにも、これ以上はコストや人員を省くことはできない。
公平性	受益者の偏り	A	偏りは見られない	相談対象者は年齢や性別を問わず、市民を対象としているため。
有効性	成果の向上	A	上がっている	消費生活センターのパンフレット配布や消費者展を通して、年々知名度は向上しており、庁内の連携も徐々に図られている。
進捗度	事業の進捗	A	順調である	消費者問題が注目される機会が増え、消費生活センターの役割及び必要性が徐々に定着しつつある中で、庁内の消費生活に関連する部門の職員と勉強会を開催し、センターとの連携・情報共有が図られている。

(3) 総合評価 上記評価を踏まえて事業全体について評価し、問題点・課題等を指摘してください。

消費者問題は、高齢者の悪質商法による被害、スマートフォンによるインターネット取引のトラブル、市税滞納等の絡んだ多重債務問題、食の安全、製品事故などの健康被害問題など複雑多岐にわたる問題が多い。しかし、消費者行政に対する理解や必要性については庁内においてもまだまだ不十分であり、啓発・広報等の効果を上げるためにも、まず、庁内の関係部署との連携が欠かせない。また、個人情報の取扱いや来所相談の利便性の観点からすると、現在のセンター設置場所は構造的に適切とは言えない。センターの移転、併せて他行政部門との組織体制改革の見直しを図る必要がある。

(4) 対応策・提言等 この事業を今後どのように改善・改革をしていきますか？

今後も消費者啓発・教育の重要性は高まり、効果的な効果を上げるためにも、各課・各団体と連携して、出前講座実施回数の増加、イベントの共同実施などを検討する必要がある。啓発活動及び相談員のスキルアップは継続的に行うことが重要で、県の補助事業が終了した後も、同等の水準を維持することが求められる。財源確保のためにも、国県等による地方消費者行政の支援制度は積極的に活用していく。庁内での連携は、定期的に学習会や会議を開くなどしてネットワーク体制を構築し充実させ、更には教育委員会や小中学校と連携し消費者教育の推進を図る。

また、消費生活センターの設置場所について検討し、適切な場所及び所管に係る組織体制改革の見直しを行う。

6. 事業の方向性判断

評価主体	27年度以降の事業の方向性	評価理由・根拠
(1) 記入者評価 記入者が評価を行う	改善・改革しながら継続（成果向上・コスト維持又はコスト削減、成果維持・コスト維持又はコスト削減）	注）記入者は「5. 事業評価」を記載するため、この欄は未記入で結構です。
(2) 一次評価 担当課長が評価を行う	改善・改革しながら継続（成果向上・コスト維持又はコスト削減、成果維持・コスト維持又はコスト削減）	消費者問題は、日々手口が高度化・巧妙化し、高齢者の被害も増加傾向で、対応を迅速に行う必要があり、相談員のスキルアップは必要不可欠である。庁内関係部署との連携を含め、情報提供も十分に行う必要がある。また、相談者も多くプライバシー保護のためにも、消費生活センターの設置位置の検討を要す。
(3) 最終評価 企画調整会議において評価を行う		上記評価のとおり。