

事務事業名	6989 消費生活相談事業													
担当組織	市民生活部					防犯くらし交通課					担当	消費生活センター担当		
組織コード	R3	13	06	00	会計・款・項・目・大事業・中事業	R3	01	07	01	03	01	01	記入日	令和 3年 6月22日
	R2	13	06	00		R2	01	07	01	03	01	01		

1. 事務事業の概要

総合振興計画上の位置づけ											実施計画候補		
基本目標	03	安心して安全に暮らせるまち									○ 対象 ● 対象外		
分野	05	消費生活											
施策	34	消費生活の安全確保											
事業期間	平成17年度～												
根拠法令 通達等	消費者基本法 消費者安全法					関連計画 施政方針							
事業区分	○ 法定受託事務 ○ 自治事務のうち義務的なもの ● 自治事務のうち任意のもの												
対象	市民・消費者団体												
事業目的	消費者の消費生活における利益保護を図る。												
事業内容	週5回、消費生活相談員による消費者被害の救済相談。消費生活に関する諸問題について調査研究活動を行う。消費生活センターの普及啓発事業。家庭用品品質表示法・消費生活用製品安全法・食品表示法・電気用品安全法等による立入検査。放射線物質検査に関わる事業。												
実施主体	<input checked="" type="checkbox"/> 市による単独直営 <input type="checkbox"/> 委託 (<input type="checkbox"/> 3セク・財団 <input type="checkbox"/> 企業 <input type="checkbox"/> 市民・NPO) <input checked="" type="checkbox"/> 協働・協力 ()												

2. 実施結果

		令和2年度 執行額(千円)	令和3年度 予算額(千円)	令和4年度 計画額(千円)	令和5年度 計画額(千円)	令和6年度 計画額(千円)	
事業の 予算・実績	事業内容	消費生活相談事業	消費生活相談事業	消費生活相談事業	消費生活相談事業		
	事業費	7,987	9,554	8,753	8,753	8,753	
	財源内訳	国庫支出金	0	0	0	0	0
		県支出金	1,579	2,073	2,237	2,237	2,237
		起債	0	0	0	0	0
		その他	16	19	21	21	21
		一般財源	6,392	7,462	6,495	6,495	6,495
	人件費	3,462	3,462	3,462	3,462	3,462	
	投入 人員	常勤職員	0.5人	0.5人	0.5人	0.5人	0.5人
		非常勤職員	1.2人	1.2人	1.2人	1.2人	1.2人
事業費+人件費		11,449	13,016	12,215	12,215	12,215	

目標達成状況	指標名		単位	説明・算定式	R1目標 R1実績	R2目標 R2実績	R3目標 R3実績
	活動①	消費生活相談開催日数	日			239	243
活動②	多重債務相談開催日数	日		239	243	—	
成果①	消費生活相談件数	件		92	92	242	
				92	92	—	
成果②	多重債務相談件数	件		750	750	750	
				746	726	—	
				15	20	15	
				17	9	—	

目標達成状況の分析

B：活動・成果のいずれかを達成した。

<判断理由>
 相談日数については予定どおり開催し、目標を達成することができた。消費生活相談件数は、近年同様定期購入等のネットトラブルや投資被害に関する相談が多かったが、目標をやや下回る相談件数となった。多重債務相談件数は、例年より相談件数が少なく、目標件数を下回った。

3. 評価結果

施策への貢献度	評価結果			施策の目標達成に向けて貢献しているか。
	30年度	1年度	2年度	A：施策の目標達成に大いに貢献している。
	A	A	A	<p><判断理由></p> <p>前年度に引き続き消費生活相談員の代替要員を十分に確保し、消費生活相談を実施しており、消費生活相談件数が大幅に増えたこともあり市民の安心安全な消費生活の確保に大いに貢献していると言える。</p>
経費水準	評価結果			事業費・人件費の水準は適正か。
	30年度	1年度	2年度	A：経費の精査が十分になされている。
	A	A	A	<p><判断理由></p> <p>相談員の知識向上のための研修や増員分の人件費等については、県の交付金を活用しており、充実した相談体制を確保するための事業費及び人件費については適正である。</p>
事業手法	評価結果			事業手法は適正か。
	30年度	1年度	2年度	B：事業手法は適正な内容である。
	B	B	B	<p><判断理由></p> <p>平日週5日の2名体制による斡旋含む消費生活相談、週2回の多重債務相談、月1回の家計相談を実施しており、十分な相談体制が整っている。</p>
受益・負担の公平性	評価結果			受益の公平性と負担の適正化は図られているか。
	30年度	1年度	2年度	B：受益・負担は適正な範囲である。
	B	B	B	<p><判断理由></p> <p>全ての相談者に対し、消費生活に関する専門の知識と資格を持った相談員が、無料で回数に制限なく最後まで相談対応をしており、受益の公平性は十分に保たれている。</p>

4. 令和2年度中に実施した見直し内容

見直し内容	消費生活相談員が国民生活センター主催の指定研修に参加予定だったが、新型コロナウイルスの影響で受講することができなかった。代わりに、国民生活センターが配信している遠隔研修及び書籍を積極的に活用した。
見直しの効果	研修以外の方法を模索し、消費生活相談窓口の機能強化及び相談対応能力の向上を図ることができ、市民がより安心して相談を受けられる体制が整った。相談対応能力の向上を図ることができた。今後の研修参加においては、社会情勢を鑑みて積極的に参加し、相談業務の機能強化を図る。

5. 今後の方針

事業の方向性	<input checked="" type="radio"/> 1現状で継続 <input type="radio"/> 2拡大して継続 <input type="radio"/> 3縮小して継続 <input type="radio"/> 4他事業と統合 <input type="radio"/> 5休止 <input type="radio"/> 6その他見直し <input type="radio"/> 令和4年度で終了 <input type="radio"/> 令和3年度で終了 <input type="radio"/> 令和2年度で終了
	<p><判断理由></p> <p>消費生活相談や多重債務相談は、市民の相談の中でも悪質で解決に時間を要する相談が多く、相談者の負担も大きいことから、相談体制の充実により被害の防止や早期の被害回復が期待されるものである。このことから消費者安全確保地域協議会の運営により消費生活相談体制の更なる充実を図る必要がある。国や県も補助金の交付を行うなど、消費者トラブルの解消や未然防止には力を入れているが、平成30年度より交付金の制度が一部変更となったことから、事業の一部見直しも視野に入れつつ、今後も相談窓口体制の充実を努めたい。</p>
今後の取組方針	消費生活センターの相談体制の充実を図るとともに、増えつつある要配慮消費者の相談などに関しては、協議会の運営、関連部署との連携をより密にし、消費生活相談体制を強化していく。熟練した相談員の安定的な確保のため、今後も消費生活相談員の体制を強化しつつ、迅速かつ円満な問題解決、消費者の被害の防止や早期の被害回復を実現していく。その他多重債務相談に関する借金の未然防止・抑制のため、相談員による家計相談についても積極的に実施していく。

事務事業名	21127 消費者啓発事業													
担当組織	市民生活部					防犯くらし交通課					担当	消費生活センター担当		
組織コード	R3	13	06	00	会計・款・項・目・大事業・中事業	R3	01	07	01	03	02	01	記入日	令和 3年 6月22日
	R2	13	06	00		R2	01	07	01	03	02	01		

1. 事務事業の概要

総合振興計画上の位置づけ													実施計画候補
基本目標	03	安心して安全に暮らせるまち										● 対象 ○ 対象外	
分野	05	消費生活											
施策	34	消費生活の安全確保											
事業期間	平成17年度～												
根拠法令 通達等	消費者基本法 消費者安全法					関連計画 施政方針							
事業区分	<input type="radio"/> 法定受託事務 <input type="radio"/> 自治事務のうち義務的なもの <input checked="" type="radio"/> 自治事務のうち任意のもの												
対象	市民												
事業目的	市民に対し、消費者被害の未然防止、暮らしに役立つ情報の提供を行い、市民が安心して安全に暮らせるよう努める。												
事業内容	消費生活講座、啓発イベント、消費者被害未然防止リーフレット等情報紙の配布と広報紙やHP等による情報提供を実施。消費生活展を市内公共施設等で開催し、消費生活のトラブルを未然に防ぐよう啓発活動している。												
実施主体	<input checked="" type="checkbox"/> 市による単独直営 <input type="checkbox"/> 委託 (<input type="checkbox"/> 3セク・財団 <input type="checkbox"/> 企業 <input type="checkbox"/> 市民・NPO) <input type="checkbox"/> 協働・協力 ()												

2. 実施結果

		令和2年度 執行額(千円)	令和3年度 予算額(千円)	令和4年度 計画額(千円)	令和5年度 計画額(千円)	令和6年度 計画額(千円)	
事業の 予算・実績	事業内容	消費生活講座・リーフレット等の配布。情報提供	消費生活講座・リーフレット等の配布。情報提供	消費生活講座・リーフレット等の配布。情報提供	消費生活講座・リーフレット等の配布。情報提供		
	事業費	1,942	2,443	2,882	2,882	2,882	
	財源内訳	国庫支出金	0	0	0	0	0
		県支出金	620	709	856	856	856
		起債	0	0	0	0	0
		その他	0	0	0	0	0
		一般財源	1,322	1,734	2,026	2,026	2,026
	人件費	2,423.4	2,769.6	2,769.6	2,769.6	2,769.6	
	投入 人員	常勤職員	0.35人	0.4人	0.4人	0.4人	0.4人
		非常勤職員	0.45人	0.45人	0.45人	0.45人	0.45人
事業費+人件費		4,365	5,213	5,652	5,652	5,652	

目標達成状況	指標名		単位	説明・算定式	R1目標 R1実績	R2目標 R2実績	R3目標 R3実績
	活動①	消費生活出前講座開催日数	日		10	10	10
活動②	消費者情報の発信	回	SNSや広報、チラシを使った情報発信件数	9	0	-	
成果①	消費生活出前講座参加人数	人		25	30	35	
				29	46	-	
成果②	消費生活センターの認知度	%	消費生活展等でのアンケート認知度	1,500	1,500	1,500	
				1,375	0	-	
				80	80	80	
				58	-	-	

目標達成状況の分析	B：活動・成果のいずれかを達成した。 <判断理由> 新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、出前講座を開催することができなかったが、代わりに広報やホームページ、チラシにおいて、消費者情報を発信し、大幅に件数を増やすことができた。 また、窓口においても高齢者や若年層を対象とした啓発品を配布し、幅広い世代に消費者被害について啓発することができた。						
-----------	---	--	--	--	--	--	--

3. 評価結果

施策への貢献度	評価結果			施策の目標達成に向けて貢献しているか。
	30年度	1年度	2年度	B：施策の目標達成に貢献している。
	B	B	B	<判断理由> 情報誌の発行、ホームページによる事例照会等、目標に向け情報発信に努めており、目標達成に貢献していると言える。
経費水準	評価結果			事業費・人件費の水準は適正か。
	30年度	1年度	2年度	B：経費は適正な範囲である。
	B	B	B	<判断理由> 県の交付金を活用し、消費生活展の開催、情報誌の配布、啓発冊子や啓発品の購入など有効に活用しており、経費は適正な範囲である。
事業手法	評価結果			事業手法は適正か。
	30年度	1年度	2年度	B：事業手法は適正な内容である。
	B	B	B	<判断理由> 消費生活展の実施により、幅広い年代層に対し啓発を行い、窓口や関係機関でのリーフレットの配布、各種情報媒体による啓発により広く市民に啓発を行っており、適正な内容である。
受益・負担の公平性	評価結果			受益の公平性と負担の適正化は図られているか。
	30年度	1年度	2年度	B：受益・負担は適正な範囲である。
	B	B	B	<判断理由> 子供から高齢者まで、多くのメニューをそろえた出前講座など消費者被害の未然防止に向けた啓発を実施するなど市民の安心安全な消費生活を守ることに寄与しており、受益・負担の公平性は適正である。

4. 令和2年度中に実施した見直し内容

見直し内容	「消費生活落語講演会」については、新型コロナウイルスの影響で開催できなかったが、代替えとして掲載内容を充実させた「消費生活情報誌」を全戸配布した。実際にあった相談事例や「だまされやすさ心理チェック」、「お助けかわらばん」等を掲載し、消費者が理解しやすい内容を工夫した。
見直しの効果	消費生活情報誌を全戸配布したことで、消費者被害未然防止や消費生活センターの周知を行うことができ、幅広い年代の市民に対し効果的な啓発ができた。

5. 今後の方針

事業の方向性	<input checked="" type="radio"/> 1 現状で継続 <input type="radio"/> 2 拡大して継続 <input type="radio"/> 3 縮小して継続 <input type="radio"/> 4 他事業と統合 <input type="radio"/> 5 休止 <input type="radio"/> 6 その他見直し <input type="radio"/> 令和4年度で終了 <input type="radio"/> 令和3年度で終了 <input type="radio"/> 令和2年度で終了
	<判断理由> 消費者被害専門の相談機関である消費生活センターについては、最近頻繁に報道でも取り上げられるようになってきてはいるものの、まだまだ認知度が低くその存在を知らない市民がまだまだ多く存在することから、地域協議会運営による要配慮消費者へ向けた周知・啓発を含め、消費生活センターとその事業について、チラシやホームページ、消費生活展や消費生活講演会などイベントの開催等による啓発活動を今後も引き続き実施していく必要がある。
今後の取組方針	引き続き、県の補助金を有効に活用し、被害の未然・拡大防止として啓発活動に力を入れていく。 特に、小・中学生向け及び高齢者向けの出前講座については、効果的な啓発について検討し、消費者教育を推進していくことで被害の未然防止を図る。 令和元年度までは、主に広報と同時配布のチラシによる情報提供を行っていたが、今後は各種SNS等での情報発信を増やしていくことで、より多くの市民に対し更なる周知・啓発を図る。