

平成15年度 施策評価表

○総合計画における位置付け等

平成15年5月15日記入

基本目標	Ⅱ ▼ ゆとりある みどり豊かな環境共生都市をめざして	施策コード	23230
政策名 (基本目標)	第3章 安全に暮らせる都市の実現をめざします	評価担当課	市民部 ▼
基本施策名 (節名)	第2節 安心して暮らせるまちづくり		消費生活課
施策名	安心できる消費生活の実現	課長名	江成 好彦

1 施策の概要・目的

情報化社会が進展する中で、消費者が確かな知識や判断力を身につけ、さまざまな情報を正しく理解し、適切な行動がとれる自立した賢い消費者となるために、行政が積極的に啓発事業・学習会事業を実施する一方で、消費生活に関する消費者からの相談・苦情を受け、解決に向けての助言や事業者と調整することにより、消費者被害の軽減をはかり、安心できる消費生活の実現をめざす。

2 施策の現状

安心できる消費生活の実現を図るためには、消費者被害に対する相談と未然防止のための啓発活動を充実させるとともに消費者自身も自己防衛のための意識改革が必要で、行政の積極的な情報提供と消費者の学習意欲があつて、はじめて賢い消費者・的確に自己判断できる自立した消費者となることができる。

3 総事業費及び人員

(1) 施策に要している総事業費

43,276 千円……構成事務事業全体の事業費合計(人件費含む)

(2) 市民1人当りの事業費

70 円/人……人口は、**61.6** 万人とした。(平成15年4月1日現在人口)

(3) 全施策中の順位(事業費)

この施策の市民一人当たり事業費は、全123施策のうち、第 **93** 番目です。

(4) 施策に要している人員

6.35 人……構成事務事業全体の人員合計

4 評価指標

指標	指標名および指標式	指標の意図	現状値と目標値		目標
			現状	目標	目標年度
指標1	消費生活相談窓口の設置率 窓口設置数/計画設置数 (センター計画は3ヶ所)	相談窓口の整備・充実が安心できる消費生活の実現にかかせない	3 個所 単位	0 50 100	目標年度
			3 個所 単位	達成度 100%	
指標2	苦情相談に対するあっせん解決率 処理解決件数/苦情相談件数	相談を受けた中で、相談員があっせんして解決できた件数	99 % 単位	0 50 100	目標年度
			100 % 単位	達成度 99%	
指標3	講座・学習会の開催実施率 当該年度開催回数/開催可能回数	消費者被害の未然防止のために啓発講座をより多く開催するのが相応しい	20 回 単位	0 50 100	目標年度
			24 回 単位	達成度 83%	

5 必要性…市民ニーズに合っているか、行政需要の変化に対応しているか

経済状況の悪化に伴い、消費者を取り巻く環境は、一段と厳しくなり、悪質商法による消費者被害が拡大している。苦情相談件数は、前年度比23%も急増しており、相談窓口の整備・充実が消費者の利益を守ることから急務となっている。苦情相談のすべてを解決することはできないが、国・県との役割分担の中で、消費者が身近に相談できる市の窓口での解決を相談件数の100%を目標に努力したい。

6 有効性…期待される効果があがっているか

消費者相談の中でも、本人の勘違いやミスで事業者からの正当な請求に対しての相談も少なくない。このような場合には、双方の言い分をそれぞれ説明し、お互いが譲歩して、あっせん解決になる場合がある。相談員の努力が報われた瞬間である。

7 効率性…費用対効果が優れているか、もっと大きな効果が得られるものはないか

14年度は、延べ1963日の勤務日数に相談員10人が5335件の相談を受付けた。このことから、相談件数は 27件/1日及び3.8件/1人 となっている。相談員は、消費者から相談を受けると事業者に問合せ、消費者と事業者双方の言い分の調整をはかり、円満解決を目指す。詐欺商法や悪質商法の事業者は強気であっせん不調になることが多い。消費者被害の未然防止のために啓発活動を繰り返し実施し消費者の意識高揚を図る必要がある。

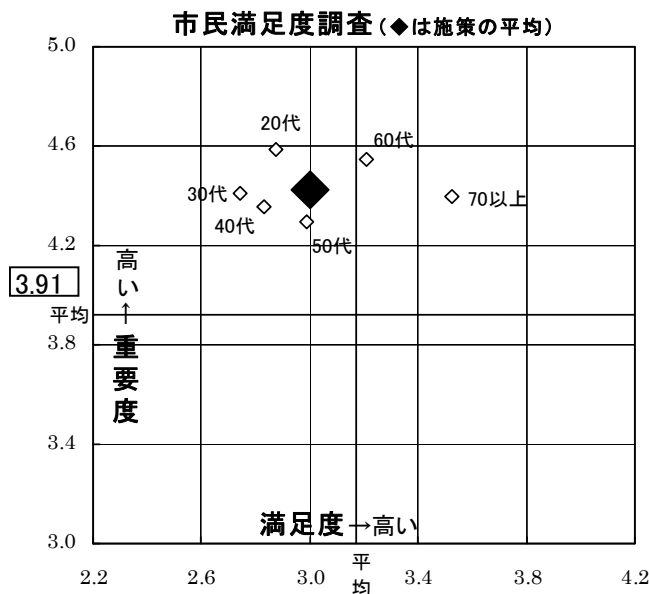
8 市民満足度調査結果からの分析(平成15年度調査)

◆この施策の満足度は、3.003で、調査した51施策の中で47番目です。

◆この施策の重要度は、4.426で、調査した51施策の中で2番目です。

◆この施策の改善要望度は、1.006で、調査した51施策の中で2番目です。

◇年齢別にみると、満足度は70歳以上で最も高く、30歳代で最も低くなっています。重要度は20歳代で最も高く、50歳代で最も低くなっています。20歳代～40歳代の比較的若い層で改善要望が高くなっています。



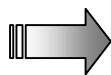
市民満足度調査は、基本施策51項目(節)について調査しています。したがって、上位の基本施策が同じ場合は同じ内容となっています。(「〇総合計画における位置付け等」参照)

9 課題…施策を実現するにあたり、課題となっていること等

消費者被害を完全に無くすことは不可能であるが、被害の軽減と未然防止を図るために、行政の積極的な情報提供と啓発活動を繰り返し実施し、消費者の意識高揚を図ることが必要。典型的な事例の対処法や緊急性のある事例を24時間情報提供できるようにインターネットによる情報提供も必要。

10 今後の方向性(一次評価)

今後の方向
<input checked="" type="checkbox"/> 拡充する
<input type="checkbox"/> 現状維持する
<input type="checkbox"/> 見直し



説明及び具体的内容

消費者被害を完全に無くすことは不可能であるが、被害の軽減と未然防止を図るために、行政の積極的な情報提供と啓発活動を繰り返し実施し、消費者の意識高揚を図る。典型的な事例の対処法や緊急性のある事例を24時間情報提供できるようにインターネットによる情報提供の設置。

11 2次評価

説明
<input checked="" type="checkbox"/> A
<input type="checkbox"/> B
<input type="checkbox"/> C

インターネットの普及など市民生活の変化による新たな犯罪の増加や、悪質商法の巧妙化など、消費者被害の多様化が進んでおり、被害を未然に防ぐための施策をさらに推進すること。

12 外部意見

説明
ネット販売に伴う犯罪など消費者被害の多様化が進む中で、消費者被害を未然に防止するため、消費者問題啓発活動を行う市民団体の活用を図るなど、積極的な情報提供に努める必要がある。

