

# 小施策評価シート (平成 27 年度実績評価)

施策コード	8	施策名	安全・安心な暮らしの確保	
小施策コード	8-7	小施策名	消費者の自立支援	
小施策 主管課等コード	047300	小施策 主管課等名	消費生活センター	
評価責任者名	萬 英一		内線番号	6001
評価シート作成者名	堀合 聡毅		内線番号	6002

## Step 1 小施策の全体像

### 小施策の概要等 (構成事業は別紙ロジックモデルシートのとおり)

現状と課題	悪質商法や振り込め詐欺などの被害が多いことから、消費者被害の救済やその予防など、消費者の保護と自立支援への取組を進める必要がある。そのため、消費者教育の総合的・一体的な推進や消費生活の安定・向上を目指す施策の推進など、市民や関係機関を巻き込んだ取組が重要となる。また、消費者安全の確保のため地域ネットワークをより持続可能なものとするのが急務となっている。
取組の方向性	年々増加する複雑な消費生活相談や苦情に対応するため、地域や関係機関と連携した相談体制の整備と消費者の自立支援に向けた啓発活動の充実を図る。
対象 <small>(誰(何)を対象として行うのか)</small>	市民
意図 <small>(対象をどのようにしたいのか)</small>	消費生活に係るトラブルを抱えている市民が救済される。

## Step 2 成果指標の推移

(↑: 数値を上げていくことを目標とする指標, ↓: 数値を下げていることを目標とする指標, →: 数値を維持することを目標とする指標)

指標項目	単位	25 年度 実績 (現状値)	27 年度 実績	31 年度 目標値	36 年度 目標値
A 消費生活相談の解決率 (解決した件数/消費生活相談件数) (↑)	%	98.5	98.8	99.0	99.0
B ( )					
C ( )					

### Step 3 市民ニーズの把握

消費生活相談，出前講座・広報紙等による啓発の機会及び関係機関との連携を通して，ニーズを把握することにより，施策の推進を効果的に行うことができる。

### Step 4 役割分担分析

#### 1 各主体の役割の状況

		役割の内容	役割分担比率 (%)
各主体の 役割の状況	市	消費生活相談，消費者教育の実施，消費生活全般に関する知識の普及及び消費者の自立に必要な情報の提供。消費者の利益の擁護及び増進に関する施策の推進。	60
	国・県・ 他自治体	消費者の利益の擁護及び増進に関する施策の推進。	10
	市民・ NPO	市民（消費者）は消費生活全般に関する知識の取得及び情報の収集等，自主的な行動に努める。消費者団体等は消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明，消費者に対する啓発及び教育，消費者被害の防止及び救済のための活動など消費生活の安定及び向上を図るための行動。	10
	企業・ その他	消費者の安全及び消費者との取引における公正の確保。消費者との間に生じた苦情等に対する適切な処理。国または地方公共団体が実施する消費者政策に対する協力。	20

#### 2 今後の市の役割の比重の方向性とその理由

- 市の役割の比重を拡大していくことを検討する
- 現状維持（現在の市の役割の比重を維持する）
- 市の役割の比重を縮小していくことを検討する

（理由）

平成 22 年度から盛岡広域圏 8 市町で消費者行政の共同実施に取り組み，盛岡市消費生活センターはその中核を担うこととなり相談体制の充実によるきめ細かな対応と消費者教育啓発活動を実施してきた。各主体とは，成果指標を目標値に近づけていくため，現状の連携やそれぞれの役割分担を維持する。

### Step 5 成果・問題点の把握と改革改善案

#### 1 成果の把握と要因分析及び課題の設定

##### (1) 小施策の中で成果をあげた点

市民の消費生活の自立に貢献し，消費者の安全安心や市民の権利が確保された。

## **(2) 成果をあげた要因**

積極的な啓発活動や事業所への立入検査等を関係機関と連携し実施したことによる。

## **(3) さらに成果向上に向けて取り組むべき課題（課題がある場合に記載）**

今後も引き続き、消費者をめぐる社会状況に応じた施策・事業を展開していくことが必要である。

## **2 問題点の把握と原因分析及び課題の設定**

### **(1) 小施策における現状の問題点**

業務量に対し、正規職員が不足している。

### **(2) 現状の問題点が生じている原因**

随時の施策対応は正規職員の対応が必須であるなど、マンパワーに頼る部分が多い事業を推進しているため。

### **(3) 分析した原因を踏まえて取り組むべき課題**

事務事業及び組織の見直しによる職員の適正配置。

## **3 改革改善案（上記 1 (3) 及び 2 (3) で設定した課題に対する具体の取組）**

消費者をめぐる社会状況の変化に伴う、新たな事業展開やこれに係る対応及び組織の見直しを進める。

## **Step 6 小施策と構成事業の関係性**

### **1 小施策との結び付きが弱い、もしくは他の事業と重複していると考えられる事業**

該当事業なし。

### **2 1で記載した事業についてその理由**

### **3 1で記載した事業の今後の方向性（案）（縮小・廃止・統廃合等）**