

小施策評価シート (平成 28 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	藤井 敬芳		内線番号	6001	
評価シート作成者名	木村 寛之		内線番号	6002	

Step 1 施策目標の達成状況

まちづくり指標	目指す 方向	単位	25年度 実績 (当初値)	27年度 実績	28年度 実績	31年度 目標値	36年度 目標値
まちづくり評価アンケート調査「避難場所を知っている」と答えた市民の割合	↑	%	69.0	72.7	76.2	75.0	80.0
まちづくり評価アンケート調査「防災対策をしている」と答えた市民の割合	↑	%	60.7	57.9	62.1	70.0	80.0
人口1万人当たりの火災発生件数	→	件	1.7	1.6	1.5	1.7	1.7
人口1万人当たりの刑法犯発生件数	→	件	68.4	57.6	51.2	68.4	68.4
不適正な管理状態にある空き家等の相談件数	↑	件	60	178	139	85	85
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	98.9	99.0	99.0

(↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていく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)

Step 2 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）

対象（誰（何）を対象として行うのか）	意図（対象をどのようにしたいのか）
市民	消費生活に係るトラブルを抱えている市民を救済する。
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ります。

Step 3 小施策指標の推移

小施策の指標	目指す方向	単位	25年度実績 (当初値)	27年度実績	28年度実績	31年度目標値	36年度目標値
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	98.9	99.0	99.0

（↑：数値を上げていくことを目標とする指標， ↓：数値を下げていく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）

Step 4 市民ニーズの把握

消費者被害の予防になる出前講座・広報紙等による啓発の機会の継続，及び救済のための消費生活相談員によるきめ細やかな相談対応が求められている。

Step 5 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 6 前年度に分析した課題・改革改善案に対するアクション

1 平成28年度に分析した問題点・課題に対する改革改善案

- ・ 消費者をめぐる社会状況の変化，特に少子高齢化社会の進展に伴う高齢者を狙った悪質商法の増加，高度情報化社会の進展に伴うインターネットの利用を巡るトラブルの増加等に対応し，多くの事例を市民に伝えるため，相談者ニーズを把握している相談員を出前講座へ現状より多く派遣する。
- ・ 新たな事業展開や消費者教育・啓発に重点を置くため，これに係る担当職員の配置，組織の見直しを進める。

2 1の改革改善案の実施状況

(A：着手済, B：平成29年度に着手(予定含む), C：未着手または見送り)

改革改善案	具体的な取組(予定)内容	状況
出前講座への相談員派遣割合の増加	出前講座への相談員の派遣割合増加を実施した。	B
組織の見直し, 充実	正規職員の増員要望に至っていない。	C

3 2で挙げた取組状況がCの場合, その原因

正規職員の増員は内部での合意形成に至らず, 要望できなかった。

Step 7 成果・問題点の把握

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

マンパワーに拠るものがほとんどで, 少人数体制の中, 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) さらなる成果向上に向けた課題(課題がある場合に記載)

消費者をめぐる社会状況に応じた施策・事業を展開し, 必要な施策・事業を推進することが必要である。人件費に頼る部分が多い事業であり, 事業費確保に努める。特に随時の施策対応は正職員の対応が必須である。

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

マンパワーに頼る部分が多い事業であり, 事業費確保(特に人件費, 研修費)及び組織の充実が必須である。

(2) 現状の問題点が生じている原因

正規職員が少数である。

(3) 分析した原因の解決に向けた課題

事務事業, 組織の見直し, 充実。

Step 8 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）

Step 9 Step7, 8を踏まえた改革改善案

消費者をめぐる社会状況に応じた必要な施策・事業を推進することが必要だと考えられるので、正規職員の人員を増員し、事務的作業をする管理チームと必要な施策・事業を推進する事業チーム（消費者教育・啓発を含む）の組織化が必要と考える。