

施策評価シート （評価対象年度：平成30年度）

1. 基本的事項

① 施策名〔施策小〕	1 消費生活相談の充実	② 施策番号	3418
③ まちづくりの方向〔政策(章)〕	4 おだやかに暮らせる、安全と安心のまち		
④ 基本施策〔施策大(節)〕	2 暮らしの不安や生活をおびやかす危険のないまちをめざします		
⑤ 基本的方向〔施策中〕	2 安心生活づくり		
⑥ 担当部名	⑦ 担当課名		
市民生活環境部	産業観光課		

2. 施策の現状把握

[1] 施策の対象・意図

① 施策の対象(誰、何に対して施策を実施するのか)	市民
② 意図(対象をどのような状態にしたいのか。何を狙っているのか)	相談員の資質向上と相談体制の充実を進め、消費生活相談への迅速な対応と情報提供の充実を図る。
③ 環境(この施策を取り巻く状況はどのような状態なのか、また、国や府の動きはどのような状態で、今後どのように変化していくと考えられるか)	国の消費者庁では、消費者相談体制の充実に向けた事業支援が継続されるなど、全国的に相談体制の強化が進められている。

[2] 施策指標及び推移

	施策指標(成果指標)	単位	指標とした理由・考え方
①	相談件数 計算式	件	日々複雑多様化する消費者相談については、その相談件数が市民の生活上の不安を取り除いていると考える。
②	計算式		
③	計算式		

指標名		単位	H28実績	H29実績	H30実績	R1見込	R2目標	備考	
①	相談件数	件	目標値	300	300	300	300	300	相談事業のため、「目標値」ではなく想定値を記載。
			実績値	328	332	358	—	—	
			達成率	109.3%	110.7%	119.3%			
②			目標値						
			実績値						
			達成率						
③			目標値						
			実績値						
			達成率						

[3] 施策を構成する事務事業

	事務事業名	成果指標				総事業費(千円)			事務事業評価結果		重点化	
		指標名	単位	H29実績	H30実績	R1見込	H29実績	H30実績	R1見込	総合評価		今後の方針
1	消費生活センター運営事業	相談件数	件	332	358	—	11,694	14,205	13,320	A	ア	◎
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
計	1						11,694	14,205	13,320			

3. 施策の評価

評価の視点	説明・コメント等
①本施策の意図すること(目的)は、上位施策(施策中)の達成にどのように貢献しますか。 (施策所管課等としての考えをお示ください。)	市民が抱える暮らしの不安や心配ごとを迅速に取り除き、解決に導くことは、市民の安全に対する意識を高め、市民の安心な生活づくりに寄与する。
②本施策で設定した指標から何が読み取れますか。 (2[2]の表の数値の推移から分析できることをお示ください。)	消費者が抱える不安は、相談員へ相談することによって一定軽減されると考えられるため、相談数に比例して成果は生じている。
③本施策において市民、団体等との役割分担や市の関与は適切ですか。 (施策所管課等としての考え(理想と現実)をお示ください。)	相談業務は当該業務の専門家が対応するため、定期的な開催に向け行政から専門家に適切に依頼している。
④施策を構成する事務事業は適正ですか。 (2[3]を踏まえ、施策目標に対し事務事業にずれはないか、数は適正かについて考えをお示ください。)	消費課題を解決するためには、消費者からだけではなく、全国的な事例と照らし合わせて事業者からの聞き取りも行う必要があるため、まず最初に消費者相談を経ることは適正である。
⑤施策を構成する事務事業の中で重点化及び縮小化についてどのように考えますか。 (2[3]において、◎、○、▲とした理由をお示ください。)	消費者相談業務については、電話による勧誘、テレビショッピング、スマートフォンによる課金など日々新たなトラブルが発生しているため、消費生活センター機能を拡充することが必要である。

4. 一次評価(所管課評価)

	評価(A~D)	課題等	A: 施策達成に向けた取組や展開などが大変評価できる B: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われている C: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われているものの、改善の余地がある D: 施策達成に向けた取組や展開などが不十分であり、改善の余地が大いにある
一次評価	A	消費者が抱える不安やトラブルは、複雑・多様化しており、それらの情報を迅速に市民へ周知する必要がある。また、市民が気軽に相談できる最初の窓口として消費生活センターの機能を充実させる必要がある。	

5. 改革、改善案

即時的対応 (すぐに取り組む改善案)	増加しつつある消費者相談窓口である消費生活センターの拡充を検討。 多様な情報発信手法の検討。
短期的対応 (1、2年のうちに取り組む改善案)	消費生活センター事業の拡充を実施(啓発事業の増加)。
中長期的対応 (3~5年をめぐりに取り組む改善案)	消費者相談と法律相談が連動する総合相談窓口設置の検討。

6. 二次評価(行革・財産活用室評価)

	評価(A~D)	課題等	A: 施策達成に向けた取組や展開などが大変評価できる B: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われている C: 施策達成に向けた取組や展開などが適切に行われているものの、改善の余地がある D: 施策達成に向けた取組や展開などが不十分であり、改善の余地が大いにある
二次評価	B	消費生活センターの相談件数は同程度で推移しており、適切に実施されている。 増加する相談に引き続き適切に対応できるよう、相談体制の充実に向けた取組を引き続き進められたい。	