

施策評価シート（評価対象年度：令和元年度）

1. 基本的事項

① 施策名〔施策小〕	2 消費啓発の充実	② 施策番号	3421
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）	専門家による消費者トラブル講座を開催することによって、複雑多様化する消費者トラブルを未然に防止する。
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、地域での取組を支援するなど、消費者トラブルの未然の防止に注力している。

〔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	講座参加者数	人	複雑多様化する消費者トラブルを事前に防止するために、事例を交えた講座を開催し、消費者への周知啓発を図る。
	計算式		
②			
	計算式		
③			
	計算式		

	指標名	単位		H29実績	H30実績	R元実績	R2見込	R3目標	備考
①	講座参加者数	人	目標値	30	30	30	30	30	
			実績値	26	0	1	—	—	
			達成率	86.7%	0.0%	3.3%			
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	H30実績	R元実績	R2見込	H30実績	R元実績	R2見込	総合評価	今後の方針		
1	消費生活センター運営事業	講座参加者数	人	0	1	—	14,205	13,757	8,119	A	イ	b	◎
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
計	1						14,205	13,757	8,119				

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。)	啓発活動や相談窓口の開設によって、市民の消費トラブルの未然防止を図るとともに消費に関する知識・意識の向上を図る。
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。)	講演する講座の規模は様々であるが、福祉施設等からの依頼を受けて講座を開催するなど、高齢者に対する消費啓発を進めることができている。
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。)	定期的な啓発講座の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。)	増加しつつある消費者相談の軽減を図るためには、トラブルに巻き込まれない知識の習得が必要であり、まずは講座開催によって情報の周知、知識の習得などの啓発に努めることは、順序として適正である。
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、消費生活に関する啓発活動を行うことが重要である。

4. 一次評価(所管課評価)

一次評価	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	知識不足に起因するトラブルを未然防止するため、講座の開催によって情報周知、知識の習得など啓発を充実させる必要がある。	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

5. 改革、改善案

即時的対応 (すぐに取り組む改善案)	新たな消費者トラブルの傾向を精査。 啓発講座の開催。
短期的対応 (1、2年のうちに取り組む改善案)	新たな消費者トラブルの傾向に応じた講座の開催、周知パンフレットの配布。
中長期的対応 (3～5年をめぐりに取り組む改善案)	消費生活を支援するサポーターの育成。

6. 二次評価(行革・財産活用室評価)

二次評価	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	消費生活センターの運営を通じた取組が適切に実施されている。 安心な消費生活の実現のためにも、複雑・多様化する消費者トラブルを未然に防ぐため講座開催など啓発に向けた取組、展開を引き続き実施されたい。	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