

鎌ヶ谷市施策評価表(事後)

施策の名称	334安心できる消費生活の推進		
施策のねらい (めざす姿)	消費者が安心して買い物をすることができています。 また、市民一人ひとりが環境と調和した消費行動を実践しています。		
基本目標	3「躍動感と魅力あふれる交流拠点都市」をめざして	施策担当マネージャー	市民生活部次長
政策	33活力ある産業を育成します	マネージャー氏名	青木 真也

I 改革・改善内容(=施策をより良く実施するための方策)

①前回の評価で掲げた内容	消費者自身の自立を促すため、講座・パネル展示で知識の定着図り、地域で見守り意識を持ってもらえるよう、各団体の活動の場でPRを行う。 相談員体制の拡充として相談員を増員し、消費者に対し迅速で適切な相談対応を行う。 また、巧妙化・複雑化する相談に対し、庁内の連携を意識し、消費生活をきっかけとした支援体制の構築に繋げていく。	③改革・改善内容	「消費生活」という言葉の認知度向上のため、引き続き講座・啓発チラシの作成を行い、消費者トラブルが身近であることや相談場所があることを広くPRする。
②①に基づく取り組み結果	令和元年度は、小・中学生及び高齢者・一般向け講座を計12回開催し、329名の参加があった。令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響により参加者8名の講座を1回開催しただけであるが、啓発チラシの作成の他、外部媒体での記事掲載や、市広報誌では年4回のコラムに加えて、消費生活センターの役割を周知する特別記事の掲載を行い、普及啓発に取り組んだ。		

II 施策の目的・概要

①目的	対象	市民	意図(対象をどうするのか)	消費者意識を高める。
②施策の概要	悪質商法等からの被害の防止・救済及び自立した消費者の教育を通じ、消費者の利益擁護と消費生活の安定・向上を図る。			
③環境分析(状況変化や今後の見込み・市民意向など)	商品や購入方法の多様化に加え、生活スタイルに大きな違いが出てきたことで、問題が複雑・巧妙化してきている。特に新型コロナウイルス感染症に関連した詐欺等に注意するよう市民に向けた注意喚起を行う必要がある。			

III 事務事業の成果やコストの状況

①令和元年度～2年度の施策の成果	消費生活センターへは年間670件の相談があり、消費者自身での解決に向けた助言や、事業所とのトラブルについては、相談員によるあっせんによりトラブルの解決に導いた。また、消費生活講座を開催し、高齢者等を狙った詐欺などに係る情報提供を行い、参加者自身の体験から気づきを共有することができた。						
②施策成果指標	指標名称		単位	平成30年度	令和元年度	令和2年度	目標値(2年度)
	i	消費生活相談件数	件	765	663	670	300
③基本事業成果指標	i	くらしの講座参加者数	人	850	329	8	840
	ii	出前講座開催回数	回	18	12	1	9
	iii	消費生活相談件数	件	765	663	670	300
	iv						
④施策の事業費	令和元年度決算	令和2年度決算	市民一人あたり事業費(2年度決算)		令和3年度予算		
事業費(千円)	5,846	6,271	(単位:円) 57円		6,621		

IV 評価・検討

①課題(目的に対する現状など)	商品やサービスの多様化・複雑化に伴い、新型コロナウイルス感染症の影響により生活スタイルの変化に伴ったトラブルが増加しているため、消費者意識の醸成に努める必要がある。		
②総合評価	3一部未達成	③総合評価の理由	新型コロナウイルス感染症の影響により講座を開催することができなかったため、「暮らしの講座参加者数」「出前講座」が目標値を達成できなかったことから、左記評価とした。

V 今後の方向性

①施策の方向性	→維持
②上記方向性の説明	商品や購入方法の多様化、複雑化に加え、誘い文句などが巧妙化していることに加え、コロナ禍の影響もあり、消費者自身が、情報を確保するなど、より日々の対応を心がける必要がある。その上で、引き続き、消費者被害の未然防止と救済、消費者の自立支援のために、現在講座実施件数の多い高齢者に加え、IT機器を用いたトラブル増加が予想される若年層を対象とした講座についても、継続して強化していく必要があるため。
③特に重点化する事務事業	消費者対策に要する経費