

令和元年度事務事業評価シート(平成30年度実績)

◎基本情報

事務事業名	消費者相談窓口充実事業		担当部署	市民環境部 市民協働推進課	
総合計画体系			根拠法令計画など	消費者安全法	
基本政策(大項目)	3	しっかり安心・快適住み良いまちづくり	事業期間	開始	平成 ▼ 22 年度
政策(中項目)	2	快適に暮らせるまち なんと			
(小項目)	消費生活				
施策	8	消費者の自立と保護			
基本事業	1	消費生活センターの充実		終期	未定 ▼

◎事業概要(PLAN)

事業対象	誰(何)を対象にしているか	<input checked="" type="checkbox"/> 個人 <input type="checkbox"/> 世帯 <input type="checkbox"/> 団体 <input type="checkbox"/> その他 <input type="checkbox"/> 内部管理 市民						
事業目標	対象をどのような状態にしたい(目指す)のか	市民からの消費生活に関する苦情・相談を受け、解決に向けた助言や情報提供等を行うとともに、出前講座や講演会等の啓発活動も合わせて行うことで、消費トラブルの解決と未然防止を図る。						
事業計画	30年度に何を計画していたか	市消費生活センターにおいて、専門的知識を持った相談員が、原則、常時2名体制で市民から消費生活に関する苦情・相談を受け、解決に向けた助言や情報提供を行うとともに、出前講座の実施や講演会を開催し、消費者トラブル防止に向けた啓発を行う。併せて、「鳴門市消費者被害防止見守りネットワーク」を活用した見守り体制の強化を図る。						
成果目標	事業目標の達成度合	指標名	29年度	30年度	元年度	2年度	3年度	単位
		消費生活センター相談件数	300	300	300	300	300	件

◎実施結果(DO)

事業実施内容	30年度は目標を達成するため、手段としてどのような活動を行っているのか	①市消費生活センターにおいて、専門的知識を持った相談員が、市民から消費生活に関する苦情・相談を受け、解決に向けた助言や情報提供等を行った。②消費者被害防止見守りネットワークにおいて特殊詐欺の現状を報告すると共に、センターを活用していただけるよう依頼した。③広報なるとや市公式ウェブサイト等に啓発記事を掲載したほか、啓発グッズの作成・配付、相談員による出前講座等を実施し、消費者トラブル防止に向けた啓発を行った。④より多くの市民に消費者問題への関心を深めてもらえるよう、消費者問題講演会を他のイベントと同時開催した。					
事業実施手法		<input type="checkbox"/> 市実施 <input checked="" type="checkbox"/> 一部委託 <input type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> その他					
指標名		29年度実績	30年度実績	元年度目標	2年度目標	3年度目標	単位
活動指標 実施した事業の活動量を示す指標	1	消費者問題講演会開催	1	1	1	1	回
	2	消費者問題講演会参加人数	150	150	150	150	人
成果指標 対象にどのような効果があったか示す指標	消費生活センター相談件数		363	354	—	—	件
	目標達成率(実績/目標)		118.0		—	—	%
今年度の進捗状況		計画どおり		事業全体の進捗状況		計画どおり	

財源内訳	平成30年度	年度	区分	国	県	地方債	その他特定財源	一般財源	事業費計
		当初予算額	0	1,827	0	0	4,149	5,976	
		補正予算額	0	0	0	0	0	0	
		繰越予算額	0	0	0	0	0	0	
		全体予算額	0	1,827	0	0	4,149	5,976	
		決算額	0	1,674	0	0	3,556	5,230	
		繰越額	0	0	0	0	0	0	
	人件費	正規職員(7,321千円/人)	臨時職員(2,125千円/人)	総人件費		総事業費			
	0.5	0.5	4,723	9,953					

事業費推移	年度	29年度決算	30年度決算	元年度	2年度	3年度
	事業費	5,779	5,230	5,821	5,821	5,821
	うち一般財源	3,264	3,556	3,556	3,556	3,556
	人件費	3,617	4,723	4,723	4,723	4,723
	総事業費	9,396	9,953	10,544	10,544	10,544

◎項目別評価(CHECK)

評価項目		評価値	所見欄
①活動に対する評価	有効性	B:概ね有効性があった	市消費生活センターへの相談の結果、被害やトラブルを防止・解決できた事案もあった。
	効率性	A:効率的だった	事業の効率性の観点から、特に問題はなかった。
②成果に対する評価	指標名	消費生活センター相談件数	架空請求や通信販売等の契約トラブルに関する相談が多く寄せられ、相談件数は目標よりも大幅に多くなった。困ったときの相談窓口として、地道な周知等の結果、消費生活センターの認知度が上がってきたのではないかとと思われる。
	目標	300 件	
	実績	354 件	
	評価	A:目標を達成できた	
③総合的な評価		B	広報なるとやテレビ広報、出前講座、啓発グッズの配付等を通じて、トラブル防止に向けた啓発やセンターの周知を行い、センターの認知度が上がってきていると思われるが、年々、悪質商法等の手口は複雑・巧妙化しており、より一層の周知・啓発が必要であると思われることから、B評価とした。

◎今後の方向性(ACTION)

課題	消費者安全法の改正により、市消費生活センターに「消費生活相談員(有資格者)」を置くことが法定化されたことから、相談員の継続的な確保(報酬の引き上げ等)が課題となる。相談に対応するだけでなく、市民がトラブルに遭わない賢い消費者になるよう、広報なるとや市公式ウェブサイト等を活用した情報発信を強化するとともに、地域・学校での出前講座やチラシ配付、「鳴門市消費者被害防止見守りネットワーク」の活用などで啓発強化に努め、消費者教育の充実を継続して図る必要がある。現状は県の補助金を活用して事業を実施しているため、事業を継続するためには、補助期間が終了した場合における予算の確保が必要である。 また、近年消費者トラブル防止以外にもエシカル消費や食品ロス削減といった新たな課題への対応が叫ばれており、市消費生活センターがどこまで対応できるのかを精査する必要がある。				
----	---	--	--	--	--

今後の方向性	1.廃止	2.要改善	3.現状維持	4.拡充	4
--------	------	-------	--------	------	----------

↓今後の方向性を踏まえた上で、以下の欄に記入してください。

実施内容	R1年度	市消費生活センターにおいて、原則、常時2名体制で相談に応じる体制を維持し、市民から消費生活に関する苦情・相談を受け、解決に向けた助言や情報提供を行う。また、出前講座の実施や啓発グッズの配付、講演会等を開催し、消費者トラブル防止に向けた啓発を行うと共に、「鳴門市消費者被害防止見守りネットワーク」を活用した見守り体制の強化を図る。
	R2年度	令和元年度と同様