

施策評価シート（平成30年度実績評価）

◎ 施策の基本情報

| | | | | | | | | | | |
|---------------|-------|---|-----|-----------|-------------|----------------------|-----------|------------------|-------------|-------|
| 総合計画 中期プラン | 政策No. | 2-4 | 政策名 | 日常生活の安全確保 | 政策の 目指す姿 | 安全・安心な日常生活を送っています | 施策 主管課 | 市民生活総合 相談センター | 施策主管 課長名 | 畠山 夕子 |
| | 施策No. | 1 | 施策名 | 生活相談の充実 | 施策の 目指す姿 | 日常生活の悩みや問題が少なくなっています | 関係課名 | | | |
| | 現状と課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・高齢者等が多様化する特殊詐欺などのトラブルに巻き込まれるケースが多発しています。 ・市から地域住民に啓発情報を発信しているものの、全ての住民には伝わらない状況があります。 | | | | | | | | |

◎ 前年度の評価の振り返り

(前年度評価時の今後の方向性)

・市民が予備知識を習得する機会として出前講座が有効な手段であることから、講座内容の充実に努める。

(反映状況)

・特殊詐欺による被害が発生したり予兆があった際には、随時ホームページ、フェイスブックやコミュニティFM、有線放送により注意喚起を行った。また、コミュニティFMや広報はなまきを利用し、消費者トラブルの事例を紹介し、消費者トラブルの未然防止に向け意識啓発を図った。
・長寿福祉課で構築しているSOSネットワークを活用し、情報共有を図った。

1 施策の目指す姿の実現に向けた主な取組

(1) 日常生活でのトラブル防止に向けた意識啓発

- ホームページ、フェイスブックやコミュニティFM、出前講座などによる啓発活動の充実
 - ・消費者月間に合わせたコミュニティFMによる啓発広告放送、コミュニティFMによる「くらしのQ&A」による啓発放送
 - ・出前講座による悪質商法等の啓発活動
 - ・広報はなまきでの悪質商法等の事例紹介などによる啓発
- 関係機関等との連携による消費者問題等の最新情報の提供や注意喚起
 - ・SOSネットワークを活用した情報提供・注意喚起

(2) 生活相談体制の充実

- 多様化している相談に対応するための相談員のスキル向上
 - ・国民生活センター等への研修派遣
- 法的解決等が必要な相談に対応する専門家相談の継続実施
 - ・無料法律相談会、市民生活相談会、消費者資金貸付相談会を開催

2 成果指標

| 成果指標名 | 成果指標設定の考え方 (なぜ、この指標で成果を測ることにしたのか) | 成果指標の測定企画 (どのように実績を把握するのか) | 単位 | 数値 区分 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 |
|---------------------------------|---|--|----|----------|------|------|------|------|------|------|
| 消費者トラブルに遭わないように注意している市民の割合(B-1) | 消費生活情報に関心を寄せてトラブルに遭わないように注意している市民の割合を示す指標 | 出典:市民アンケート(毎年4月実施) 問:あなたは、日頃なにか防犯対策を行っていますか?次の中からあてはまるものをいくつか選んでください。 →「悪質商法や特殊詐欺などの消費者トラブルに遭わないよう、最新の消費生活情報に関心を寄せている」の項目を選択した人の割合 | % | 目標値 | 55.0 | 57.5 | 60.0 | 51.5 | 53.0 | 54.5 |
| | | | | 実績値 | 54.3 | 49.3 | 42.8 | 53.7 | 58.2 | |
| | | | | 目標値 | | | | | | |
| | | | | 実績値 | | | | | | |

3 成果指標の達成状況

| 達成度 | 達成状況に関する背景・要因 |
|-----|--|
| A | <p>■消費者トラブルに遭わないように注意している市民の割合・・・【達成度a】</p> <p>高齢者だけではなくあらゆる年代層でトラブルが生じており、マスコミ等での報道も多いことから、「特殊詐欺」や「悪質商法」が世間に認知されてきていることによるものと考えます。また、市においては被害や予兆電話があった際には随時市のホームページ、フェイスブックやコミュニティFMで注意喚起しているほか、関係機関と情報を共有している。</p> |

4 施策を構成する事務事業一覧

| 番号 | 事務事業名 | 担当課 | 施策への貢献度 | | 成果 |
|-----|--|--------------|-----------|-----------|----|
| | | | 対象 直結度 | 意図 直結度 | |
| 1-1 | 消費生活相談体制整備事業(消費者トラブル防止啓発事業) | 市民生活総合相談センター | 一致 | 直結 | C |
| | ・ふれあい出前講座(16回 受講者533人) ・コミュニティFMを活用した啓発(時報広告(5月中)、くらしのQ&A 21回) | | | | |
| 1-2 | 消費生活相談体制整備事業 | 市民生活総合相談センター | 一致 | 直結 | C |
| | ・消費生活相談員による相談(受付件数1,053件) ・消費生活相談員の研修への参加(国民生活センターの専門研修 8回 8人) | | | | |
| 2 | 専門家相談会開設事業 | 市民生活総合相談センター | 一致 | 直結 | B |
| | ・無料法律相談会(39回 197件)、市民生活相談会(48回 49件)、消費者救済資金貸付相談会(3回 3件) ・消費者救済資金貸付預託金(債務整理等資金25,000千円 生活再建資金10,000千円) | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

5 施策を構成する事務事業の検証

(①市民ニーズや市の関与の必要性が低下した事業、②投入コストのわりに成果が低い事業、③施策への貢献度の低い事業はないか)
なし

(施策の目標を達成するため、さらに成果の向上を図る事業はないか)

・悪質商法や特殊詐欺の被害に遭うことのないよう、市民の予備知識を習得する機会や情報の提供を継続する。

(新たに取り組むべき事業はないか)

なし

6 施策の総合的な評価

(課題)

・あらゆる世代において消費者トラブルに巻き込まれる状況になってきている。

(今後の方向性)

・市民が予備知識を習得する機会として出前講座が有効な手段であることから、講座内容の更なる充実を図る共に、イベント等における啓発活動に努める。