

令和元年度 施策評価シート

基本目標		安心して暮らせる「すみだ」をつくる
政策	420	地域で支えあい、誰もが安心して暮らせるしくみをつくる
施策	424	消費者の自立を支援し、安心・安全な消費生活を守る
施策の目標	消費者問題や暮らしに関する必要な情報を容易に入手できる環境が整備されることで、区民一人ひとりが正しい知識をもって主体的に行動できる消費者になるとともに、地域での支えあいによって、誰も消費者被害にあうことのない、安心・安全な消費生活を送っています。	

1 基本計画における成果指標の状況

指 標 名	「消費者講座の受講等、日ごろから消費者被害に遭わないための取り組みを行っている。」区民の割合									
	基準年 (H28)	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
目標					15.0					18.0
実績	12.1									
指 標 名	「消費者被害に遭わないために必要な情報が適切に提供されている。」と評価する区民の割合									
	基準年 (H28)	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
目標	32.0				42.0					45.0
実績	38.3									

2 目標と現状(実績)についての分析及び総事業費推移

指標の推移・施策の課題や問題点について記述	総事業費推移（千円）	
スマートフォン等の電子通信機器の飛躍的普及により、悪質なインターネット関連の消費者トラブルに関する相談が増加し、消費者被害も減少していない。 そのため、消費生活相談員による消費者問題に関する普及啓発を目的とした「出前講座」や消費者センター・消費者相談事業の周知を行い、区民等への消費生活情報の提供や知識の向上等に取り組んでいる。 消費者基本法の理念に基づき、消費者が自らの利益擁護のため、自主的かつ合理的に行動することを目指し、引き続き普及啓発活動を積極的に行っていく。	H28	24,869
	H29	23,992
	H30	24,586

3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
C	毎年2,000件程の消費生活相談があり、区民等の消費生活の安心・安全を図るため、すみだ消費者センターを拠点とする積極的な施策の展開が求められている。

4 今後の施策の運営方針

評価結果	施策の戦略的方向性
	(1) 優先的に資源投入を図る。
	(2) 現状維持とする。
○	(3) 現状維持だが、より効率的な運営を図る。
	(4) 資源投入の縮小を図る。
【上記の判断理由】	
区民や区内事業者に対して、消費生活情報の正しい知識の取得と向上を図るため、消費生活講座、消費生活展、消費者ニュース等の内容を検討する余地がある。また、高齢者の被害を守るため、引き続き福祉部門との連携の強化を図る必要がある。	
【今後の具体的な方針】	
スマートフォン等の電子通信機器を媒体としたトラブルや、巧妙化する悪質商法への対応策として、時勢に合った研修等へ積極的に参加・受講することで、相談員のさらなるスキルの向上を図り、区民等が安心・安全な消費生活が送れるよう的確に支援していく。	

5 この施策に係る事務事業（重要度・貢献度順）

番号	事務事業名	歳 出 決算額 (千円)	人コスト (千円)	歳 出 総 額 (千円)	施策への関連性	目的に対する指標	直近の評価内容
						年度目標値	評価結果
						年度実績値	評価対象年度
1	消費者センター事業費 (維持管理含む)	22,636	11,812	34,448		10	現状維持
						10	平成30年度
2	消費者教育・啓発事業	525	7,875	8,400		15	改善・見直し
						8	平成30年度
3	消費生活展事業	1,425	6,890	8,315		1050	改善・見直し
						702	平成30年度
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

令和元年度 事務事業評価シート

施 策	424	消費者の自立を支援し、安心・安全な消費生活を守る				部内優先順位	
事 業 名	消費者センター事業費(維持管理含む)					1	
目 的	区民が消費者被害に遭うことのないよう、消費者問題や暮らしに関する情報を容易に入手でき、一人ひとりが正しい知識を持つことができる環境を整備する。					主管課・係(担当)	
						産業振興課・すみだ消費者センター	
						03-5608-1516	
対 象 者	区内在住・在勤で、消費者被害に遭った方や消費生活情報の正しい知識を取得しようとする個人及び団体(区内事業者含む)						
根拠法令 関連計画	消費者基本法、消費者安全法、家庭用品品質表示法、計量法、すみだ消費者センター条例及び同条例施行規則外						
実施基準	法令基準	実施方法	直営	人員体制・委託先	7		
事業内容	消費者行政及び消費者団体の活動拠点として区民に対する消費者相談や消費者情報の提供を行う。また、家庭用品等の表示調査の実施と東京都が実施する計量器定期検査を行い、消費者保護の一助とする。 【すみだ消費者センター相談】 ・月曜日～土曜日 ※日曜・祝日・年末年始を除く 【受付時間】 ・午前9時～午後4時30分 (ただし、土曜日は電話相談のみの受付)						
経 過	開始年度	平成2年		終了予定			
	区民の消費生活の安定及び向上に資するため、平成2年7月に開設した。 【平成30年度】実績 ・相談件数 2,071件 ・団体施設見学 3回						
議会質問 の 状 況							
そ の 他 特記事項	(他区の状況・年間スケジュール・関連部署等) ・東京都消費生活総合センター、23各区消費生活センター等と連携 ・関連部署:福祉保健部(高齢者等の消費者被害防止のための連携)						

予算・決算額推移(千円)		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度
予算現額(事業費)		24,563	24,197	24,102	23,631	23,384	24,548
決算額(令和元年度は見込み)		23,924	24,213	23,485	22,038	22,636	24,548
財源	国						
	都	4,100	5,058	4,351			
	その他	200	200	200	200	200	200
一般財源		19,624	18,955	18,934	21,838	22,436	24,348
執行率(%)		97.4%	100.1%	97.4%	93.3%	96.8%	100.0%

予算・決算の内訳(単位:千円)								
平成29年度(決算)			平成30年度(決算)			令和元年度(予算)		
節	概要	金額	節	概要	金額	節	概要	金額
報酬	相談員報酬	16,826	報酬	相談員報酬	17,259	報酬	相談員報酬	17,480
旅費	研修等旅費	202	旅費	研修等旅費	31	旅費	研修等旅費	271
役務費	清掃委託、電話料等	1,597	役務費	清掃委託、電話料等	1,646	役務費	清掃委託、電話料等	1,616
委託料	施設管理委託	788	委託料	施設管理委託	786	委託料	施設管理委託	691
負担金補助及び交付金	管理費、光熱水費等	2,161	負担金補助及び交付金	管理費、光熱水費等	2,175	負担金補助及び交付金	管理費、光熱水費等	3,481

事業の成果	手段に 対する指標 (活動指標)	指標	消費生活相談員の研修への参加回数				単位	回
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		10	37	目標	10	10	10	10
				実績	10	12	10	
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	10	10	10	10	10	10
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	消費生活相談員の資質向上の手段として研修が適しているため、過去の実績を踏まえた回数を目標値とした。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指標					単位	
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
				目標				
				実績				
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標						
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
現状維持	多様化する消費生活問題に的確に対応できるよう、相談員の継続的なスキルアップと相談機能の充実を図っていく。また、すみだ消費者センターの認知度を高め、消費生活問題で悩む区民の利用促進を図る。

課題・問題点
スマートフォンをはじめとする電子通信機器等の飛躍的な発展・普及によって、今後もインターネット関連のトラブルが増加していくことが予測される。また、高齢者の一人暮らしや高齢者のみの世帯が増加する中で、消費者被害を拡大させないための取組や消費者教育の充実が必要である。

施 策	424	消費者の自立を支援し、安心・安全な消費生活を守る				部内優先順位
事 業 名	消費者教育・啓発事業					2
目 的	消費生活情報の正しい知識を取得・発信しようとする個人及び団体に対し、消費者講座の実施や消費者ニュースの発行による情報発信を行い、消費者被害に遭うことのない、安心・安全な暮らしの実現を図る。					主管課・係（担当）
						産業振興課・すみだ消費者センター
						03-5608-1516
対 象 者	区内在住・在勤の方で、消費生活情報の正しい知識を取得しようとする個人及び団体（区内事業者含む）					
根拠法令 関連計画	消費者基本法、消費者教育の推進に関する法律、墨田区消費者団体の登録及び助成に関する要綱					
実施基準	区独自基準	実施方法	直営	人員体制・委託先	7	
事業内容	消費者基本法等に基づき、消費生活に関する知識や消費者問題についての啓発を図るため、消費者講座を実施する。また、実際に消費者センターに相談のあった事例を取り上げるとともに、様々な消費トラブルに関する対策等について意識啓発を行うため、毎月1回消費者ニュースを発行し、広く区民等に周知している。さらに、消費者団体の適正な運営及び自主的な組織活動を支援している。					
経 過	開始年度	平成2年	終了予定			
	平成29年度組織改正に伴い、消費者講座事業等の予算を新たに編成した。 【平成30年度実績】 消費者講座：3回実施 出前講座：5回実施 消費者ニュース：毎月1,500部発行（年12回） 【平成30年度区登録消費者団体】 8団体（リボンの会、パルシステム、コープみらい、ひまわりの会、あしたば、ダスクール、さくら会、アズール）					
議会質問 の 状 況						
そ の 他 特記事項	（他区の状況・年間スケジュール・関連部署等） ・東京都消費生活総合センター、23各区消費生活センター等年間を通して実施 ・消費者講座：2回 ・出前講座：10回 ・消費者ニュース発行：年12回 ・関連部署：福祉保健部（高齢者等の消費者被害防止に関する連携）					

予算・決算額推移（千円）		2 6 年度	2 7 年度	2 8 年度	2 9 年度	3 0 年度	令和元年度
予算現額（事業費）					657	590	559
決算額（令和元年度は見込み）					591	525	559
財 源	国						
	都						
	その他						
一般財源		0	0	0	591	525	559
執行率（％）		#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	90.0%	89.0%	100.0%

予算・決算の内訳（単位：千円）								
平成 2 9 年度（決算）			平成 3 0 年度（決算）			令和元年度（予算）		
節	概要	金額	節	概要	金額	節	概要	金額
報償費	講座講師謝礼	66	報償費	講座講師謝礼	60	報償費	講座講師謝礼	104
需用費	消耗品費	504	需用費	消耗品費	287	需用費	消耗品費	263
役務費	郵送料	9	役務費	郵送料	10	役務費	郵送料	18
使用料及び賃借料	会場使用料	13	委託料	広告作成	150	委託料	広告作成	148
			使用料及び賃借料	会場使用料	20	使用料及び賃借料	会場使用料	26

事業の 成果	手段に 対する指標 (活動指標)	指標	消費生活に関する講座の実施回数				単位	回
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		25	R7	目標	15	15	15	15
				実績	11	11	8	
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	20	20	20	20	20	25
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	啓発の手段として講座が適しているため、過去の実績(ニーズ)を踏まえた回数を目指した。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指標	消費生活に関する講座参加者数				単位	人
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		1,000	R7	目標	600	600	700	700
				実績	469	316	222	
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	800	800	800	900	900	1,000
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	啓発の目的として講座参加者数が適しているため、過去の実績(ニーズ)にプラスした数を目指した。							

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
改善・見直しのうえ継続	消費者被害は、複雑・多様化しており、さらに教育・啓発の機会を増やす必要がある。また、消費者が関心をもつ講座を実施し、参加者を増やすことで費用対効果を高めていく。

課題・問題点
インターネットの利用に伴う消費者トラブルや、特に高齢者の消費者被害を未然に防止するため、福祉保健部門との連携を図りながら、一層の教育・啓発を展開していく必要がある。また、より効果的なPRを行うための様々な媒体を活用していくことが求められる。

施 策	424	消費者の自立を支援し、安心・安全な消費生活を守る				部内優先順位
事 業 名	消費生活展事業					3
目 的	区登録消費者団体等の活動成果発表や関係団体の展示等を通して、日々の消費生活に役立つ情報を発信し、消費者への意識啓発を図る。					主管課・係（担当）
						産業振興課産業振興担当
						03-5608-6186
対 象 者	消費者					
根拠法令 関連計画	消費者基本法、すみだ消費生活展実行委員会補助金交付要綱					
実施基準	区独自基準	実施方法	直営	人員体制・委託先	常勤2名	
事業内容	安全で快適、健康で豊かな自立した消費生活のため、区登録消費者団体、関係官公署・事業者等が一堂に会し、活動成果の発表・展示等を行う消費生活展を開催する。 【日時(平成30年度)】 平成30年10月27日(土)午後1時～午後4時 平成30年10月28日(日)午前10時～午後3時 【場所(平成30年度)】 すみだリバーサイドホール2階イベントホールほか					
経 過	開始年度	昭和49年度		終了予定		
	昭和49年度より、時代の変遷に伴い変化する消費生活に沿い、名称や内容を変えながら実施している。 平成30年度のすみだ消費生活展では、新たな視点を取り入れるため実行委員の一般公募を行った。また、わかりやすく行きやすいイベントとするため、「すみだ消費生活展」という事業名称は残しつつも、「くらしフェスタSUMIDA」というイベント名称を新設するほか、ちらしのデザインを変更している。					
議会質問 の 状 況						
そ の 他 特記事項	(他区の状況・年間スケジュール・関連部署等)					

予算・決算額推移（千円）		2 6 年度	2 7 年度	2 8 年度	2 9 年度	3 0 年度	令和元年度
予算現額（事業費）		1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	1,428
決算額（令和元年度は見込み）		1,424	1,380	1,384	1,363	1,425	1,428
財 源	国						
	都						
	その他						
一般財源		1,424	1,380	1,384	1,363	1,425	1,428
執行率（％）		98.9%	95.8%	96.1%	94.7%	99.0%	100.0%

予算・決算の内訳（単位：千円）								
平成 2 9 年度（決算）			平成 3 0 年度（決算）			令和元年度（予算）		
節	概要	金額	節	概要	金額	節	概要	金額
負担金補助及び交付金	すみだ消費生活展実行委員会補助金	1,363	負担金補助及び交付金	すみだ消費生活展実行委員会補助金	1,410	負担金補助及び交付金	すみだ消費生活展実行委員会補助金	1,425
役務費	郵便料金	15	役務費	郵便料金	15	役務費	郵便料金	3

事業の 成果	手段に 対する指標 (活動指標)	指標	参加団体数				単位	団体
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		35	令和7年度	目標	30	32	32	32
				実績	29	31	37	
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	33	33	34	34	34	35
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	消費生活分野は多岐に渡るため、幅広い分野の団体が参加することで、消費者の来場意欲を高めることができる。							
	目的に 対する指標 (成果指標)	指標	来場者数				単位	人
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R 1
		1200	令和7年度	目標	1000	1050	1050	1050
				実績	1065	689	702	
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	1100	1100	1150	1150	1150	1200
		実績						
	指標の選定理由及び目標値の理由							
	幅広い分野の団体が参加することで、より多くの消費者の来場を目指すため。							

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
改善・見直しのうえ継続	深刻化する消費者問題を広く区民にPRするとともに、消費者教育のための機会であることから、さらなる集客力の向上と内容の差別化及び充実化を図っていく必要がある。

課題・問題点
消費生活展実行委員会の構成員である消費者団体の減少及び高齢化により、内容がマンネリ化し集客が伸び悩む傾向にある。 また、環境フェアやすみだまつり・こどもまつり等同様の事業があるため、区民のニーズが高いとは決していえない。 来場者アンケートを実施しているが、正確な費用対効果の検証は困難である。

補助金名称	すみだ消費生活展実行委員会補助金			主管課・係（担当）
根拠法令	すみだ消費生活展実行委員会補助金交付要綱			産業振興課産業振興担当
補助概要	すみだ消費生活展実行委員会が行う次に掲げる事業に要する経費の一部を予算の範囲内において補助金として交付する。 （１）すみだ消費生活展 （２）区長が必要と認める事業			03-5608-6186
目的	すみだ消費生活展実行委員会に補助金を交付することにより、消費生活の向上及び豊かで安全な暮らしの実現を図るためのイベントを開催することを目的とする。			
対象	すみだ消費生活展実行委員会			
基準	区独自基準			
補助条件	・すみだ消費生活展実行委員会委員長（以下、「委員長」という。）がすみだ消費生活実行委員会補助金交付申請書（様式第1号）に事業計画書及び補助金内訳書を添付して区長に提出すること。 ・すみだ消費生活展実行委員会補助金交付決定通知書（様式第2号）による通知を受けたとき、委員長がすみだ消費生活展実行委員会補助金請求書（様式第3号）を区長に提出すること。 ・会計年度終了後、委員長がすみだ消費生活展実行委員会補助金実績報告書（様式第4号）及びすみだ消費生活展実行委員会収支決算書（様式第5号）を区長に提出すること。 ・交付された補助金に余剰が生じたとき、委員長が当該余剰金を区長に返還すること。			
経過	開始年度	昭和49年度	終了予定	
	昭和49年度より、時代の変遷に伴い変化する消費生活に沿い、名称や内容を変えながらすみだ消費生活展を実施している。 平成30年度のすみだ消費生活展では、新たな視点を取り入れるため実行委員の一般公募を行った。また、分かりやすく参加したくなるイベントとするため、「すみだ消費生活展」という事業名称は残しつつも、「くらしフェスタSUMIDA」というイベント名称を新設するほか、チラシのデザインを変更している。			
議会質問の状況				
その他特記事項	（他区の状況・年間スケジュール・関連部署等）			

予算・決算額推移（千円）		26年度	27年度	28年度	29年度	30年度	令和元年度
予算額（事業費）		1,440	1,440	1,440	1,440	1,440	1,428
決算額（令和元年度は見込み）		1,424	1,380	1,384	1,363	1,425	1,428
財源	国						
	都						
	その他						
一般財源		1,424	1,380	1,384	1,363	1,425	1,428
執行率（％）		98.9%	95.8%	96.1%	94.7%	99.0%	100.0%

補助金の 成果	手 段 に 対する指標 (活動指標)	指 標	参加団体数				単 位	団体
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R1
		35	令和7年度	目標	30	32	32	32
				実績	29	31	37	
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	33	33	34	34	34	35
		実績						
		指標の選定理由及び目標値の理由						
	消費生活分野は多岐に渡るため、幅広い分野の団体が参加することで、消費者の来場意欲を高めることができる。							
	目 的 に 対する指標 (成果指標)	指 標	来場者数				単 位	人
		最終目標値	目標年度		基準年(H28)	H29	H30	R1
		1200	令和7年度	目標	1000	1050	1050	1050
				実績	1065	689	702	
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	1100	1100	1150	1150	1150	1200
		実績						
		指標の選定理由及び目標値の理由						
	幅広い分野の団体が参加することで、より多くの消費者の来場を目指すため。							
評価結果		評価についての説明・今後の方向性等						
改善・見直しのうえ継続		深刻化する消費者問題を広く区民にPRするとともに、消費者教育のための機会であることから、さらなる集客力の向上と内容の差別化及び充実化を図っていく必要がある。						

課題・問題点
消費生活展実行委員会の構成員である消費者団体の減少及び高齢化により、内容がマンネリ化する傾向にある。 また、環境フェアやすみだまつり・こどもまつり等同様の事業があるため、区民のニーズが高いとは決していない。来場者アンケートを実施しているが、正確な費用対効果の検証が困難である。