

施策 4 2 4

消費者の自立を支援し、
安全・安心な消費生活を守る

令和 8 年度 施策評価シート

基本目標	IV 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	消費生活に関する情報を容易に入手できる環境が整備されることで、区民一人ひとりが持続可能で賢明な消費生活を送るための正しい知識に基づいて行動できる消費者になるとともに、地域での支え合いによって安全・安心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あ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	H31	R2
目標	—	—	—	—	15%
実績	12.1%	—	—	—	10.6%
	R3	R4	R5	R6	R7
目標	—	—	—	—	18%
実績	—	—	—	—	12.9%

指標名	「消費者被害にあ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	H31	R2
目標	32%	—	—	—	42%
実績	38.3%	—	—	—	46.6%
	R3	R4	R5	R6	R7
目標	—	—	—	—	50%
実績	—	—	—	—	44.5%

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）	
昨今、インターネットに関連する消費者相談や、悪質な商法による被害の相談が年代を問わず増加している。被害に遭わないためにはどうするか、また、被害に遭ってしまった場合は、早期に消費者相談の窓口へつながるように、消費者教育・啓発事業を実施するほか、相談体制の強化にも取り組む必要がある。	R5	9,329
	R6	9,508
	R7	10,871

3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
B	消費者センターへの相談件数が増加し、相談窓口の認知度は高まってきたと考えられる一方で、消費者被害を未然に防止するための情報提供が十分とは言えないため、今後も同センターを拠点として、区民に対する意識啓発の強化に取り組んでいく。

4 今後の施策の運営方針

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	
相談員の人材育成と相談体制の強化を図るため、令和８年度から消費生活指導相談員の職を新たに設けることとした。消費者教育・啓発事業については、消費者問題の動向と昨今の相談事例を踏まえ、適宜内容の見直しを行いながら、効果的な実施に努める。	
今後の具体的な方針	
消費生活指導相談員が中心となって人材育成に取り組み、国や都の研修も有効に活用しながら相談員のスキルアップを図る。また、消費者被害の防止に向けて区民に必要な情報が適切に届けられるように、情報発信を強化するほか、関係各課や関係機関との連携を強化し、消費生活の安全・安心を確保する。	

5 この施策に係る事務事業

番号	事務事業名	主管課	決算額(A) (千円)	人コスト(B) (千円)	総事業費 (A+B) (千円)	評価結果
1	消費者教育と啓発事業費	産業振興課	415	10,456	10,871	現状維持

令和8年度 事務事業評価シート

No. 1

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					
事 業 名	消費者教育と啓発事業費					
主管課	産業振興課	電話番号（内線）	5433			
目 的	消費者講座、消費者ニュース及び消費者団体等の活動を通して、区民等に様々な消費者トラブルの未然防止・啓発活動を行うことで、安心・安全な消費生活を送れるようにする。					
対 象 者	区内在住在勤の者で、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	法令基準	実施方法	直営	人員体制・委託先	常勤2・再任用1・会計年度6	
事業内容	消費者基本法等に基づき、消費生活に関する正しい知識や消費者問題についての啓発を図るため、区がテーマを設定する消費者講座及び区内団体等の要望に即した出前講座を実施する。 また、毎月1回「墨田区消費者ニュース」を発行し、実際にすみだ消費者センターに寄せられた相談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広く区民等へ周知し、意識啓発を行っている。 さらに、消費者団体の適正な運営及び自主的なグループ活動を支援し、消費者の健全かつ自主的な組織活動を促進している。					
経 過	開始年度	令和2年度			終了予定	
	【令和7年度】実績 消費者講座 : 4回 出前講座 : 6回 消費者ニュース: 12回 区公式HPに毎月掲載。年4回（6、9、12、3月）紙ベースで区施設等に配布 消費者団体 : 4団体（コープみらいさくらんぼ、ひまわりの会、あしたば、アズール）					
議会質問 の 状 況	【令和6年予算特別委員会】 若年層に向けた消費者トラブルに関する啓発について 【令和6年6月】 消費者相談体制の改善について 【令和8年3月高齢者対策特別委員会】 消費者被害・虐待防止対策の強化について					
そ の 他 特記事項	【関連部署等】 東京都生活文化局、東京都消費生活総合センター、特別区の消費生活センター等					

予算・決算額推移（単位：千円）		令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
予算現額（令和8年度は当初予算）		473	480	355	471	819	982
A. 決算額（令和8年度は見込み）		411	338	287	264	415	982
財 源	国	0	0	0	0	0	0
	都	40	14	7	10	82	41
	その他	0	0	0	0	0	0
一般財源		371	324	280	254	333	941
執行率（％）		86.89％	70.42％	80.85％	56.05％	50.67％	100％
B. 人コスト		11,435	10,679	9,042	9,244	10,456	
総事業費（A+B）		11,846	11,017	9,329	9,508	10,871	
予算書P（令和8年度）		P190-3		執行実績報告書P（令和7年度）			

主な予算・決算の内訳（単位：千円）					
令和6年度（決算）		令和7年度（決算）		令和8年度（当初予算）	
節	金額	節	金額	節	金額
委託料	151	需用費	191	使用料及び賃借料	451
需用費	81	使用料及び賃借料	179	需用費	239
報償費	21	報償費	46	委託料	151
使用料及び賃借料	11	役務費	2	報償費	124
				役務費	17
概 要		概 要		概 要	
・講師謝礼 ・参考図書、啓発物品、事務用品 ・消費者センター周知用現金封筒 ・消費者講座会場使用料		・講師謝礼 ・参考図書、啓発物品、事務用品 ・郵券 ・消費者センター周知用啓発物品 ・消費者講座会場使用料		・講師謝礼 ・参考図書、啓発物品、事務用品 ・郵券 ・消費者センター周知用啓発物品 ・消費者講座会場使用料	

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	H31	
		25	令和7年度	目標	15	15	15	15
				実績	11	11	8	12
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	20	20	20	20	20	25
		実績	0	2	4	8	12	10
		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）にプラスした数を見込みとした。						
事業の成果	目的に対する指標 (成果指標)	指標	消費生活に関する講座の参加者数				単位	人
		最終目標値	目標年度	基準年 (H28)	H29	H30	H31	
		1,000	令和7年度	目標	600	600	700	700
				実績	469	316	222	274
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	800	800	800	900	900	1,000
		実績	0	86	412	393	316	243
		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が適しているため、過去の実績（ニーズ）にプラスした数を見込みとした。						

評価結果	評価についての説明・今後の方向性等
現状維持	電子的な取引が拡大する中で、悪質な商法は時を追うごとに巧妙化している。今後も消費者被害の防止に向けて、詐欺的な案件への対応、知識不足による消費者側の不利益の発生防止など、時世を考慮したテーマで講座を開催するとともに、参加者を増やすための取組を続けていく。

課題・問題点
悪質な取引手法が細分化され、一般的な注意事項だけではカバーできないことが多い。 ⇒年代や趣向など参加対象者を絞った講座を行う。一方、消費者被害にのみ着眼点を置かず、SDGsに関連するような、環境や社会の将来像を考え、行動していくための消費者事業を検討する。