

令和4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	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)	
近年、スマートフォン等の普及や新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、インターネット関連の消費者トラブルや複雑かつ悪質な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。また、成年年齢の引き下げに伴い、若年者を中心としたトラブルの拡大も懸念されている。 そのため、「消費者講座」や消費者センター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向上に取り組んでいる。 消費者基本法の理念に基づき、消費者が自らの利益の擁護のため、自主的かつ合理的に行動することを目指し、今後も積極的な普及啓発が必要である。	R1	24,040
	R2	28,067
	R3	27,337

3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
C	年間2,000件を超える消費生活相談があり、区民等の消費生活の安定・向上や自立を図るため、すみだ消費者センターを拠点に積極的な施策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】	
区民の消費生活に関する知識向上へ向けて、高齢者や若年者などの実態を踏まえた情報発信・啓発在り方を検討するとともに、関係部署との連携強化を図る必要がある。	
【今後の具体的な方針】	
消費者被害の動向を踏まえ、相談員のスキルアップを図るとともに、区民等への有益な消費生活情報や被害防止策のノウハウを提供し、消費生活の安全・安心を確保し、区民自身が普及啓発の一主体となるよう支援していく。	

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)	目的に対する指標	
					年度目標値	直近の評価内容
					年度実績値	評価結果
						評価対象年度
1	消費者センター事業費(維持管理含む)	27,337	12,458	39,795	10	改善・見直しのうえ継続
					11	令和3年度
2	消費者教育・啓発事業	411	11,579	11,990	800	改善・見直しのうえ継続
					86	令和3年度
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						

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	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、誰もが消費者被害に遭うことのない、安心・安全な消費生活を送っている。				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・在勤者で、消費者被害に遭われ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	常勤2、再任用2、会計年度5	
事業内容	<p>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、法令に基づく品質等表示調査の実施や東京都が実施する計量器定期検査などで消費者保護の一助とする。</p> <p>【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受付)</p>					
経過	開始年度	平成2年		終了予定		
	<p>区民の消費生活の安定及び向上に資するために、平成2年7月に開設し、消費生活に係る相談に応じるほか、消費者団体の学習・活動の場としての施設を整えとともに、バスの借り上げなど施設見学等の消費者団体への支援を行っている。</p> <p>【令和3年度】実績 ・相談件数: 2,015件 ・施設見学: 0回 ※新型コロナウイルス感染拡大防止のため全て中止</p>					
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) ・東京都生活文化局、東京都消費生活総合センター、23区消費生活センター等					

予算・決算額推移(単位:千円)		29年度	30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
予算現額(事業費)		23,631	23,384	24,548	29,100	27,771	27,622
A.決算額(令和4年度は見込み)		22,038	22,636	23,674	27,743	27,337	26,517
財源	国						
	都				64	64	64
	その他	200	200	200	200	200	
一般財源		21,838	22,436	23,474	27,479	27,073	26,453
執行率(%)		93.3%	96.8%	96.4%	95.3%	98.4%	96.0%
B.人コスト			13,781	12,233	12,351	12,458	
総事業決算額(A+B)		22,038	36,417	35,907	40,094	39,795	
予算書P(令和4年度)	P198	執行実績報告書P(令和3年度)			P139		

予算・決算の内訳（単位：千円）								
令和2年度（決算）			令和3年度（決算）			令和4年度（予算）		
節	概要	金額	節	概要	金額	節	概要	金額
報酬	会計年度任用職員報酬	17,035	報酬	会計年度任用職員報酬	17,035	報酬	会計年度任用職員報酬	17,035
職員手当等	会計年度任用職員期末手当	3,293	職員手当等	会計年度任用職員期末手当	3,620	職員手当等	会計年度任用職員期末手当	3,407
報償費	講師謝礼	20	報償費	講師謝礼	20	報償費	講師謝礼	20
旅費	出張旅費	57	旅費	出張旅費	112	旅費	出張旅費	170
需用費	消耗品費等	276	需用費	消耗品費等	324	需用費	消耗品費等	402
役務費	清掃委託等	1,692	役務費	清掃委託等	1,682	役務費	清掃委託等	1,784
委託料	施設管理委託等	818	委託料	施設管理委託等	830	委託料	施設管理委託等	869
使用料及び賃借料	パソコン等借上	300	使用料及び賃借料	パソコン等借上	261	使用料及び賃借料	パソコン等借上	236
工事請負費	施設補修工事	884	工事請負費	施設補修工事	0	工事請負費	施設補修工事	248
負担金補助及び交付金	施設維持等	3,368	負担金補助及び交付金	施設維持等	3,453	負担金補助及び交付金	施設維持等	3,451

27,337

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	12
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	10	10	10	10	10	10
		実績	6	11				
	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
改善・見直しのうえ継続	あらゆる機会を捉えて、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に活用していただくことで相談機能を充実させ、そのための相談員のスキルアップを今後も継続的に図っていく。

課題・問題点
スマートフォンなどの電子通信機器の等の飛躍的発展・普及や成人年齢の引き下げによって、今後も悪質なインターネット関連のトラブルが若者から高齢者に至るまで拡がっていくことが予測される。 このため、消費者被害の拡大を防止するため、消費者教育の充実など具体的な取り組みが重要となる。

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	消費者講座に参加した方や消費者ニュースを読んでいる方、また、消費者団体等で活動する方が、様々な消費者トラブルに遭うことなく、正しい知識を有し、安心・安全な消費生活を送っている。				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	法令基準	実施方法	直営	人員体制・委託先	常勤2、再任用2、会計年度5
事業内容	<p>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。</p> <p>また、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、広く区民等へ周知している。</p> <p>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ている。</p>				
経過	開始年度	平成2年		終了予定	
	<p>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集した。</p> <p>【令和3年度】実績</p> <p>① 消費者講座：2回</p> <p>② 出前講座：0回 ※新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止</p> <p>消費者ニュース：12回 ※毎月HPに掲載。年4回(6月、9月、12月、3月)は各回1,000部配布</p> <p>消費者団体：5団体(パルシステム、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)</p>				
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) ・東京都生活文化局、東京都消費生活総合センター、23区消費生活センター等				

予算・決算額推移(単位：千円)		29年度	30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
予算現額(事業費)		657	590	559	517	473	480
A.決算額(令和4年度は見込み)		591	525	366	324	411	384
財源	国						
	都					40	40
	その他						
一般財源		591	525	366	324	371	344
執行率(%)		90.0%	89.0%	65.5%	62.7%	86.9%	80.0%
B.人コスト			12,797	8,738	11,469	11,579	
総事業決算額(A+B)		591	13,322	9,104	11,793	11,990	
予算書P(令和4年度)	P198	執行実績報告書P(令和3年度)			P139		

予算・決算の内訳（単位：千円）								
令和2年度（決算）			令和3年度（決算）			令和4年度（予算）		
節	概要	金額	節	概要	金額	節	概要	金額
報償費	講師謝礼	0	報償費	講師謝礼	0	報償費	講師謝礼	92
需用費	書籍・消耗品費等	167	需用費	消耗品費等	92	需用費	消耗品費等	173
役務費	通信運搬料	6	役務費	通信運搬料	3	役務費	通信運搬料	15
委託料	現金封筒作成	150	委託料	現金封筒作成	201	委託料	現金封筒作成	151
使用料及び賃借料	会場使用料	0	使用料及び賃借料	会場使用料	22	使用料及び賃借料	会場使用料	49
				備品購入費	93			
				ミシン購入				

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	12
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	20	20	20	20	20	25
		実績	0	2				
	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)にプラスした数を目標値とした。							
	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	274
			R2	R3	R4	R5	R6	R7
		目標	800	800	800	900	900	1,000
	実績	0	86					
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標値とした。								

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	インターネット関連に係る消費者トラブルが増えており、一層の教育・啓発の充実を図る必要がある。このため、ニーズに合った講座を実施し、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
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が、新型コロナウイルスによる感染拡大の影響を受け先行き不透明である。