

令和6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、安全・安心な消費生活を守る
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				10.6					
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					50.0
実績	38.3				46.6					

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）	
インターネット関連や複雑かつ悪質な消費者トラブルに関する相談が、年代を問わず増加している。また、成年年齢の引き下げに伴い、若年者が被害に遭いやすい環境になってきている。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強化し、区民等への消費生活情報の提供や知識向上対策を推進している。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、相談の質を向上させるとともに、消費者の自主的かつ合理的な行動を促進するため、今後も積極的な普及啓発が必要である。	R3	27,538
	R4	26,855
	R5	27,605

3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
C	消費者被害が多様化・複雑化していることから、相談体制を充実させることはもとより、消費者の自己防衛力を高めることが不可欠であるため、すみだ消費者センターを拠点に特に周知・啓発の面で積極的な施策展開が必要である。

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】	
区民の消費者トラブルに対する自己防衛力の向上へ向けて、高齢者や若年者などの実態を踏まえて情報発信・啓発を充実させるため、限られた人員でなるべく大きな効果を上げる必要がある。	
【今後の具体的な方針】	
消費者被害の動向を踏まえ、相談員の絶え間ないスキルアップを図るとともに、区民等へ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	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）	27,318	9,231	36,549	10	改善・見直しのうえ継続
					12	令和5年度
2	消費者教育・啓発事業	287	9,042	9,329	900	改善・見直しのうえ継続
					393	令和5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、安全・安心な消費生活を守る				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・産業振興担当・すみだ消費者センター
						03-5608-6186、03-5608-1516
対 象 者	区内在住・在勤者で、消費者トラブルの被害者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6	
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、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。 【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)					
経 過	開始年度	平成2年度			終了予定	
	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、消費者団体の活動支援として、活動場所の提供や施設見学の際のバスの借り上げなどを行っている。 【令和5年度実績】 ・相談件数:2,209件 ・消費者団体による施設見学:1回					
議 会 質 問 の 状 況	■令和6年予算特別委員会 ▶悪質ホスト問題について ■令和5年6月議会 ▶消費者安全確保地域協議会の設立について ■令和5年2月議会 ▶消費者安全確保地域協議会、通称「見守りネットワーク」の構築の現状について ▶消費者センターの人員強化による、見守りネットワーク構築と、地域ガバナンス力の強化について					
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)		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
予算現額(事業費)		24,548	29,100	27,755	27,632	27,886	6,650
A.決算額(令和6年度は見込み)		23,674	27,743	27,128	27,347	27,318	6,650
財 源	国						
	都		64	64	64	64	64
	その他	200	200	200			
一般財源		23,474	27,479	26,864	27,283	27,254	6,586
執行率(%)		96.4%	95.3%	97.7%	99.0%	98.0%	100.0%
B.人コスト		12,233	12,351	12,458	11,554	9,231	
総事業決算額(A+B)		35,907	40,094	39,586	38,901	36,549	
予算書P(令和6年度)		P200-2		執行実績報告書P(令和5年度)		P141-2	

予算・決算の内訳（単位：千円）								
令和4年度（決算）			令和5年度（決算）			令和6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	19,540
職員手当等	会計年度任用職員期末手当	3,407	職員手当等	会計年度任用職員期末手当	3,549	職員手当等	会計年度任用職員期末手当	7,572
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	132	旅費	出張旅費	126	旅費	出張旅費	192
需用費	消耗品費等	246	需用費	消耗品費等	238	需用費	消耗品費等	439
役務費	清掃委託等	1,820	役務費	清掃委託等	1,776	役務費	清掃委託等	1,682
委託料	施設管理委託等	846	委託料	施設管理委託等	869	委託料	施設管理委託等	928
使用料及び賃借料	パソコン等借上	224	使用料及び賃借料	パソコン等借上	204	使用料及び賃借料	パソコン等借上	282
工事請負費	施設補修工事	141	工事請負費	施設補修工事	74	工事請負費	施設補修工事	5,682
負担金補助及び交付金	施設維持等	3,452	負担金補助及び交付金	施設維持等	3,431	負担金補助及び交付金	施設維持等	2,890

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	R7	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	12	12		
	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。 (研修:国セン研修・消費者協会研修)							
	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	消費生活問題で悩む区民に活用してもらい問題解決を促進するため、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るとともに、相談員のスキルアップ等による相談機能の充実を、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広がっていくことが懸念される。 消費者被害の拡大を防止するためには、消費者教育の充実など具体的な取組が重要となる。

施 策	424	消費者の自立を支援し、安全・安心な消費生活を守る				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、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。					主管課・係（担当）
						産業振興課・産業振興担当・すみだ消費者センター
						03-5608-6186、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、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「墨田区消費者ニュース」を発行し、広く区民等へ周知している。 さらに、消費者団体の適正な運営及び自主的なグループ活動を支援している。					
経 過	開始年度	平成2年度			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集した。 【令和5年度】実績 消費者講座 : 2回 出前講座 : 6回 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 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）					
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					
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）		令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
予算現額（事業費）		559	517	473	480	355	510
A.決算額（令和6年度は見込み）		366	324	411	338	287	510
財 源	国						
	都			40	14	7	55
	その他						
一般財源		366	324	371	324	280	455
執行率（%）		65.5%	62.7%	86.9%	70.4%	80.8%	100.0%
B.人コスト		8,738	11,469	11,579	10,745	9,042	
総事業決算額（A+B）		9,104	11,793	11,990	11,083	9,329	
予算書P（令和6年度）		P200-3		執行実績報告書P（令和5年度）		P141-3	

予算・決算の内訳（単位：千円）								
令和4年度（決算）			令和5年度（決算）			令和6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	20	報償費	講師謝礼	21	報償費	講師謝礼	194
需用費	消耗品費等	148	需用費	消耗品費等	102	需用費	消耗品費	109
役務費	通信運搬料	3	役務費	通信運搬料	1	役務費	通信運搬料	16
委託料	現金封筒作成	150	委託料	現金封筒作成 講師委託料	151	委託料	現金封筒作成	151
使用料及び賃借料	会場使用料	16	使用料及び賃借料	会場使用料	14	使用料及び賃借料	会場使用料	40

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	4	8		
	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指値とした。							
	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	412	393		
	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、社会の潮流を踏まえた上でニーズに合った講座を実施し、参加者を増やすことで効果を高めていく。

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。対象者の年齢、居住形態を絞り込み、興味・関心を持ちやすい内容での講座等啓発事業の開催を検討する。