

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7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	H31	R2
目標	—	—	—	—	15%
実績	12.1%	—	—	—	10.6%
	R3	R4	R5	R6	R7
目標	—	—	—	—	18%
実績	—	—	—	—	

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	—	—	—	—	

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。被害に遭わなくて済むようにするとともに、被害に遭ってしまった場合でも、早期に相談につながるよう、消費者トラブルに関する情報発信・啓発やセンター相談事業の周知を強化している。	R4	11,017
	R5	9,329
	R6	9,508

3 施策の評価及び判断理由

評価	理由
B	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

施策の戦略的方向性	
<input type="radio"/>	(1) 優先的に資源投入を図る
<input type="radio"/>	(2) 現状維持とする
<input checked="" type="radio"/>	(3) 現状維持だが、より効率的な運営を図る
<input type="radio"/>	(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向上と早期救済を図るため、高齢者や若年者などのトラブル実態を踏まえて情報発信・啓発を充実させるため、より効果的な対応が必要である。	
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。また、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するとともに、関係部署・機関との連携を深めることで、消費生活の安全・安心を確保していく。	

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	264	9,244	9,508	改善・見直しのうえ継続

令和7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)	5608-1516			
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6年度】実績 消費者講座 : 4回 出前講座 : 8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					
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2年度	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
予算現額(令和7年度は当初予算)	517	473	480	355	471	1,003
A. 決算額(令和7年度は見込み)	324	411	338	287	264	1,003
財源	国	0	0	0	0	0
	都	0	40	14	7	41
	その他	0	0	0	0	0
一般財源	324	371	324	280	254	962
執行率(%)	62.67%	86.89%	70.42%	80.85%	56.05%	100%
B. 人コスト	7,998	11,435	10,679	9,042	9,244	
総事業費(A+B)	8,322	11,846	11,017	9,329	9,508	
予算書P(令和7年度)	P192-3		執行実績報告書P(令和6年度)			

主な予算・決算の内訳（単位：千円）					
令和5年度（決算）		令和6年度（決算）		令和7年度（当初予算）	
節	金額	節	金額	節	金額
委託料	151	委託料	151	使用料及び賃借料	484
需用費	102	需用費	81	需用費	193
報償費	21	報償費	21	報償費	158
使用料及び賃借料	14	使用料及び賃借料	11	委託料	151
役務費	1			役務費	17
概要		概要		概要	
<ul style="list-style-type: none"> 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現金封筒 消費者講座会場使用料 		<ul style="list-style-type: none"> 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 		<ul style="list-style-type: none"> 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		
		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
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		
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	電子的な取引による契約は年代を問わず利用されており、それに伴う悪質な商法は従前からあるものに加え、時を迫るごとに巧妙化している。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参加者数を増やし、消費者被害防止を図る。

課題・問題点
<ul style="list-style-type: none"> 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。