

# 平成28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	410	災害や犯罪から身を守る、安全・安心なまちとしくみをつくる
施策	414	安全な消費生活を支援する
施策の目標	自立性と主体性をもった消費者が育ち、消費者被害にあわないための知恵を身につけてゆとりある消費生活を送っています。	

## 1 基本計画における成果指標

指標名	単位	目標値	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
消費者被害にあったことがある区民の割合	%	0.9	-	-	-	-	2.7
必要な情報が適切に提供されていると思う区民の割合	%	32	-	-	-	-	38.3

## 2 1の「成果指標」以外に施策の進捗状況を示す指標

指標名	単位	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度
消費者相談件数	件	1,931	1,785	1,915	1,945	1,975
出前講座・講演会等実施回数	回	29	15	18	28	14

## 3 目標と現状(実績)についての分析

<p>指標の推移・施策の課題や問題点について記述</p> <p>近年、スマートフォン等の普及による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。</p> <p>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向上に取り組んでいる。</p> <p>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。</p>
---

## 4 今後の施策の運営方針

<p>施策の戦略的方向性（選択肢に を付ける）</p> <p>(1) 優先的に資源投入を図る。</p> <p>(2) 現状維持とする。</p> <p>(3) 現状維持だが、より効率的な運営を図る。</p> <p>(4) 資源投入の縮小を図る。</p>
<p>【上記の判断理由】</p> <p>毎年約2,000件の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。</p>
<p>【今後の具体的な方針】</p> <p>スマートフォン等の電子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等、時勢に合った研修を相談員が受講することによりスキルアップを図り、区民等への消費生活情報の提供や知識向上を図り、消費生活の安定・向上を目指す。また、区民等が消費生活において自立し、区民自身が普及啓発を行うひとりとなるよう支援していく。</p>

## 5 部内各課で実施しているこの施策に係る事務事業

(単位：千円)

番号	事務事業名	課 名	27年度	事務事業評価 シートの評価結果	部長コメント
			歳出決算額		
1	消費者相談事業	生活経済課	24,213	現状維持	消費者被害防止のため機能強化
2	消費者ニュース発行事業	生活経済課	80	現状維持	消費者被害防止のためPR力を強化
3	消費者団体育成事業	生活経済課	34	現状維持	消費者団体育成事業を継続実施
4	消費生活展事業	生活経済課	1,380	改善・見直し	内容充実により集客力の向上が必要

## 【評価結果】

拡充：効果が高く、拡充による更なる効果拡大も期待できる。

現状維持：効果は高いが、拡充しても効果拡大までは期待できない。

改善・見直し：手段の見直しで効果を拡大する必要がある。

縮小・統合：効果は高くないが、継続する理由がある。

休止、廃止：効果は高くなく、継続する客観的な理由に乏しい。

事務事業名	消費者相談事業		所管課・係	生活経済課消費者・勤労福祉係
施策	414	安全な消費生活を支援する	連絡先	5608-1516
予算書名称	消費者センター管理運営費(1)消費者相談経費		執行実績報告書ページ	133

1 事業の概要

(根拠) 消費者基本法、消費者安全法、すみだ消費者センター条例及び同条例施行規則、墨田区消費者相談実施要綱 (内容) 区民の消費生活の安定と向上のため、消費生活相談窓口の設置、消費者教育・啓発を実施する。	事業開始年度	平成2年度
	終了予定年度	未定

2 事業の対象・手段・目的(具体的に、限定的に記入してください)

<b>【対象】 誰(何)を対象としているのか</b>						
区内在住、在勤、在学者	に対して					
<b>【手段】 どのような方法で行ったのか(具体的な事業内容)</b>						
各種消費者相談に対し、助言・あっせんによる解決、専門の相談窓口の紹介等の支援及び消費者被害の防止と消費生活の向上のための出前講座や講演会	を実施したことで					
<b>【目的】 この事業によって対象をどのような状態にするのか</b>						
消費者センター・消費者相談業務が広く周知されるとともに、悪質商法等の手口が多くの区民等に知られることにより、消費者被害の減少と消費生活が向上し、消費者自身が自立した	状態にする。					
<b>目的を達成するための指標</b>						
種類	指標名(指標の説明)	単位	年度	H25年度	H26年度	H27年度
活動指標 (手段に対する指標)	出前講座・講演会の実施回数	回	目標値	20	20	20
			実績値	18	28	14
成果指標 (目的に対する指標)	出前講座・講演会の受講者数	人	目標値	1,000	1,000	1,000
			実績値	661	759	687
<b>目的の達成に対する事業の結果(指標分析と事業実績の要因分析)</b>						
区民等の消費生活への関心は大きくなっているが、消費者トラブルへの知識・認識不足による被害等もある。このことから、消費生活相談事業や相談窓口をさらに周知する必要がある。また、世情や消費者要望に合った講座・講演会を開催する必要がある。						

3 予算・決算状況(金額の単位は全て千円) \*歳出は切上げ、歳入は切下げ

科目	款	産業観光費	項	商工費	目	経済総務費	
27年度歳出予算額	24,919	27年度歳出決算額	24,213	27年度執行率	97.2%	28年度歳出予算額	24,052
27財源内訳(決算額)	国庫支出金 無	都支出金 有	その他 有	一般財源 有			
使用料等の収入の有無	無	使用料等名称				収入額	
補助金名称 *複数ある場合は代表的なもの							
27年度実績額		28年度予算額		対象			
開始年度		根拠法令					
算定基準				補助率			

平成28年度 事務事業評価シート

4 視点別の評価(担当者評価)

(1)事業の必要性	評価結果	高い	前年度評価	高い
<p>悪質商法の増加等に伴い消費生活トラブルに関する相談・啓発のニーズは高まっており、法的権限をもった区をはじめとする行政が主導的に行う必要があると判断したため。</p>				
(2)事業の有効性	評価結果	どちらかといえば有効	前年度評価	どちらかといえば有効
<p>実績は伸びていないが、潜在的なニーズは増加傾向にあると推定され、それに見合った事業内容を企画することでニーズに応える有効な事業と判断したため。</p>				
(3)事業の効率性	評価結果	どちらかといえば効率的	前年度評価	どちらかといえば効率的
<p>関連・類似事業はなく、経費も適正であり、受益者負担になじまないものと判断したため。</p>				
(4)現状と課題	<p>悪質商法の増加等とともに相談件数は伸びているが、消費生活相談窓口を知らなかったり、被害に遭う前に気軽に相談窓口を活用できていない。</p>			

5 総合評価(課長評価)

評価結果	現状維持	判定理由	多様化・複雑化する消費者被害や消費者事故の拡大を防止するために、相談員のスキルアップや相談体制の充実強化を図っていくことが求められる。
今後の方向性 (見直しの視点)	<p>スマートフォンなどのモバイル端末の飛躍的な普及によってインターネット関連のトラブルが今後も増加することが予想されるほか、高齢者の一人暮らしや高齢夫婦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みや消費者教育の充実が必要である。</p>		
平成27年度区 議会の質問状 況	時期	決算特別委員会	
	要旨	<p>・消費生活相談のうち、運輸・通信サービスに関する相談件数が過去10年間1位となっている理由について ・消費者ホットラインの周知と消費生活に関する情報周知の徹底について</p>	

事務事業名	消費者ニュース発行事業		所管課・係	生活経済課消費者・勤労福祉係
施策	414	安全な消費生活を支援する	連絡先	03-5608-6184
予算書名称	消費者教育と啓発事業費		執行実績報告書ページ	133

1 事業の概要

(根拠) 消費者基本法 (内容) 消費生活に関する知識や消費者問題についての周知・理解を図るため、墨田区消費者ニュースを発行する。	事業開始年度	平成15年度
	終了予定年度	未定

2 事業の対象・手段・目的(具体的に、限定的に記入してください)

<b>【対象】 誰(何)を対象としているのか</b>											
区内在住、在勤、在学者	に対して										
<b>【手段】 どのような方法で行ったのか(具体的な事業内容)</b>											
消費者行政の動向や区消費者相談窓口で受けた相談事例等を内容とした消費者ニュースを毎月発行し、区施設・区消費者団体等への配布及び区公式ホームページへの掲載	を実施したことで										
<b>【目的】 この事業によって対象をどのような状態にするのか</b>											
消費生活に関する知識・情報、相談事例及び解決策等の消費者が日常生活に必要な消費生活情報を提供することで消費者被害を防止、「自立した消費者」が育成され、自身でも積極的に消費生活情報を求める	状態にする。										
<b>目的を達成するための指標</b>											
<b>種類</b>	<b>指標名(指標の説明)</b>										
活動指標 (手段に対する指標)	発行回数	単位	回	年度	目標値	H25年度	12	H26年度	12	H27年度	12
				実績値	12	12	12				
成果指標 (目的に対する指標)	発行部数	単位	部	年度	目標値	H25年度	18,000	H26年度	18,000	H27年度	18,000
				実績値	15,600	16,800	19,200				
<b>目的の達成に対する事業の結果(指標分析と事業実績の要因分析)</b>											
毎月・年12回の発行を継続し、配布場所や掲出場所を増やすことにより発行部数も増えてきている。											

3 予算・決算状況(金額の単位は全て千円) \*歳出は切上げ、歳入は切下げ

科目	款	産業観光費	項	商工費	目	経済総務費	
27年度歳出予算額	108	27年度歳出決算額	80	27年度執行率	74.1%	28年度歳出予算額	103
27財源内訳(決算額)	国庫支出金	都支出金	その他	一般財源			
	無	無	無	有			
使用料等の収入の有無	無	使用料等名称				収入額	
補助金名称		*複数ある場合は代表的なもの					
27年度実績額		28年度予算額		対象			
開始年度		根拠法令					
算定基準				補助率			

平成28年度 事務事業評価シート

4 視点別の評価(担当者評価)

(1)事業の必要性	評価結果	どちらかといえば必要	前年度評価	どちらかといえば必要
<p>消費者の消費生活情報への関心は年々高まっており、正確でタイムリーな情報を求めているが、消費生活情報等をまとめた情報誌はあまりなく、日常生活で区民等が情報を得る機会に資すると判断したため。</p>				
(2)事業の有効性	評価結果	どちらかといえば有効	前年度評価	どちらかといえば有効
<p>配布場所や掲出場所は増えており、印刷物を作成することで、誰でも見やすく、見る機会が得やすいと判断したため。</p>				
(3)事業の効率性	評価結果	どちらかといえば効率的	前年度評価	どちらかといえば効率的
<p>事業経費は横ばい、受益者負担は関係しない事業であり、消費生活情報・消費者問題の周知等を定期的に発信する事業は他になく、消費生活情報等の周知・理解の効果が高いと判断したため。</p>				
(4)現状と課題	<p>区民等が手に取りやすいレイアウト・内容・掲出場所の検討や印刷物以外での効果的な掲載方法の検討が必要である。</p>			

5 総合評価(課長評価)

評価結果	現状維持	判定理由	消費者被害防止のための啓発・注意喚起や消費者教育の充実が求められていることから、こうしたPR活動は重要である。
今後の方向性 (見直しの視点)	インターネットの利用に伴うトラブルや高齢者の消費者被害を未然に防止するための啓発・注意喚起に注力する必要がある。		
平成27年度区 議会の質問状 況	時期	無	
	要旨	無	

事務事業名	消費者団体育成事業		所管課・係	生活経済課消費者・勤労福祉係
施策	414	安全な消費生活を支援する	連絡先	5608-1516
予算書名称	消費者団体育成事業費		執行実績報告書ページ	133

1 事業の概要

(根拠) 消費者基本法、墨田区消費者団体の登録及び助成に関する要綱 (内容) 消費者の健全かつ自主的な組織活動の促進に資するため、登録した消費者団体へ活動場所、会場、バスの提供や講師派遣等の助成を行う。	事業開始年度	平成3年
	終了予定年度	未定

2 事業の対象・手段・目的(具体的に、限定的に記入してください)

<b>【対象】 誰(何)を対象としているのか</b>						
団体登録した墨田区消費者団体	に対して					
<b>【手段】 どのような方法で行ったのか(具体的な事業内容)</b>						
登録団体が主催する 学習会等に講師を無料派遣・ 学習会等の会場を無料提供・ 工場、施設等の見学会に要するバスを無料提供するほか、 すみだ消費者センター内の器具の無料提供	を実施したことで					
<b>【目的】 この事業によって対象をどのような状態にするのか</b>						
消費者団体の適正な運営と消費者の健全かつ自主的な組織活動が促進し、団体が地域のリーダーとして、区民に対し消費生活向上のための情報を発信する	状態にする。					
<b>目的を達成するための指標</b>						
種類	指標名(指標の説明)	単位	年度	H25年度	H26年度	H27年度
活動指標 (手段に対する指標)	学習会、見学会等の計画の働きかけ	件	目標値	11	10	10
			実績値	10	12	8
成果指標 (目的に対する指標)	講師派遣、会場提供、見学会バス提供	件	目標値	11	10	10
			実績値	10	12	6
<b>目的の達成に対する事業の結果(指標分析と事業実績の要因分析)</b>						
27年度末現在8団体が登録しているが、団体構成員の高齢化が進んでおり、団体活動の活性化が課題である。						

3 予算・決算状況(金額の単位は全て千円) \*歳出は切上げ、歳入は切下げ

科目	款	産業観光費	項	商工費	目	経済総務費	
27年度 歳出予算額	68	27年度 歳出決算額	34	27年度 執行率	50.0%	28年度 歳出 予算額	56
27財源内訳 (決算額)	国庫支出金 無	都支出金 無	その他 無	一般財源 有			
使用料等の収入の有無	無	使用料等名称				収入額	
補助金名称 *複数ある場合は代表的なもの							
27年度 実績額		28年度 予算額		対象			
開始 年度		根拠法令					
算定基準				補助率			

平成28年度 事務事業評価シート

4 視点別の評価(担当者評価)

(1)事業の必要性	評価結果	どちらかといえば必要	前年度評価	どちらかといえば必要
消費生活トラブルは増加傾向にあり、区民に身近な民間団体からの消費生活問題に関する啓発活動が有効であり、そのための団体育成が必要と判断したため。				
(2)事業の有効性	評価結果	どちらかといえば有効	前年度評価	どちらかといえば有効
団体の登録数とそれに関連する事業実績は伸び悩んでいるが、団体の質と量の充実により、区民の消費生活の向上に有効な団体の普及・啓発活動に資すると判断したため。				
(3)事業の効率性	評価結果	どちらかといえば効率的	前年度評価	低い
関連・類似事業はなく、経費も適正であり、受益者負担になじまないものと判断したため。				
(4)現状と課題	消費者団体活動が活性化し一般消費者に寄与するよう、区が消費者団体の育成・支援を継続する必要がある。			

5 総合評価(課長評価)

評価結果	現状維持	判定理由	身近な消費者問題に主体的に取り組む消費者団体の育成・強化に引き続き取り組んでいく必要がある。
今後の方向性 (見直しの視点)	消費者団体連絡会への加入団体が減少しているとともに、構成メンバーも高齢化していることから、新たな団体の加入促進を行う必要がある。		
平成27年度区 議会の質問状 況	時期	無	
	要旨	無	



事務事業名	消費生活展事業		所管課・係	生活経済課消費者・勤労福祉係
施策	414	安全な消費生活を支援する	連絡先	03-5608-6184
予算書名称	消費者教育と啓発事業費		執行実績報告書ページ	133

1 事業の概要

(根拠) 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 (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。	事業開始年度	昭和50年度
	終了予定年度	未定

2 事業の対象・手段・目的(具体的に、限定的に記入してください)

<b>【対象】 誰(何)を対象としているのか</b>						
一般消費者、区消費者団体、関係官公署・事業者・事業者団体	に対して					
<b>【手段】 どのような方法で行ったのか(具体的な事業内容)</b>						
消費者団体や関係官公署等が活動成果の発表や展示等を行う「すみだ消費生活展」の開催	を実施したことで					
<b>【目的】 この事業によって対象をどのような状態にするのか</b>						
消費生活の理解や知識を深め、一般消費者自らが消費生活情報を求める・判断する自立した消費者となり、また、消費者と行政等の交流を通して自らが消費者教育を推進する役割を果たす	状態にする。					
<b>目的を達成するための指標</b>						
種類	指標名(指標の説明)	単位	年度	H25年度	H26年度	H27年度
活動指標 (手段に対する指標)	参加団体数	団体	目標値	30	30	30
			実績値	27	29	30
成果指標 (目的に対する指標)	来場者数	人	目標値	1,000	1,000	1,000
			実績値	786	1,006	839
<b>目的の達成に対する事業の結果(指標分析と事業実績の要因分析)</b>						
10月の「東京都消費者月間」に合わせ毎年10月に消費生活展を実施しているが、秋には区のさまざまな事業・イベントが実施され、参加団体がそれと重なっている。それにより、参加団体数、来場者数が予測できないことがある。						

3 予算・決算状況(金額の単位は全て千円) \*歳出は切上げ、歳入は切下げ

科目	款	産業観光費	項	商工費	目	経済総務費	
27年度歳出予算額	1,440	27年度歳出決算額	1,380	27年度執行率	95.8%	28年度歳出予算額	1,440
27財源内訳(決算額)	国庫支出金 無	都支出金 無	その他 無	一般財源 有			
使用料等の収入の有無	無	使用料等名称				収入額	
補助金名称 *複数ある場合は代表的なもの		すみだ消費生活展実行委員会補助金					
27年度実績額	1,375	28年度予算額	1,425	対象	すみだ消費生活展実行委員会		
開始年度	平成15年度	根拠法令	すみだ消費生活展実行委員会補助金交付要綱				
算定基準	消費生活展事業運営補助			補助率	10分の10		

平成28年度 事務事業評価シート

4 視点別の評価(担当者評価)

(1)事業の必要性	評価結果	どちらかといえば必要	前年度評価	どちらかといえば必要
<p>各種消費生活情報が一度に得られる場として事業のニーズは一定程度あり、来場者が多種多様のため普及・啓発・推進の効果的な場であると判断したため。</p>				
(2)事業の有効性	評価結果	どちらかといえば有効	前年度評価	どちらかといえば有効
<p>同時期に他の事業・イベント等があるため来場者数が減少することもあるが、一定の来場者数はいると判断したため。</p>				
(3)事業の効率性	評価結果	低い	前年度評価	低い
<p>事業経費は横ばい、受益者負担は妥当であるが、他の不特定多数の来場者がある事業との併催等の検討はできると判断したため。</p>				
(4)現状と課題	<p>企画・運営の中心となる消費者団体の減少・高齢化等もあり、事業の開催時期・期間・内容等の検討が必要である。</p>			

5 総合評価(課長評価)

評価結果	改善・見直し	判定理由	<p>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重要な機会であることから、集客力の向上と内容の充実化を図っていく必要がある。</p>
今後の方向性 (見直しの視点)	<p>他の事業との併催を含め事業実施方法等を見直し、より多くの区民等への消費者情報の発信の場としていく必要がある。</p>		
平成27年度区 議会の質問状 況	時期	無	
	要旨	無	