

臼杵市 施策評価シート

(令和5年度)

| | |
|-----------|-----|
| 評価 担当課 | 市民課 |
| 課名 | |

| | | | |
|--------------|--|-------|----------------|
| コード | VII-21-52 | 施策名 | 安心安全な消費生活の実現 |
| まちづくりの 目標 | 豊かな自然環境で市民が潤い、活力あふれるまち(生活環境) | 施策の方針 | 安心安全な暮らしを守り支える |
| 5年後の めざす姿 | 消費者被害などの課題に対応できる相談体制の充実を図り、それぞれの状況に応じた対応を行うとともに、課題や問題を未然に防ぐための啓発活動を推進します。市民一人ひとりが安心安全に暮らせるような消費生活の実現をめざします。 | | |
| 施策の課題 | 安心安全な暮らしのため、住民1人ひとりが消費者であると認識し、消費者力を向上することが必要である。そのためには、年齢段階にあわせた消費者教育の推進が必要である。また、消費者の被害を未然に防ぐため、研修・講座に加え、さまざま方法で情報発信を図ることが大切である。さまざまな問題に対処できるように、相談体制の充実を図る。 | | |

< 施策の進捗を測るものさし(指標) ~ 第2次臼杵市総合計画 後期基本計画 >

| 新規 指標 | 指標名 | 指標の説明 | 指標数値の推移 | | | | | | |
|-------------|-------------------------|------------------------------|--|----|--------|-------|--------|--------|-------|
| | | | 単位 | R1 | R2 | R3 | R4 | R5 | R6 |
| | 消費生活センターの認知度 | よりよいまちづくりアンケート結果 | 目標 | % | 60.0 | 70.0 | 80.0 | 90.0 | 100.0 |
| | | | 実績 | % | 51.8 | 46.9 | 45.8 | 47.4 | 48.5 |
| | | | 達成率 | % | 78.2% | 65.4% | 59.3% | 53.9% | |
| | 消費生活に関する出前講座などの開催回数(年間) | 地域での啓発講座及び学校での消費者教育講座の回数(年間) | 目標 | 回 | 20 | 20 | 30 | 30 | 40 |
| | | | 実績 | 回 | 30 | 21 | 11 | 32 | 42 |
| | | | 達成率 | % | 105.0% | 55.0% | 106.7% | 140.0% | |
| | | | 目標 | | | | | | |
| | | | 実績 | | | | | | |
| | | | 達成率 | % | | | | | |
| | | | 目標 | | | | | | |
| | | | 実績 | | | | | | |
| | | | 達成率 | % | | | | | |
| | | | 目標 | | | | | | |
| | | | 実績 | | | | | | |
| | | | 達成率 | % | | | | | |
| | | | 目標 | | | | | | |
| | | | 実績 | | | | | | |
| | | | 達成率 | % | | | | | |
| 指標の 進捗状況 | 概ね順調 | 指標の分析 | 認知度は、増加傾向にあるが、目標には達していない。市報等や出前講座などの各種啓発活動の実施は、認知度向上に寄与していると考えられる。今年度は出前講座の依頼を関係団体に継続的に行い、内容を事前共有するなどして、理解が広がり講座開催回数の目標は達成できた。また、SNS等を活用した広報やチラシ配布により、幅広い年齢層に向けた被害の防止・抑止の情報共有が図られた。 | | | | | | |
| | | 指標達成に向け今後の流れ | 消費生活センターの認知度を高めることは、市民が消費者問題に直面した時に安心して相談できることにつながり重要であるため、出前講座やSNS等での継続した啓発や情報発信を行う。加えて案内カードを作成し市民に配布するなど、さまざまな手法を活用して消費生活センターの周知を図る。出前講座については、今後も関係団体へ継続した依頼を行い、年代ごとの消費者教育により理解を深めていく。 | | | | | | |

< 市民意識調査結果 R6実施結果 >

| 領域名 | 必要度 | 満足度 | 浸透度 |
|---|---------------|----------------|----------------|
| 見直し領域 | 2.48 | 2.02 | 82.09% |
| 向上領域: 今後も現状のサービス水準の維持向上が望まれる領域 強化領域: 満足度を高めるよう事業の強化が望まれる領域 見直し領域: サービス水準が適正となっているか、見直しが必要な領域 検討領域: 施策や事業のあり方や内容の検討が必要な領域 | | | |
| 過去の調査結果(領域) | 令和3年度 検討領域 | 令和4年度 見直し領域 | 令和5年度 見直し領域 |

<施策を構成する主な事務事業一覧表>

| 事務事業名 | 事業内容 | 担当課 | 事業費(単位:千円) ※人件費含まない | | 評価シート作成の有無 | 課長評価 | | | 重点事項 | |
|-------|-------------|---|------------------------|--------|------------|-------------------------------------|-------|---------|------|--|
| | | | R4年度実績 | R5年度実績 | | 進捗状況 | 今後の方針 | 施策への貢献度 | | |
| 1 | 消費生活センターの充実 | 消費者力向上のための出前講座開催、被害相談・解決支援充実のための消費生活相談員配置 | 市民課 | 1,489 | 1,476 | 無 | - | - | - | |
| 2 | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | |
| 合計 | | | | 1,489 | 1,476 | ※事務事業評価シートは対象となる要件を満たした事業のみ作成しています。 | | | | |

<次年度以降の課題>

消費生活センターの認知度を高めるため、身近な消費者問題を取り上げ、市民が関心をよせ、自身の生命財産は自身で守れるよう知識習得ができるような取組が必要。具体的には、講座・SNS・チラシなど継続的に配布することや、適宜の情報提供も行うことが必要である。さらに、市民への相談対応を充実させるため、相談員体制の拡充を図り、相談することのメリットなどの理解を深めることが必要である。高齢化社会を迎え、高齢者被害が増加することが懸念されるため、高齢者への周知・啓発をさらに進めていく。小中学校・高校生については、年齢段階に応じた継続的・計画的な啓発を関係者と調整しながら進めることが必要である。インターネットでの被害等が想定される20歳～50歳への啓発も課題である。

施策の評価（今後の施策の方向性）

- 評価の選択肢 ○ 向上 .. 現状の通り維持向上する ○ 強化.. 現状より強化を図る
 ○ 見直し .. 現状を見直し適正化を図る ○ 検討.. 現状の抜本的な検討を行う

<担当課評価> ... 評価者 担当所属長

| 担当課評価 | 評価の理由と次年度以降の取組 |
|-------|---|
| 強化 | 小中学校及び高等学校、高齢者に対する啓発は、出前講座等で定期的実施できています。一方で、20代～50代への啓発や消費生活センターの周知などが十分とはいえないため、今後は効果的な広報の実施や啓発方法の検討などを行います。さらに、住民1人ひとりが消費者であると認識し、消費者力を向上することが安心安全な暮らしにつながる一歩となるため、年齢段階にあわせた消費者教育の推進のため、関係機関との連携を強化していく必要があります。 |