

消費者行政推進事業費

事業評価個票 (事業実施:平成 30 年度)				部局名	防災くらし安心部			
短期アクションプラン	テーマ	テーマ2 いのちと暮らしを守る安全安心な社会の構築						
	施策	施策5 暮らしの安全・安心の確保						
	目的	犯罪や交通事故など、暮らしに関する不安や危険を払拭するための取組みを強化し、県民の生命、財産を守る。						
	目標指標 (R2)	消費生活サポーター数(経験者含む)	150人					
	策定時の実績	110人(H28)	現状	144人(H30)	主要事業	消費生活や食などの安全・安心の確保		
事業名	消費者行政推進事業費			担当課・担当	消費生活・地域安全課 消費者行政推進担当			
事業開始年度	平成27年度			事業終了(予定)年度	未設定			
事業の目的 (目指す姿を3行程度で簡潔に)	悪質商法や特殊詐欺などの消費者被害に遭った場合、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の整備・充実するとともに、消費者被害の未然防止のための消費者教育・啓発を行い、消費生活の安全・安心を確保する。							
事業概要 (5行程度で簡潔に)	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活相談体制の維持・充実のため、相談員を配置するとともに、相談員への研修を実施する。</li> <li>消費者教育・啓発の推進のため、消費者教育推進員を配置するとともに、担当職員への研修や消費生活講座を実施する。</li> <li>相談体制の維持・充実や新たな消費者行政の課題に取り組む市町村に対して補助する。</li> </ul>							
実施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 委託・請負 <input checked="" type="checkbox"/> 補助 <input type="checkbox"/> 負担 <input type="checkbox"/> 交付 <input type="checkbox"/> 貸付 <input type="checkbox"/> その他 上記実施方法とする理由:どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられるようにし、また消費者教育・啓発を広く推進するためには、本県及び県内市町村が連携して取組みを行うことが必要である。							
予算額・決算額 (単位:千円)	費目(予算見積書のグループ名)	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度		
	相談体制等の維持・充実	3,049	128					
	相談体制等の維持・充実(人件費)	5,610	5,625					
	消費者問題解決力の高い地域社会づくり	3,953	3,374					
	消費者問題解決力の高い地域社会づくり(人件費)	9,374	9,631					
	市町村事業補助金	42,508	36,393					
	先駆的プログラム事業	9,662	0					
計	74,156	55,151	0					
財源内訳 (単位:千円)	国庫支出金	72,154	53,357					
	繰入金							
	その他特定財源	2,002	1,794					
	一般財源							
計	74,156	55,151	0					
活動指標及び活動実績 (アウトプット)	活動指標	単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	消費生活出前講座の実施件数 (幼児、小・中・高校生以外を対象とする講座の件数)	活動実績	件	138	127			
		当初見込み	件	135	135	135	135	135
成果指標及び成果実績 (アウトカム)	成果指標 (所管部局の分析)	単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	
	消費生活サポーター数(経験者含む) (消費生活出前講座をはじめとする消費者教育・啓発を行うことにより県民の意識が高まり、消費生活リーダーであるサポーター数の増加にもつながると考えられる)	成果実績	人	131	144			
		目標値	人	120	130	140	150	—
		達成度	%	109.2%	110.8%			
関連事業	消費生活センター運営費							

**事業目標の考え方(事業目標設定時)**

国は、地方消費者行政強化作戦を踏まえ、「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の整備・充実」を図ってきており、本県及び県内市町村においても国の交付金の活用等により消費生活センターや相談窓口を整備してきたところである。  
 消費生活相談件数は依然として高水準で、またその内容が多様化する中で、相談・救済とともに重要なのが、消費者被害の未然防止のための消費者教育・啓発であり、特に消費生活出前講座は力を入れているところである。  
 また、上記の出前講座をはじめとする啓発を受け、消費者教育・啓発の担い手である消費生活サポーターの増加が期待される。(※消費生活サポーター数(経験者を含む))は、短期アクションプランの重要業績評価指標である。)

**事業所管部局による評価・検証**

	項目	評価	評価に関する説明
<b>事業目標の妥当性・達成度</b>	事業の目的は県民や社会のニーズを的確に反映しているか。	A	・消費者被害の未然防止のための消費者への教育・啓発は、消費生活の安全・安心を確保するため重要であり、県が実施すべき事業である。 ・消費生活サポーター数が増加しており、消費生活出前講座をはじめとする消費者教育・啓発の効果と考えられる。
	明確な政策目的(成果目標)の達成手段として位置付けられ、優先度の高い事業となっているか。	A	
	目標水準は妥当か。	A	
	期待する成果が得られたか。	A	
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	—	
<b>事業内容の妥当性</b>	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	B	・消費生活出前講座の実施件数については、講座活用の周知に努めたものの、当初見込みを下回った。今後は、特に若年層への消費者教育を推進するため、市町村や総合支庁と連携し、一層の講座活用について周知していく。 ・対象事業の経費については、業務の実施に不可欠な費用に限定している。
	支出先の選定は妥当か。	A	
	受益者との負担関係は妥当であるか。	A	
	費目・使途が事業目的に即し真に必要なものに限定されているか。	A	
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	A	
	類似の事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。	A	
<b>の役割分担</b>	市町村、民間等に委ねることができない事業なのか。	A	・「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる地域体制の整備・充実」を図るため、県・市町村が連携して消費者教育・啓発を推進しているものである。
<b>今改善の課題</b>	・引き続き、消費生活講座をはじめとする消費者教育・啓発を実施することにより、その担い手である消費生活サポーターの増加に努めていく。		

- ・事業所管部局による評価にあたっては、以下の4つの選択肢から、1つを選ぶこと。  
 A: 目標を上回って達成する見込み。期待通りの成果(100%以上)。妥当。  
 B: 目標を概ね達成する見込み。概ね期待通りの成果(80~99%)。概ね妥当。  
 C: 改善の余地あり。期待した成果を下回っている(79%以下)。  
 —: 該当しない