

令和2年度 事務事業総点検シート(1)
[令和元年度事務事業]

一般会計					事務事業分類	A 一般事務事業
事務事業名	消費者対策事業				シート番号	007-002
担当部署名	市民人権	局	市民生活	部	消費生活センター	課 評価責任者(課長名) 村田

Ⅰ. 基本情報

基本情報	1	堺市マスタープランの政策体系に基づく事業の位置付け	政策	1	暮らしの確かな安全・安心を確保します	後期実施計画の位置付け
			施策	6	市民・事業者・警察等との連携・協働による生活安全対策の推進	有
	2	事業開始年度	昭和 48 年度		終了(予定)年度	— 年度
	3	根拠法令等(法令、条例、規則、要綱等)	・消費者基本法 ・消費者安全法 ・堺市消費生活条例 等			
	4	関連計画	・堺市消費者基本計画			
5	事業実施の経緯	<p>昭和30年代から40年代前半を中心とした高度経済成長期において大量生産・大量消費の仕組みが広がる中で、欠陥商品による被害や不当表示事件等、消費者の安全・安心を脅かす事件が多発した。これらに対応するため、国において消費者問題への取組が本格化し、関係法令の整備等が進められた。その中において、地方公共団体の責務として消費者施策に取り組むことが規定され、本市においても昭和48年に消費生活センターを設置するに至った。</p> <p>近年では、規制緩和や高度情報化、国際化の進展等によって、消費者問題は複雑・多様化し、多発している特殊詐欺被害等消費者被害の未然防止・拡大防止やその救済のためには、当該事業の一層の拡充が求められている。</p>				

Ⅱ. 事業概要

事業概要	6	事業の実施主体(誰が実施しているのか。)	<input type="checkbox"/> 本庁 <input type="checkbox"/> 各区 <input checked="" type="checkbox"/> 出先機関 (消費生活センター) <input type="checkbox"/> 市外郭団体 <input type="checkbox"/> 地域団体・市民 <input type="checkbox"/> 民間企業・NPO <input type="checkbox"/> その他 ()			
	7	事業の対象(誰を、何を対象としているのか)	全市民の消費生活			
	8	事業の目的(どのような状況にしたいのか)	安全・安心な消費生活を営むことができる暮らしの実現			
	9	事業内容(スケジュール、実施方法・手段、事業ボリュームなど)	<p>規制緩和や高度情報化、国際化の進展等によって消費者を取り巻く社会情勢は年々変化しており、また、消費生活の高度化・複雑化に伴う悪質商法や多発している特殊詐欺被害事案など消費生活の安全・安心を揺るがす多くの事態が発生していることから、市民に最も身近な相談窓口である消費生活センターでは消費生活相談員(11名)による相談業務を実施し(年間約6,000件)、消費者被害の救済を行っている。</p> <p>他方、消費者が自立した主体として、自ら必要な知識を修得・収集し、自主的かつ合理的に行動することにより、消費者被害を未然に防止するための取組として、幼児期から高齢期までの各ライフステージに応じた消費者教育啓発事業を展開している。</p> <p>また、新たな商品・サービスが次々と提供され、その取引方法も多様化し、悪質商法や不当な取引行為が増加している現状に対し、注意喚起情報を発信するだけでなく、条例違反業者に対する指導や「訪問販売お断りシール」の作成・普及など、取引の適正化に向けての取組を推進している。</p>			
10	直接実施以外の主な支出先	<input checked="" type="checkbox"/> 直接実施 <input type="checkbox"/> 指定管理 <input type="checkbox"/> 委託 <input type="checkbox"/> 補助金 <input type="checkbox"/> 負担金 <input type="checkbox"/> その他 ()				

Ⅲ. 投入量

事業コスト	項目	単位	平成29年度		平成30年度		令和元年度		令和2年度
			予算	決算	予算	決算	予算	決算	予算
11	事業費 (a)	千円	70,788	71,529	69,388	68,407	73,862	70,811	72,080
	主な事業費内訳								
	消費生活相談員任用関連(11人)	千円	33,497	32,917	33,557	32,955	33,743	33,168	34,907
	消費生活センター借上料	千円	14,965	14,965	14,965	14,930	15,068	15,067	16,396
	消費者行政強化・推進事業関係	千円	9,200	9,914	4,918	6,657	7,822	7,814	3,783
	国・府支出金	千円	12,384	13,072	9,555	9,262	9,577	7,081	2,989
	財源内訳								
受益者負担金(使用料、手数料等)	千円								
市債	千円								
その他()	千円								
一般財源	千円	58,404	58,457	59,833	59,145	64,285	63,730	69,091	
12	人件費 (b)	千円	42,800	42,800	42,750	42,750	44,550	44,550	45,100
13	総コスト(c)=(a)+(b)	千円	113,588	114,329	112,138	111,157	118,412	115,361	117,180

令和2年度 事務事業総点検シート(2)

事務事業名	消費者対策事業	シート番号	007-002
-------	---------	-------	---------

Ⅳ. 評価(測定・分析)

ロジックモデルの考え方



[14]令和元年度実績の欄に定性的・定量的情報も含め、活動・結果・成果について具体的に記載

[15]または[16]に定量的な指標、または定性的な目標を記載

事業の活動実績や成果

令和元年度実績								
活動実績と成果	14	<p>消費生活相談では専門的知見及び経験に基づく相談スキルが消費生活相談員に必要不可欠であるため、独立行政法人国民生活センターでの専門研修を積極的に受講し、相談技法のレベルアップが図られた。</p> <p>苦情相談を受付けたもののうち、事業者との間に入って解決や救済を取りはかった「あっせん」案件について、件数983件のうち910件の解決(92.6%)という高い達成率を確保することができた。</p> <p>また、より多くの市民に消費生活センターの役割を知っていただくため、お買物・くらしの川柳事業や、お笑い芸人を招いたイベントの企画・運営等のノウハウを保有する民間企業と連携・協働を行った出張啓発イベント等、発信力のある啓発事業等の実施により、暮らしに役立つ消費生活情報等の提供や消費者トラブルに関する注意喚起等を直接市民に働きかけた。</p> <p>しかし、商業施設や学園祭の集客機能を活用し、市民に直接働きかける出張啓発イベントを開催するなど、「第2期堺市消費者基本計画」における指標項目の一つである「消費生活センターの役割を知っている人の割合」の向上に努めたが、無作為抽出による市民意識調査の結果は30.3%であった。</p>						
		指標名【成果指標】	単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
		消費生活センターのあっせんによる相談事案の解決率	%	目標値	90	90	90	90
				実績値	92	90	92	
				達成率	103%	100%	102%	
				評価	良い	良い	良い	
		算出方法・設定根拠など		算出方法:(あっせんにより解決した苦情相談の件数)÷(あっせんを行った苦情相談の総件数)				
		指標名【成果指標】	単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	
		消費生活センターの役割を知っている人の割合	%	目標値	50	50	50	50
				実績値	42	49	30	
				達成率	84%	99%	60%	
				評価	普通	普通	少し悪い	
		算出方法・設定根拠など		算出方法:堺市市政モニターによる実績値(令和元年度は無作為抽出による市民意識調査の実績値)				

事業の効率性

区分		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度
17	① 消費生活センターのあっせんによる相談事案のうち解決した件数	件	854	791	910
	② 上記①にかかる年間経費	千円	4,471	4,054	4,420
	③ 単位当たり経費(②÷①×1,000円)	円/単位	5,235	5,125	4,857
	備考(算出についての説明等)	あっせん相談で解決した事案1件にかかる経費を算出 ②=(あっせん件数÷相談件数)×(相談員関連経費[人件費含む]×0.87[相談業務に携わる割合])			
区分		単位	平成29年度	平成30年度	令和元年度
18	① 啓発活動(イベント、講座)等の参加者数	人	6,801	6,152	5,991
	② 上記①にかかる年間経費	千円	3,947	2,026	2,661
	③ 単位当たり経費(②÷①×1,000円)	円/単位	580	329	444
	備考(算出についての説明等)				

業績の分析

19	目標を達成できた、または達成できなかった要因や効率性についての分析(その他、関連情報に基づいた分析)
	<p>あっせんによる相談事案の解決率については、消費者安全法で定める消費生活相談員を配置するとともに、消費者相談における専門的知見の修得、相談スキルの向上のため、独立行政法人国民生活センターにおける専門研修の受講を積極的に実施したことによる。</p> <p>消費生活センターの役割を知っている人の割合については、お買物・くらしの川柳事業や出張啓発イベント等市民参加型の啓発事業の実施を通じて、悪質商法・特殊詐欺被害未然防止のヒントや高齢者向けの消費生活情報等についての情報提供、注意喚起等を直接市民に働きかけを行ったが、目標の達成に至らなかった。</p> <p>しかし、直近の同様の市民意識調査は平成27年度に実施し、結果は26.4%であった。令和元年度は30.3%と3.9ポイント増加していることから、今後も様々な媒体を用い、世代に応じた情報発信を実施し、幅広い周知が必要と考える。</p>

【分析のチェックポイント】

- 事業の達成度はどうでしたか。
- 5W2Hを踏まえて、実施過程に問題はありましたか。
- 資源投入は適切でしたか。
- 事前想定できない外的要因の影響はありましたか。
- 有効性は高いですか。低いですか。
- 効率性は向上していますか。
- RPA等をはじめとするICTを活用する余地はありましたか。
- ターゲットに応じた最適媒体の選定など、戦略的な広報ができていましたか。

令和2年度 事務事業総点検シート(3)

事務事業名	消費者対策事業	シート番号	007-002
-------	---------	-------	---------

《V. 点検》

＜点検の前提＞

- 新型コロナウイルス感染症の影響により、本市の財政運営は今後一層厳しくなる
- 新型コロナウイルス感染症拡大防止と社会経済活動の両立をめざす

○上記「点検の前提」を踏まえ、事業の抜本的な見直しを検討するもの。 ⇒ 確認

コロナ禍を踏まえた点検（必要性・有効性・効率性）	20	本市財政運営が厳しくなることが想定される中、当該事業を廃止できないか。	事業廃止の可能性 <input type="checkbox"/> 廃止できる <input checked="" type="checkbox"/> 廃止できない	廃止した場合に市民生活等に及ぼす具体的な影響 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に便乗した悪質商法等によるトラブルは増加傾向がみられる。 当該事業を廃止すると、相談を希望する市民の窓口がなくなり、市民サービスの低下をまねくだけでなく、啓発活動を行えないため、被害の未然防止を進めることもできず、結果トラブルによる被害拡大が懸念される。		
	21	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 本市財政運営が厳しくなることが想定される中、当該事業を休止(延期)できないか。	事業休止の可能性 <input type="checkbox"/> 休止(延期)できる <input checked="" type="checkbox"/> 休止(延期)できない	休止した場合に市民生活等に及ぼす具体的な影響 <table border="1"> <tr> <td> 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に便乗した悪質商法等によるトラブルは増加傾向がみられる。当該事業を廃止すると、相談する窓口がなくなる、また、被害防止のための啓発活動を行えないなど、トラブルによる被害拡大が懸念される。 </td> <td> 休止の場合の再開時期 <input type="checkbox"/> 令和2年度中 <input type="checkbox"/> 令和3年度 <input type="checkbox"/> 令和4年度以降 </td> </tr> </table>	新型コロナウイルス感染症の感染拡大に便乗した悪質商法等によるトラブルは増加傾向がみられる。当該事業を廃止すると、相談する窓口がなくなる、また、被害防止のための啓発活動を行えないなど、トラブルによる被害拡大が懸念される。	休止の場合の再開時期 <input type="checkbox"/> 令和2年度中 <input type="checkbox"/> 令和3年度 <input type="checkbox"/> 令和4年度以降
	新型コロナウイルス感染症の感染拡大に便乗した悪質商法等によるトラブルは増加傾向がみられる。当該事業を廃止すると、相談する窓口がなくなる、また、被害防止のための啓発活動を行えないなど、トラブルによる被害拡大が懸念される。	休止の場合の再開時期 <input type="checkbox"/> 令和2年度中 <input type="checkbox"/> 令和3年度 <input type="checkbox"/> 令和4年度以降				
	22	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 本市財政運営が厳しくなることが想定される中、事業規模を縮小するなど、コスト縮減を図ることができないか。	コストの縮減 <input type="checkbox"/> 一部廃止しコスト縮減できる <input type="checkbox"/> 一部休止しコスト縮減できる <input type="checkbox"/> 規模等を縮小しコスト縮減できる <input type="checkbox"/> 事業手法等を改善しコスト縮減できる <input checked="" type="checkbox"/> 縮減できない	縮減できる場合は具体的な縮減内容、できない場合はその理由 新型コロナウイルス感染症の感染拡大に比例して、悪質商法等によるトラブルの相談が前年度同時期と比較すると約35%増加しているため、市民ニーズに反した事業展開を行うのではなく、当該事業の一層の拡充が求められる。		
	23	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 社会経済活動の維持・回復のほか、3密を避けるなどの市民や民間の活動変容への対応に向け、実施手法を改善する必要がないか。	事業手法の適切性 <input type="checkbox"/> 改善する必要がある <input type="checkbox"/> 改善する必要がない <input checked="" type="checkbox"/> 既に対応できている	改善する場合は改善策、その他は理由 新たに作成した「相談受付票」記載ブースを出入口付近に設置し、対面による至近距離での用件等聴取をなくした。 受付カウンター及び相談室、面談コーナー等のデスク上にアクリル板を設置した。 センター職員、センター来所者全員にマスクを着用するよう依頼(なければセンターからマスクを提供)。		
24	(20で廃止できるを選択しなかった場合) 効果的・効率的な事業の実施に向け、右に掲げる視点から改善できないか。	効果的・効率的な事業実施(以下の観点で、改善する(または改善済)場合は <input checked="" type="checkbox"/> 、改善しない(改善余地がない場合を含む)場合は <input type="checkbox"/>)	理由・説明 原則、消費生活相談は相談者が在住または在勤している自治体で実施している相談窓口で行うこととなっており、国、国民生活センター、大阪府消費生活センターや関係機関等と適切な役割分担や連携を行いながら、事業を実施している。 また庁内においては、消費生活相談が、福祉担当部局などの他部局との連携により解決へとつながるケースもあるため、より深い他部局との適切な連携・役割分担を行うことが、市民サービス向上へとつながると考え実施している。 啓発事業においては、民間企業が持つ広報・発信に関するノウハウを有効に活用するなど、民間企業との連携・協働を行っている。			
25	これまでの点検を踏まえ、今後の事業のあり方についてどのように考えるか。	事業の方向性 <input type="checkbox"/> 廃止 <input type="checkbox"/> 休止または延期 <input type="checkbox"/> 事業を縮小 <input type="checkbox"/> 改善して継続 <input checked="" type="checkbox"/> 現状を継続 <input type="checkbox"/> 事業を拡充 公金投入の方向性 <input type="checkbox"/> ゼロ <input type="checkbox"/> 縮小 <input checked="" type="checkbox"/> 現状維持 <input type="checkbox"/> 拡大	実施年度 <input type="checkbox"/> 令和2年度 <input type="checkbox"/> 令和3年度 <input type="checkbox"/> 令和4年度以降			
		見 新型コロナウイルス感染症の感染予防の基本を守り、感染拡大防止ガイドラインに基づいた対策を徹底し、社会情勢に配慮しつつ、今後も一人ひとりに有益な消費生活情報を届けることを事業の目的とし、より一層市民の関心・興味を惹くコンテンツの企画・実施に工夫を凝らす等、継続的に事業を展開していく予定である。				