

施策 No.	36	施策名	安全で安心な消費生活の推進
主管課名	くらし安全課	電話番号	0285-83-8110
関係課名	くらし安全課		

1. 計画 (Plan)

施策の対象	市民						
対象指標名	単位	令和2 年度実績	令和3 年度実績	令和4 年度実績	令和5 年度実績	令和6 年度実績	令和6 年度見込
人口	人	78,874	78,144	77,635	77,578		

施策の目標	主体性のある自立した消費者を育成し、消費生活の安定と意識の向上を図ることで、消費者被害が防止されています。								
成果指標設定の考え方及び指標の把握方法 (算定式など)	・消費生活に関する講座開催回数及び参加人数は、実績とする。 ・広報紙やホームページ等による啓発回数は、広報紙掲載数、消費センターだより発行数、ＨＰ掲載数等とする。 ・消費生活情報が十分に得られていると感じている市民の割合は、市民意向調査を使用する。								
成果指標名		単位	平成30年度 基準値	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6 年度 目標値
消費生活に関する講座開催数	目標値	回	32	33	35	36	38	40	40
	実績値			2	2	7	16		
消費生活に関する講座参加人数	目標値	人	1,525	1,540	1,555	1,570	1,585	1,600	1,600
	実績値			64	100	205	588		
広報紙やホームページ等による消費生活に関する啓発回数	目標値	回	18	19	20	22	24	25	25
	実績値			18	18	18	19		
消費生活情報が十分に得られていると感じている市民の割合	目標値	%	34.2	36.3	38.5	40.6	42.8	45.0	45.0
	実績値			54.8	54.4	53.0	55.5		
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								
	目標値								
	実績値								

施策の成果向上に向けての住民と行政との役割分担	市民の役割：消費生活に関する意識を高め、自ら必要な情報を収集し基礎的な知識を身に付け、主体的で合理的な消費活動に努めます。 行政の役割：消費者被害の未然防止や拡大・再発防止のために必要な情報提供、消費教育の機会の提供、相談体制を充実強化し、消費者の利益の擁護と増進に努めます。
-------------------------	---

2. 実行 (Do) →個別事務事業の実施による (事務事業マネジメントシート参照)

3. 検証・評価と今後の方向性 (Check&Action)

(1) 施策目標達成に対する要因分析と課題 (①構成事業が与えた影響、②外的要因を踏まえて検証)

市民が消費生活に関するトラブルに巻き込まれないよう、広報誌、ホームページや消費生活講座などを通して、悪質商法の最新事例・対処方法の紹介を行うとともに、消費生活センターによる相談、トラブル解決の支援を行ってきた。

1. 消費生活に関する講座の開催数については、目標値の4割、講座参加人数については、目標値の3割程度にとどまり、目標値を大きく下回った。原因としては、コロナによる行動制限が解消され、前年度と比較して増加したものの、約3年にわたる自粛生活の影響により、コロナ前の水準には戻りきれていないものと考えられる。

消費生活に関する啓発については、前年度から1回増え、19回であった。「消費生活情報が十分に得られていると感じている市民の割合」については、55.5%と前年から2.5%増加している中、18歳から29歳の若年層では40.8%と最も低い割合となっている。原因として、若年層に情報を提供する機会である講座・座談会の開催回数が少なかったことが考えられる。

また、令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられたが、新成人は、社会経験が少なく、知識・経験も不足することから、安易に契約してしまいトラブルに巻き込まれる傾向がある。

以上のことから、新たな周知媒体等を追加する等、若年層向けの啓発と相談体制の構築が必要である。

2. 消費生活センターへの相談件数は447件で横ばいである。消費生活センターへの相談内容としては、ネット通販での定期購入に関する相談が3割を占めている。消費者自身では解決できない消費者トラブルの割合が多く、困った時には消費生活センターへ相談するよう情報を発信していく必要がある。また、単独でのセンターへの相談が困難と思われる、高齢者や障がい者等「配慮を要する消費者」を連携して見守る体制の整備が必要である。

(2) 今後の方向性 ((1)の要因分析を踏まえ、施策目標達成に向けた方針を示す)

1. 消費者被害の未然防止や拡大・再発防止については、消費生活に関する講座が地域づくり事業の座談会や出前講座が開催されるよう周知を図る。特に、地域づくり事業の座談会については、推進強化事業に位置付け、開催を促していく。

消費生活に関する啓発については、消費生活情報の周知媒体として、広報誌やホームページの他、市公式アプリや公式LINEによる、消費トラブルの例示など、消費トラブルを未然に防ぐための情報発信を研究していく。また、引き続き「消費者生活センターだより」を発行することにより広く市民に周知し、注意喚起をしていく。

特に、若年層については、市公式アプリや公式LINEによる情報発信を行うほか、簡易に相談することが出来るメールやSNS等による相談体制のデジタル化を検討していく。

2. 相談体制の充実強化については、消費生活センター相談員が、複雑・多様化する相談内容に対して、適切なアドバイスや対応を可能とするための研修を毎年受講することで、最新知識や対応策を習得する。併せて、引き続き、警察や国・県消費者センター等関係団体と連携した相談体制を強化する。

また、高齢者や障がい者等「配慮を要する消費者」を福祉担当部局と連携して見守り、消費者被害の未然防止・拡大防止を目的とした、「消費者安全確保地域協議会」等の設置について検討を進めていく。

4. 構成事業一覧（個別事務事業一覧）

[illegible]