

事務事業評価シート

評価実施年度：平成29年度

上位の施策名称 施策Ⅱ-1-6
消費者対策の推進

1. 事務事業の目的・概要

事務事業担当課長 環境生活総務課消費とくらしの安全室長 石井幸美 電話番号 0852-22-6094

事務事業の名称	消費者啓発推進事業	
目的	(1) 対象	消費者
	(2) 意図	自立のかつ合理的に行動し、消費者被害に遭わないよう、消費生活に関する正しい知識を得る。
事業概要	<ul style="list-style-type: none"> 消費者市民社会の形成を図るため、消費者問題に関する出前講座を開催する。 消費者市民社会の形成を図るため、啓発資料を作成し、情報提供を実施する。 消費者市民社会の形成を図るため、様々な媒体（新聞、テレビ、ラジオ、SNS）を活用して必要な情報を提供する。 消費生活相談窓口及び消費者ホットラインの周知を実施する。 必要な金融知識の普及を図るため、中立・公正な立場から金融に関する広報活動を実施する。 	

2. 成果参考指標

成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
1	指標名 消費者問題出前講座への実施回数	目標値	170.0	170.0	170.0	170.0	170.0	回
	取組目標値							
	式・定義 実施回数	実績値	184.0	185.0				
		達成率	108.3	108.9	-	-	-	%
2	指標名 消費生活に関する情報の提供回数	目標値	500.0	500.0	500.0	500.0	500.0	回
	取組目標値							
	式・定義 提供回数	実績値	486.0	1,119.0				
		達成率	97.2	223.8	-	-	-	%

3. 事業費

	前年度実績	今年度計画
事業費 (b) (千円)	4,926	5,374
うち一般財源 (千円)	3,368	3,802

4. 改善策の実施状況

前年度の課題を踏まえた改善策の実施状況	②改善策を実施した（実施予定、一部実施含む）
---------------------	------------------------

5. 評価時点での現状（客観的事実・データなどに基づいた現状）

- 県内の特殊詐欺被害状況は、平成28年度は認知件数 52件・被害金額 約1億8,191万円であり、平成27年度の認知件数 70件・被害金額 約2億9,318万円に比べ減少した。
- 出前講座実施回数（185回）は横ばいだが、受講者数は10,015人に上り、平成27年度の8,652人と比較し、16%増加した。
- 島根県県政世論調査によると、消費生活相談窓口の認知度は平成28年度87.9%であり、相談窓口を全く知らない県民が10.8%いた。
- 消費生活に関する情報の提供回数が平成27年度と比較し、倍増した。（「2. 成果参考指標」のとおり）
- クーリング・オフ制度を知っている人の割合は平成27年度と比較し増加した。（「2. 成果参考指標」のとおり）

6. 成果があったこと（改善されたこと）

- 直接、情報を伝えることができる出前講座を充実し、その講座で相談事例等をまとめた啓発資料を配布すること等によって、消費生活相談窓口やクーリング・オフ制度の認知度が上昇したと考えられる。
- 中でも、県内高校へ出前講座実施の働きかけを集中的に行い、その結果、若者の出前講座回数が64→79回と増加した。
- SNSの情報発信については、年間1,046回と平成27年度から倍増した。このことにより、発信した情報がより多くの県民の目に触れるようになった。
- 多くの県民に啓発ができるよう、消費者月間イベント会場を検討した結果、啓発物の配布実績が増加した。（配布実績 平成28年度1,500部、平成27年度1,000部）
- 松江財務事務所・金融広報委員会と連携し、初めて高齢者向け講演会を開催し、57名の参加があった。

7. まだ残っている課題（現状の何をどのように変更する必要があるのか）

①困っている「状況」

- 特殊詐欺被害の認知件数・被害額は高止まりしている。
- 消費生活相談窓口を知らない県民がいる。
- 消費者トラブルが他人ごとだと思っている県民もいる。
- 成年年齢引き下げにより、今後若者を標的とした消費者トラブルが急増する可能性がある。

②困っている状況が発生している「原因」

- 近年の悪質商法は、次から次へと新たな手口ができており、高齢者等の判断力・交渉力の低下した人を狙う傾向がある。
- 人員に限りがあるため、大々的な直接広報の場をつくることに限界がある。
- 県民に関心を持ってもらえるような効果的な広報ができていない。
- 若者の消費者トラブルに関する意識が低い。

③原因を解消するための「課題」

- 新たな手口が発生した場合、速やかに情報発信を行う必要がある。
- 出前講座の依頼が少ない地域（西部・離島）に向けて、実施の働きかけを行う必要がある。
- 警察や消費者団体、民間企業等と連携したイベント・講演会開催を行う必要がある。
- 活用媒体・内容を分け、ターゲット別に効率的な広報が行う必要がある。
- マスコミの広報力を有効に活用するため、訴求力のある企画・広報を行う必要がある。

8. 今後の方向性（課題にどのような方向性で取り組むのかの考え方）

- 今後被害拡大が予想される案件について速やかに消費者被害注意情報を発出し、被害の拡大を防ぐ。
- 出前講座を強化するため、①公民館等（高齢者向け）及び県内高校（若者向け）への積極的なアプローチ、②特殊詐欺被害の多い地域（松江）や実施回数の少ない地域へのアプローチを重点的に行う。
- 警察や消費者団体、民間企業等と連携し、消費者月間イベント及び世代別講演会を実施することで広く県民に啓発を行う。
- 最近多く寄せられている相談事例を紹介した啓発資料を作成し、出前講座や各種イベント等で配布する。
- 様々な媒体を活用し、ターゲット別に効率的な情報発信を行う。（高齢者→新聞・テレビ・AMラジオ、若者→テレビ・FMラジオ・SNS）
- マスコミに取り上げてもらえるよう、取材依頼を積極的に行う。

事務事業評価シート別紙(3以上の成果参考指標がある場合のみ記載)

事務事業の名称	消費者啓発推進事業
---------	-----------

成果参考指標の目標(実績)

項番	成果参考指標名等		年度	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度	単位
3	指標名	クーリング・オフ制度を知っている人の割合	目標値	85.0	85.0	85.0	85.0	85.0	%
			取組目標値						
	式・定義	認知度	実績値	76.0	77.8				%
			達成率	89.5	91.6	-	-	-	
4	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
5	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
6	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
7	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
8	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
9	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	
10	指標名		目標値						
			取組目標値						
	式・定義		実績値						%
			達成率	-	-	-	-	-	