

## (2) 安全で安心な消費生活の確保

### 【施策の目的】

消費者が正しい情報をもとに商品・サービスの選択ができ、また、消費者がトラブルにあった場合の相談体制が整った環境をつくります。

### 【評価】

#### <前年度から評価実施年度上期までの成果と課題>

- ・消費者教育の推進について、学校教育現場における外部人材活用講師派遣事業では、中学校、高等学校、特別支援学校の授業での実施に加え、PTA研修や高校の部活動等にも対象を広げて出前講座を実施し、若年者の消費者教育の充実を図った。
- ・人や社会・環境に配慮した消費行動（エシカル消費）の普及では、消費者月間にあわせて啓発展示や出前講座等を実施し、エシカル消費に関する意識啓発を図ることができた。
- ・消費生活相談体制の充実・強化については、デジタル化の進展や経済のグローバル化などの社会環境の変化に伴い、消費者相談の内容が複雑化・多様化しており、事業者との交渉の困難度が上がっている。
- ・消費生活センター未設置の町村における消費生活相談体制の強化が課題となっている。
- ・消費者被害の防止については、消費者被害に遭いやすい高齢者等を見守る消費者安全確保地域協議会（地域見守りネットワーク）は17市町村で設置済となった。未設置の町に対する設置促進に向けた働きかけを引き続き行うことに併せ、設置済み市町村への運用支援が課題である。
- ・事業者の法令に基づく適正な取引を確保するため、調査、指導、助言が必要な事案について、国や地方自治体等と連携して対応した。
- ・マスメディア、SNS等の広報媒体や出前講座などによる消費者啓発に取り組んだが、依然としてインターネット経由の架空請求や通信販売による定期購入契約に関するトラブルなどの消費生活相談が多数発生しており、消費者被害を防止するため、今後も引き続き、積極的に広報・啓発を行う必要がある。

#### <第2期島根創生計画初年度から評価実施年度上期までの複数年度にわたる成果と課題>

#### ※上記で重複しない成果・課題を記載

この欄は複数年度にわたる成果と課題を記載するため令和9年度から記載

### 【今後の方向性】

#### ①消費者教育の推進

消費者教育コーディネーターを中心に教育関係者と連携を図り、学校教育現場における外部人材（実務専門家）の活用を進める。

自主的かつ合理的に行動する自立した消費者を育成するため、消費者のライフステージに応じた様々な教育の場を提供する。

#### ②消費生活相談体制の充実・強化

県民がどこの市町村に住んでいても質の高い消費生活相談を受けられるよう、指定消費生活相談員を中心に、市町村の相談対応業務への支援を行う。

消費生活相談員の研修受講を奨励し、相談対応スキル向上を図るとともに、消費者センターにおいて解決困難な事案については、関係機関と連携して適切に対応する。

### ③消費者被害の未然防止・拡大防止

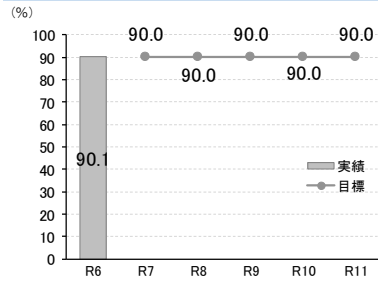
高齢消費者等の被害を未然に防ぐための地域見守りネットワークの取組が進むよう、市町村への働きかけと地域の状況に合わせた支援を行う。

事業者の法令遵守状況に対する監視・指導を迅速かつ適正に行う。

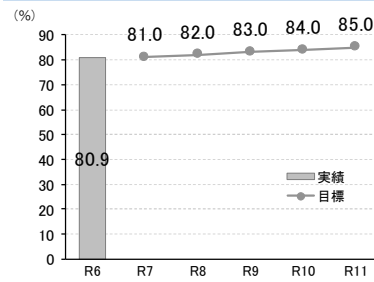
消費者被害を防止するため、様々な世代に応じた効果的な広報媒体を利用して、情報発信や啓発を行う。

#### 【施策の主なKPIの状況】

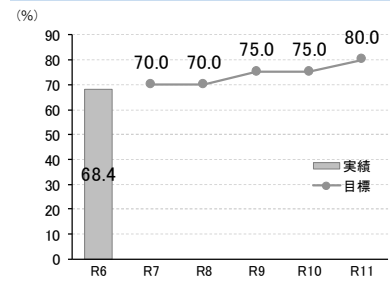
1) 消費生活相談窓口又は消費者ホットライン188の認知度【当該年度8月時点】



2) 表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択することを心がけている人の割合【当該年度8月時点】



3) 社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択する行動（エシカル消費）をとったことがある人の割合【当該年度8月時点】



## 施策の主なK P I

施策の名称	Ⅷ-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保
-------	-----------------------

番号	K P I の名称	上段は目標値、下段は実績値					単位	計上 分類	備考
		令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度			
1	消費生活相談窓口又は消費者ホットライン188の認知度【当該年度8月時点】	/	90.0	90.0	90.0	90.0	90.0	%	単年度値
		90.1							
2	表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択することを心がけている人の割合【当該年度8月時点】	/	81.0	82.0	83.0	84.0	85.0	%	単年度値
		80.9							
3	社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択する行動(エシカル消費)をとったことがある人の割合【当該年度8月時点】	/	70.0	70.0	75.0	75.0	80.0	%	単年度値
		68.4							
4		/							
5		/							

(第2期島根創生計画に掲げる施策の【取組の方向】)

①消費者教育の推進

消費者が自らの利益の擁護・増進と持続可能な社会の実現を意識して自主的かつ合理的に行動できるよう、ライフステージに応じた消費者教育の機会を提供します。また、成年年齢引下げに対応し、学校と連携した若年者への教育をより一層推進します。

②消費生活相談体制の充実・強化

県と市町村の消費生活センター等における消費生活相談体制の充実・強化を図ります。

③消費者被害の未然防止・拡大防止

消費者被害の未然防止及び拡大防止のため、情報提供や啓発、取引の適正化の指導等の取組や、消費者被害を防ぐ地域見守りネットワークの構築推進と運営支援を行います。

事務事業の一覧

施策の名称		Ⅷ-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保				
	事務事業の名称	目的		前年度の 事業費 (千円)	今年度の 事業費 (千円)	所管課名
		誰(何)を対象として	どういう状態を目指すのか			
1	企画立案・総合調整事務	県及び関係団体	円滑に消費者行政を推進するため、連絡調整を行う。	598	1,036	環境生活総務課
2	消費者啓発推進事業	消費者	消費者が自立的かつ合理的な行動を行い、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身に付ける。	3,683	6,357	環境生活総務課
3	学校における消費者教育の推進事業	児童・生徒・学生・保護者・教員	児童・生徒・学生とその保護者は消費者市民として必要な知識とスキルを身につけている。 教員は消費者教育の教授方法を習得し、学校教育の現場で活かしている。	1,574	7,139	環境生活総務課
4	消費者団体等活動支援事業	消費者団体等	自立的かつ活発に消費者問題に取り組む。	298	6,403	環境生活総務課
5	消費生活協同組合の指導事業	組合員及び組合役職員	組合活動の理解を深め、健全な組合運営を行う。	270	407	環境生活総務課
6	相談・苦情処理事務	消費生活に関する相談・苦情を申し出た消費者	問題解決方向を見だし、苦情を解決する。	34,670	37,459	環境生活総務課
7	島根県消費者行政推進・強化事業	消費者	どこに住んでいても質の高い消費生活相談が受けられ、消費者被害防止や救済等の支援体制も整っている。	20,878	1,943	環境生活総務課
8	計量検定検査事務	計量器を使用する事業所を利用する人	適正な計量結果が得られるようにする。	13,350	15,278	商工政策課
9	貸金業法に関する事務	貸金業者の顧客(資金需要者)	貸金業法で保証されている権利や利益を確保する。	3,472	3,493	中小企業課

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

環境生活総務課

事務事業の名称		企画立案・総合調整事務			
目的	誰(何)を対象として	県及び関係団体	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	円滑に消費者行政を推進するため、連絡調整を行う		598	1,036
			うち一般財源 (千円)	598	1,036
令和7年度の取組内容		・令和7年度は第6期島根県消費者基本計画の初年度であり、計画に盛り込んだ事業がある程度進捗した年度後半に消費生活審議会を開催し、計画の評価等を行う。 ・消費者行政を迅速かつ効率的に推進するために、関係団体(機関)に対し消費者行政への積極的な関与を呼びかけ、連携を図る。			
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	消費とくらしの安全室と県庁内外関係機関との連絡調整会議開催件数【当該年度4月～3月】	目標値			45.0	45.0	45.0	45.0	45.0	回	単年度値
		実績値	49.0	59.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2		目標値									
		実績値									
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		第6期島根県消費者計画を策定するにあたり、令和6年度は通年ベースで開催する会議数に加え、以下のとおり関係者間との意見交換等を実施 ・消費生活審議会 3回(6月、10月、2月) ・庁内推進会議 1回(8月) ・市町村、消費者団体との意見交換会 1回(8月) ・パブリックコメント 1回(12月～1月)									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	第6期島根県消費者基本計画の策定にあたっては、消費生活審議会委員のほか、庁内関係課、市町村、消費者団体等から提出された意見を踏まえて課題を整理し、計画期間中に取り組む事業を計画に盛り込むことができた。
課題分析	① 課題	「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するために支障となっている点) ・消費者行政の推進には、的確な情報提供を行うとともに、幅広く意見を聴く必要があるため、消費生活審議会を積極的に活用することが求められる。また、実際的な取組にあたって、関係団体(機関)との連携・協力が必要である。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 ・島根県消費者基本計画に掲げる目標に向け、有効な手段・手法等や改善策を検討する必要があるが、県の取組だけでは限界がある。
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性 ・消費生活審議会や関係団体(機関)との会議において、消費者行政の取組等を十分説明するとともに、県の施策への協力を働きかける。



# 事務事業評価シート

担当課

環境生活総務課

## 1 事務事業の概要

事務事業の名称		消費者啓発推進事業			
目的	誰(何)を対象として	消費者	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	消費者が自立的かつ合理的な行動を行い、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身に付ける。		うち一般財源 (千円)	3,683
令和7年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マスメディア(ラジオ、新聞)での発信、啓発紙、グッズの作成・配布を通じた広報活動を実施する。</li> <li>・SNS(X、Facebook、YouTube)を活用した啓発活動を実施する。</li> <li>・消費者月間啓発に関する展示等を実施する。</li> <li>・エンカール消費の普及と実践に向けて、出前講座及び各種展示等やエンカール消費に関する講演会を実施する。</li> <li>・消費者問題に関する出前講座をライフステージに応じて実施する。</li> </ul>				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・県内各地で啓発展示等を行うため、市町村と協働して啓発活動を実施する。</li> <li>・各種会議や市町村訪問などの機会をとらえて出前講座のPRを行い、講座実施につなげていく。</li> </ul>				
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	表示や説明を十分確認し、その内容を理解したうえで商品やサービスを選択することを心がけている人の割合【当該年度8月時点】	目標値			81.0	82.0	83.0	84.0	85.0	%	単年度値
		実績値	-	80.9							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	消費生活に関する情報の提供回数【当該年度4月～3月】	目標値			600.0	600.0	600.0	600.0	600.0	回	単年度値
		実績値	798.0	562.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		(令和4年度 消費者意識基本調査) ・消費者トラブルに遭った人のうち、どこにも「相談していない」人の割合が20.7%									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者月間を利用した啓発展示、新聞広報、ライフステージに応じた出前講座等を実施し、消費生活に関する関心や理解を深めてもらうことができた。</li> <li>・令和6年度は東部だけではなく、西部(大田市)でも消費者月間の啓発展示を行った。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者及び職域の出前講座の実施が少ない。</li> <li>・消費者トラブルに遭った人のうち、「どこにも相談していない」人の割合が約2割となっており、県が発信する情報がきめ細かく県民に届いていない可能性がある。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者及び職域への出前講座実施に向けた働きかけが不十分である。</li> <li>・消費者啓発等について県からの情報発信にとどまっており、市町村や関係機関等からの情報発信や注意喚起に繋がっていない。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村や高齢者クラブ連合会、商工会議所等へ出前講座実施に向けた働きかけを行う。</li> <li>・出前講座を受講してもらい、直接悪質商法等の現状を理解してもらうため、講座内容の構成や方式を受講者の希望に応じて、柔軟に対応できるように変更する。</li> <li>・啓発資材の提供等を行い、市町村や関係機関等からの情報発信に繋げる。</li> <li>・消費者月間において市町村と協働して啓発活動を行うことで、より効果的な普及啓発活動に繋げる。</li> <li>・パブリシティ等の広報啓発活動を検討していく必要がある。</li> </ul>



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課	環境生活総務課
-----	---------

事務事業の名称		学校における消費者教育の推進事業			
目的	誰(何)を対象として	児童・生徒・学生・保護者・教員	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	児童・生徒・学生とその保護者は消費者市民として必要な知識とスキルを身につけている。 教員は消費者教育の教授方法を習得し、学校教育の現場で活かしている。		うち一般財源 (千円)	1,574
令和7年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者問題の正しい理解、消費者被害の認知、消費者教育実践研究の推進等を目的に、児童、生徒、学生とその保護者及び教員に対し、各対象のニーズに合致した啓発資料や教材を配布する。</li> <li>消費者教育の知識とスキルを高めるために、各研究会等に対し、授業方法や教材開発の研究を委託する。</li> <li>小・中・高・義務教育学校、特別支援学校及び高等専門学校に勤務する教員を対象とする、消費者教育の最新の視点を学ぶ講義・演習による研修を実施する。</li> <li>消費者教育コーディネーターを配置し、学校教育現場における外部人材(実務専門家)の活用を図る。</li> </ul>			
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと		<ul style="list-style-type: none"> <li>訪問する学校数を増やし、事業実施に向けた働きかけを行う。</li> <li>圏域ごとの中学校の校長会等の会議等での事業周知を行う。</li> </ul>			
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

	KPIの名称	年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類	
			目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	達成率	目標値			実績値
1	学校教育現場における外部講師を活用した学校数【当該年度4月～3月】	目標値	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	校	単年度値	
		実績値	19.0	15.0								
		達成率	-	-	-	-	-	-	-			-
2		目標値										
		実績値										
		達成率	-	-	-	-	-	-	-			-
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		教員研修参加者数 R6年度18名										

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	外部人材活用講師派遣事業では、高校の新聞部で出前授業を実施し、校内新聞に授業内容を掲載してもらうことにより、生徒及び保護者に消費者問題に関心を持ってもらうことができた。
課題分析	① 課題	「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性

現状では、高校生への消費者教育が中心となっており、児童、生徒、保護者への消費者教育が進んでいない。  
消費者教育の最新の視点を学ぶ講義・演習による教員研修を実施しているが、参加者が少ない。

民法の成年年齢引下げにより、悪質商法等の消費者被害が懸念される高校生への対応に重点を置いていたため、中学生やPTA等への取組が不足している。  
教員は多忙であるため、会議や講師を招いての研修計画が立てにくい。

外部人材活用講師派遣事業が県立高校だけではなく、私立高校、中学校、教員、PTAの研修会等で実施されるよう、関係機関に働きかけを行うとともに、講義内容について派遣先の学校等と外部講師の間で綿密な事前の打合せが実施されるよう浸透を図っていく。  
消費者教育関連事業の積極的な実施に向けて消費者教育連絡会議や個別訪問・各種会議等での周知・説明を行う。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課	環境生活総務課
-----	---------

事務事業の名称		消費者団体等活動支援事業			
目的	誰(何)を対象として	消費者団体等	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	自立的かつ活発に消費者問題に取り組む		うち一般財源 (千円)	298
令和7年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者リーダー育成事業は、一般県民を対象に消費者問題に関する入門編の講座をオンデマンド方式で実施する。</li> <li>・消費者リーダー活動支援事業では、消費者リーダー名簿登録者を対象として連絡会議を開催し、啓発活動の実践事例の紹介や相互の交流機会を設ける。また、消費者リーダー育成講座修了者等を対象としたレベルアップ研修を実施する。</li> <li>・明日への消費者活動支援事業では、消費者市民社会の形成にかかわる事業実施を希望する消費者団体に事業を委託する。</li> <li>・消費者団体ネットワーク支援事業では、県域消費者団体であるNPO法人消費者ネットしまねと連携して市町村の消費者問題研究協議会の活動を支援する。また、NPO法人消費者ネットしまねの適格消費者団体認定に向けた活動を支援する。</li> <li>・地域見守りネットワーク支援事業では、消費者安全確保地域協議会(地域見守りネットワーク)の設置促進に努めるとともに、設置済みの市町村に対して活動の活性化のための研修を実施する。</li> </ul>			
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと		<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者リーダー育成講座修了者を地域での消費者啓発活動の中心的担い手として育成するため、登録制度を創設し、実践活動の紹介や相互交流を図るための連絡会議を実施する。</li> <li>・NPO法人消費者ネットしまねと連携した消費者問題研究協議会の活動支援を継続し、活動が停滞している消費者問題研究協議会へのアプローチを強化する。</li> <li>・高齢消費者等の被害未然防止のため、消費者安全確保地域協議会(地域見守りネットワーク)の活動活性化を目指した研修を実施する。</li> </ul>			
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	県と民間の消費者行政事業協働件数【当該年度4月～3月】	目標値			20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	件	単年度値
		実績値	16.0	18.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	地域見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の研修受講回数【当該年度4月～3月】	目標値			19.0	19.0	19.0	19.0	19.0	回	単年度値
		実績値	-	-							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者リーダー育成講座の受講者数 R6年度52名</li> </ul>									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者リーダー登録制度 登録者:28名(R7年4月末)</li> <li>・明日への消費者活動支援事業を実施した消費者問題研究協議会 9団体</li> <li>・消費者安全確保地域協議会(地域見守りネットワーク)設置市町村数 17市町村(R7年3月末)</li> </ul>
課題分析	① 「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するために)に支障となっている点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者リーダー育成講座の受講者を県の取組の中で活かしていない。</li> <li>・明日への消費者活動支援事業では、市町村における消費者啓発活動の中核的な役割が期待される消費者問題研究協議会で新規に取り組む地域がある一方、活動停滞が懸念される地域もある。</li> <li>・事業者の不当な勧誘行為や不当表示等に対して、内閣総理大臣が認定した適格消費者団体が消費者に代わって差止請求できる消費者団体訴訟制度や、適格消費者団体を目指す県内唯一の県域消費者団体である消費者ネットしまねについて、県民の認知が十分でない。</li> <li>・地域見守りネットワーク支援事業では、消費者安全確保地域協議会(地域見守りネットワーク)が2町において未設置であり、設置済市町村においても活動が停滞傾向にある。</li> </ul>
	② 上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者リーダーの役割が不明確で、消費者リーダー育成講座が自己啓発となってしまっている傾向にある。</li> <li>・明日への消費者活動支援事業では、消費者問題研究協議会会員が高齢化している例が多く、取組意欲が低下している。また事務局の市町村担当者も多忙で消費者行政のウエイトが低下している。</li> <li>・消費者被害救済のために適格消費者団体が果たす役割や県内に存在することの利点等について、県民への周知が不足している。</li> <li>・地域見守りネットワーク支援事業では、具体的な見守りの手法や制度を活用することの利点等について、関係者への理解が進んでいない。</li> </ul>
	③ 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者リーダー活動支援事業を新たに実施することにより、消費者リーダーに期待する役割の明確化を図り、情報提供・交流会を通じて、消費者啓発の担い手として消費者問題への関心が途切れないよう働きかける。</li> <li>・NPO法人消費者ネットしまねと連携して明日への消費者活動支援事業の活用も含めた消費者問題研究協議会の活動支援を行うことで、消費者団体活動の活性化を図る。</li> <li>・適格消費者団体の認定のためには会員増など基盤強化を図る必要があるため、NPO法人消費者ネットしまねの認知度アップのための支援を行う。</li> <li>・市町村に対し、消費者安全確保地域協議会(地域見守りネットワーク)内における個人情報の取り扱いや具体的な見守り方法、先進事例の紹介等に関する研修を実施し、協議会の設置促進及び活動の活性化を図る。</li> </ul>



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

環境生活総務課

事務事業の名称		消費生活協同組合の指導事業			
目的	誰(何)を対象として	組合員及び組合役職員	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	組合活動の理解を深め、健全な組合運営を行う		270	407
			うち一般財源 (千円)	270	407
令和7年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活協同組合に対する実地検査を3組合程度を対象に実施する。</li> <li>所管する10組合から提出された総会終了届等の書類審査を行う。</li> <li>上記の2点について、財務面は公認会計士に専門的な見地から調査・指導を委嘱する。</li> </ul>				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点					
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称	年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
		目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	達成率	目標値		
1 実地検査実施組合数【当該年度4月～3月】	目標値	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	組合	単年度値
	実績値	3.0	3.0							
	達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2	目標値									
	実績値									
	達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実										

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>「監事監査規則」、「役員退任慰労金」等について、法令等に基づいて指摘したことにより順次改善措置が執られている。</li> <li>財務面では、公認会計士が検査を行うことにより生協の財務健全化に向けた検査を実施できた。</li> </ul>	
課題分析	① 課題	「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するために)支障となっている点	<ul style="list-style-type: none"> <li>実地検査では確認する書類が多く、時間も限られているため全般を把握することが困難で、特に財務については十分な検査が困難である。</li> </ul>
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>担当職員の専門知識や検査・指導のスキルが不十分である。</li> </ul>
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>書類審査を含め、財務面の検査に精通した公認会計士による検査を引き続き実施する。</li> <li>担当職員が専門的知識を習得し、検査・指導レベルが確保されるよう、国が主催する研修を受講する。</li> </ul>



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課	環境生活総務課
-----	---------

事務事業の名称		相談・苦情処理事務				
目的	誰(何)を対象として	消費生活に関する相談・苦情を申し出た消費者		事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	問題解決方向を見だし、苦情を解決する。			うち一般財源 (千円)	34,670
令和7年度の取組内容		・消費者センターに国家資格を有する消費生活相談員を配置し、商品の購入やサービスの提供に関するトラブルが生じた消費者の相談に応じ、その解決と消費者被害の救済にあたる。 ・「指定消費生活相談員」による市町村支援により、市町村消費生活相談窓口のレベルアップを図る。 ・消費生活相談の苦情処理に係る法律上の助言を得るため、毎月1回の弁護士派遣による法律相談を実施するとともに、随時の助言を得るためのアドバイザー弁護士を設置する。 ・令和8年10月に導入される全国消費生活情報ネットワークシステムの新システム化への対応を進め、必要な情報を市町村に提供する。 ・相談員が、国民生活センターが実施する研修等に積極的に参加する。				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直したこと		・センター未設置町村における消費生活相談窓口の相談スキルを向上してもらうため、令和7年度から、町村担当者と県の指定消費生活相談員が一同に会して行う事例検討会を開催することにした。				
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策		
2	上位の施策		4	上位の施策		

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類	
1	消費者相談のあっせん時解決率【当該年度4月～3月】	目標値			93.0	93.0	93.0	93.0	93.0	%	単年度値	
		実績値		92.2	93.6							
		達成率		-	-	-	-	-	-			-
2	市町村相談専用ダイヤルによる経由相談数【当該年度4月～3月】	目標値			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	件	単年度値	
		実績値		-	113.0							
		達成率		-	-	-	-	-	-			-
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		・島根県消費者センターへの相談件数：R3年度2,951件、R4年度3,036件、R5年度3,005件、R6年度3,033件 ・契約当事者が60歳以上の高齢者である相談の割合：R3年度38.2%、R4年度39.2%、R5年度40.5%、R6年度43.5% ・あっせん不調(苦情相談)：R3年度10件、R4年度5件、R5年度7件、R6年度11件 ・苦情相談が多かった商品・役務の件数(R6年度)：1位商品一般、2位化粧品、3位役務その他、4位健康食品、5位移動通信サービス										

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・相談員の相談対応スキル向上のための研修を実施した結果、あっせん解決率の目標値を上回った。 ・市町村相談専用ダイヤルの利用をあらためて市町村に周知した結果、目標値を上回る架電件数となった。
課題分析	① 課題	「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性



# 事務事業評価シート

担当課	環境生活総務課
-----	---------

## 1 事務事業の概要

事務事業の名称		島根県消費者行政推進・強化事業			
目的	誰(何)を対象として	消費者	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	どこに住んでいても質の高い消費生活相談が受けられ、消費者被害防止や救済等の支援体制も整っている		うち一般財源 (千円)	20,878
令和7年度の取組内容	・消費生活相談窓口の充実・強化及び消費者被害防止等に取り組む市町村に対する助成を行う。 ・市町村の活用が増えるように丁寧な事業説明を行う。				
令和6年度に行った評価を踏まえて見直した点					
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上分類
1	島根県消費者行政強化補助金を活用する市の数 【当該年度4月～3月】	目標値			4.0	5.0	6.0	7.0	8.0	市	累計値
		実績値		8.0	6.0						
		達成率		-	-	-	-	-	-		
2		目標値									
		実績値									
		達成率		-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実											

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	・令和6年度においては、県内4市が本補助金を活用し、消費生活相談員レベルアップのほか、配慮を要する消費者に対する相談・見守り体制の整備が図られた。
課題分析	① 課題	・「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するため)に支障となっている点。 ・消費生活相談体制の維持・充実や消費者問題解決力の高い地域社会づくりに向けて、本補助金を活用する市町村は一部にとどまっている。
	② 原因	・上記①(課題)が発生している原因 ・申請方法や補助メニュー等について十分に理解がされていないため、市町村での活用に至っていない。
	③ 方向性	・市町村が本補助事業を活用しての事業実施ができるように丁寧に説明を行う。 ・活用がない市には個別に訪問し、補助金の活用に向けた説明を行う。



# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

商工政策課

事務事業の名称		計量検定検査事務			
目的	誰(何)を対象として	計量器を使用する事業所を利用する人	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	適正な計量結果が得られるようにする		13,350	15,278
			うち一般財源 (千円)	7,829	9,291
令和7年度の 取組内容	適正な計量の実施を確保するため、計量器の修理・販売事業者等計量関係事業者を指導・監督する。また、県内各事業所において取引・証明に使用される計量器の検定・検査を実施し正確な計量器の提供を図る。				
令和6年度に行った 評価を踏まえて 見直した点	計量法に基づく計量器の検定、検査を厳格に実施することで適正な計量器を供給し、計量器を使用する事業者、管理者に対しては、適正な計量の意識の醸成が図られるよう一層指導を強化する。				
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上 分類
1	計量法に基づく立入検査時における不適正率【当該年度4月～3月】	目標値			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	%	単年度 値
		実績値	0.0	0.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2		目標値									
		実績値									
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべき データや客観的事実		燃料油メーター立入検査は該当事業所212事業所で1,955台数を検査(令和5年度:212事業所 1,702台) コロナ禍で中止をしていた食料品製造業・流通業への立入検査が13事業所376個、電気・水道・ガスの子メーター立入検査が1事業所7個を 検査									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	燃料油メーターは近年不適正率は0.0%と目標は達成できており利用者へ安心を担保できている。 コロナ禍により中止を余儀なくされていた食品製造業・流通業及び水道・電気の子メーターの立入検査についても順次実施でき適正な計量の結果が得られるよう取組ができた。
課題分析	① 課題	近年の立入検査において計量器検査が未実施のままで使用されており、食品製造業・流通業において商品量目不足の不適正が判明している。(量目不足とは:店頭で量り売りされている商品が表示されている量より少ないこと) 水道子メーターについては子メーターが使用期限切れのまま使用されていた。(子メーターとは取引・証明に使用されるメーター)
	② 原因	事業者、管理者の法令順守及び計量法に対する認識不足が原因になっているほか、消費者(県民)は不適正な計量器の使用、量目不足の商品購入など適正な計量に関する知識が不足している。
	③ 方向性	事業者、管理者において、計量が経済活動の根幹をなすことを認識させ、消費者(県民)に対しては適正な計量結果を提供する責任があることを自覚するよう、今後も適正な計量器の使用、管理実施のため立入検査実施時に検査結果によることなく指導徹底を図る。 消費者(県民)へは適正な計量器の使用、管理について啓発活動をし理解を図る。



## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

中小企業課

事務事業の名称		貸金業法に関する事務			
目的	誰(何)を対象として	貸金業者の顧客(資金需要者)	事業費 (千円)	令和6年度の実績額	令和7年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	貸金業法で保証されている権利や利益を確保する		3,472	3,493
			うち一般財源 (千円)	3,472	3,193
令和7年度の 取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>貸金業を営む者の業務の適正な運用の確保</li> <li>資金需要者等の利益の保護</li> <li>県民経済の適切な運営</li> </ul>				
令和6年度に行った 評価を踏まえて 見直した点	現時点では課題がなく見直しを行う状況にない				
1	上位の施策	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保	3	上位の施策	
2	上位の施策		4	上位の施策	

## 2 KPI(重要業績評価指標)の状況

KPIの名称		年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度	令和9年度	令和10年度	令和11年度	単位	計上 分類
1	苦情相談等問題解決率【当該年度4月～3月】	目標値			100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	単年度 値
		実績値	100.0	100.0							
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
2		目標値									
		実績値									
		達成率	-	-	-	-	-	-	-		
KPIの他に参考とすべき データや客観的事実		<ul style="list-style-type: none"> <li>苦情相談件数は年数件程度(令和6年度は相談・照会2件)である。</li> <li>3年に1回の立入検査の実施や運営指導を行い、苦情の解決に努める。</li> </ul>									

## 3 現状に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組による改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>苦情相談件数は、令和6年度は相談・照会2件であった。また、必要に応じて関係機関へ情報提供を行い、周知が行き渡った。</li> <li>県内の登録貸金業者に違法な営業を行っている事業者は確認されておらず、事業者から県への報告も適切に行われている。</li> </ul>	
課題分析	① 課題	「目的」達成のため(又は達成した状態を維持するために)支障となっている点	<ul style="list-style-type: none"> <li>苦情や相談があった場合、日本貸金業協会や財務局等と適切に連携・対応して解決しており、特に問題はない。</li> </ul>
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因	-
	③ 方向性	上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>引き続き、貸金業の適正な業務実施について監督業者等に周知を行う。</li> <li>悪質なヤミ金融の新たな業態の金融詐欺についても、引き続き日本貸金業協会や財務局等からの情報をもとに、動向を注視していく。</li> <li>令和4年度から成年年齢引き下げに伴い若年者向け貸付が可能になったことについて、財務局や日本貸金業協会等と情報交換をしつつ、該当業者からの年次報告をもとに動向を注視していく。</li> <li>関係課や関係機関(消費者センター、警察本部)等とも連携し、消費者に対しても貸金業法の周知を行う等の取組を進める。</li> </ul>

