

# 施策評価シート

評価実施年度：令和元年度

幹事部局

環境生活部

<p>施策の名称</p>	<p>施策Ⅱ－１－６ 消費者対策の推進</p>
<p>施策の目的</p>	<p>自立した消費者の育成、取引の適正化、苦情処理・紛争解決体制の整備等を推進し、県民の消費生活の安全・安心を確保します。</p>
<p>施策の現状 に対する評価</p>	<p>(自立した消費者の育成)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・成年年齢の引き下げを見据え、若年者に対する消費者被害の防止・救済や、自らの判断で商品やサービス等を選択できる自立した消費者の育成に向けた取組を、教育委員会と連携して実施した結果、消費者教育への関心が高まった。</li> <li>・学校における消費者教育への取組を支援することにより、消費者権利と義務に関する基礎的知識の定着が図られた。</li> <li>・マスメディアやインターネット、SNS等を使った広報などによる消費者啓発等の取組により、クーリング・オフ、相談窓口の認知度は向上したが、若年層の危機意識の高まりは不十分である。</li> </ul> <p>(取引の適正化)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国や地方自治体等と連携し法令に基づく調査（検査）、指導、営業停止等の行政処分による適正な取引の確保に努めたが、悪質業者による消費者被害が後を絶たない。</li> </ul> <p>(苦情処理・紛争解決体制の整備等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県民がどこに住んでいても質の高い相談、救済が受けられるよう、巡回訪問事業や担当者研修、ICTを活用した相談窓口支援等を実施したことにより、市町村相談窓口担当者のスキルアップと、市町村の消費生活相談体制が強化された。</li> <li>・高齢者など消費者被害に遭いやすい人を地域で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5市町で設置済となったが、更に多くの市町村に設置されることが望ましい。</li> <li>・消費者相談は、複雑化、多様化により、解決までに要する時間が長期化しているほか、スマートフォンの普及により未成年者を含む若年者や中高齢者のネットトラブルが増加している。</li> </ul>
<p>今後の取組み の方向性</p>	<p>(自立した消費者の育成)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校における消費者教育を効果的に進めていくため、消費者教育コーディネータを配置し、弁護士等の実務経験者を学校の外部講師として活用する。</li> <li>・消費者被害の拡大を防ぐため、新手の悪質商法や製品事故等、最新の消費者被害情報をSNS等様々な媒体で広く県民に提供する。</li> <li>・環境や社会の問題に配慮した消費活動（エシカル消費）が消費者にも求められてきていることから、消費者センターを拠点として、自ら学習できる機会や消費者教育の担い手を育成する機会を提供する。</li> </ul> <p>(取引の適正化)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> <p>(苦情処理・紛争解決体制の整備等)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・相談員の研修受講を奨励し、複雑・困難事例への対応能力を高める。</li> <li>・ICTの活用などにより、効率的・効果的に市町村の業務支援を行い、県民の被害救済体制を充実・強化する。</li> <li>・高齢消費者被害等を未然に防ぐための地域見守りネットワークの全市町村設置に向けて、各市町村の状況に合わせた支援を行う。</li> </ul>

## 施策に関連する指標の一覧

施策の名称	施策Ⅱ－１－６ 消費者対策の推進
-------	------------------

施策の目的達成に向けて取り組む事務事業において設定している主な成果参考指標

項番	施策の成果参考指標	指標名	平成27年度	平成30年度		令和元年度	単位
			実績値	目標値	実績値	目標値	
1	○	クーリング・オフ制度を知っている人の割合	75.5	85.0	78.5	85.0	%
2	○	消費生活相談窓口を知っている人の割合	—	95.0	89.7	100.0	%
3	○	消費者被害に遭った人の割合（目標値はそれ以下）	—	8.0	10.7	8.0	%以下
4		審議会等の開催回数	3.0	3.0	3.0	3.0	回
5		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	33.0	28.0	41.0	28.0	件
6		消費者問題出前講座の実施回数	184.0	170.0	172.0	170.0	回
7		消費生活に関する情報の提供回数	486.0	500.0	713.0	500.0	回
8		学校教育における消費者教育の実践研究数	3.0	5.0	5.0	5.0	件
9		県出前講座を実施した高等学校・高等専門学校の数（計画期間中の累積実数）	11.0	36.0	35.0	48.0	校
10		県主催の専門研修の修了者数 （注：前期指標は平成16年度からの延べ人数）	474.0	70.0	50.0	70.0	人
11		県と民間の消費者行政事業協働件数	13.0	15.0	16.0	15.0	件
12		実地検査実施組数（消費生活協同組合法関係）	3.0	3.0	3.0	2.0	件
13		消費者相談の斡旋時解決率	89.1	87.0	90.6	87.0	%
14		消費生活相談員を配置する市町村数	8.0	9.0	8.0	10.0	市町村
15		地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会など）が整備されている市町村数	—	12.0	5.0	19.0	市町村
16		立入検査時における不適正率（計量法関係）	0.4	0.0	0.0	0.0	%
17		苦情相談等問題解決率（貸金業法関係）	100.0	90.0	100.0	90.0	%
18							
19							
20							

事務事業の一覧

施策の名称	施策Ⅱ－１－６ 消費者対策の推進
-------	------------------

	事務事業の名称	目的 (誰(何)を対象として、どのような状態を目指すのか)	前年度 事業費 (千円)	今年度 事業費 (千円)	所管課名
1	企画立案・総合調整事務	円滑に消費者行政を推進するため、連絡調整を行う。	521	1,113	環境生活総務課
2	消費者啓発推進事業	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な消費生活に関する正しい知識を身に付ける。	4,333	4,565	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・学生とその保護者は消費者市民として必要な知識と意識を身につけている。教員は消費者教育技術を習得し、授業で活かしている。	1,644	1,833	環境生活総務課
4	消費者団体等活動支援事業	自立的かつ活発に消費者問題に取り組む。	946	1,445	環境生活総務課
5	消費生活協同組合の指導事業	組合活動の理解を深め、健全な組合運営を行う。	364	421	環境生活総務課
6	相談・苦情処理事務	問題解決方向を見出し、苦情を解消する。	25,623	26,674	環境生活総務課
7	島根県消費者行政推進・強化事業	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。	30,892	34,512	環境生活総務課
8	計量検定検査事務	適正な計量結果が得られるようにする。	29,407	20,573	商工政策課
9	貸金業法に関する事務	貸金業法で保障されている権利や利益を確保する。	1,980	2,144	中小企業課
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					
35					
36					
37					
38					
39					
40					

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

1 事務事業の概要

担当課	環境生活総務課
-----	---------

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)	前年度実績	今年度計画
	どういふ状態を目指すのか	円滑に消費者行政を推進するため、連絡調整を行う		521	1,113
			うち一般財源	521	1,113
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和元年度消費生活審議会を6月、10月、3月の3回開催し、第4期島根県消費者基本計画の評価を行うとともに、島根県消費者意識基本調査の結果やパブリックコメント、消費者団体との意見交換を踏まえた第5期島根県消費者基本計画の審議を行う。</li> <li>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）との連携強化を行う。</li> <li>第5期島根県消費者基本計画の策定に向けて、島根県消費者行政推進会議を開催する。</li> </ul>				
前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>消費生活審議会では、議題についてあらかじめ委員から意見集約を行い、質疑応答について資料化し配布することで、審議の円滑化、効率化を図る。</li> </ul>				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位
1	指標名 審議会等の開催回数	目標値	4.0	3.0	2.0	3.0	3.0	回
		(取組目標値)						
	式・定義 開催回数	実績値	3.0	2.0	2.0	3.0		
		達成率	75.0	66.7	100.0	100.0	-	%
2	指標名 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	目標値	23.0	28.0	28.0	28.0	28.0	件
		(取組目標値)						
	式・定義 会議開催件数	実績値	33.0	35.0	45.0	41.0		
		達成率	143.5	125.0	160.8	146.5	-	%

「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など

- 平成30年7月に島根県消費生活審議会委員の改選を行い、公募委員3名を含む定員18名の委員（平成30年7月27日現在）を委嘱し、審議会委員の女性比率が向上した（改選前50%⇒改選後55.6%）。
- 県民2,000人を対象に行った消費者意識基本調査の回収率は56.0%で、前回平成27年度調査時（69.2%）に比べ13.2ポイント低下した。
- 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）との連携に努めた結果、連絡調整会議の開催などの連携回数は41件となった。

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活審議会の各委員から専門的な意見をもらい、消費者行政に反映させることができた。</li> <li>島根県消費者意識基本調査を行い、消費者を取り巻く現状や課題について収集、分析を行った。</li> <li>県庁内外関係機関との連絡調整会議を開催するとともに、金融関係機関や消費者団体、法律系専門家や福祉団体にも消費者行政への積極的な関与を呼びかけ、連携した。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため（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>消費生活審議会は消費者教育推進法に基づく消費者教育地域協議会を兼ねているが、特に成年年齢引き下げを見据えた若年者消費者教育の推進など、消費者教育について十分な協議が行われていない。</li> <li>消費生活審議会の設定時間に対し、審議・意見交換の事項が多く、また各委員からの発言も活発なため、事務局の進行管理が難しい。</li> </ul>
	② 上記①（課題）が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活審議会にあたり、委員に対し事前に資料提供を行い意見集約を行うが、集約期間が短いため十分な意見集約ができていない。</li> <li>消費生活審議会の設定時間に対し、審議や意見交換項目が多く、十分な時間を確保できない。</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>消費生活審議会の開催にあたり、委員からの意見集約の期間をできるだけ確保するなど、事前準備を徹底する。</li> <li>消費者教育について審議が行われるよう協議時間を確保する。</li> </ul>

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

1 事務事業の概要

担当課	環境生活総務課
-----	---------

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)	前年度実績	今年度計画
	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な消費生活に関する正しい知識を身に付ける。		4,333	4,565
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マスメディア(ラジオ、新聞)を通じた広報活動の実施。</li> <li>・啓発紙、グッズ等の作成・配布。</li> <li>・SNS(Twitter、Facebook)での啓発活動実施。</li> <li>・消費者月間啓発イベントの実施。</li> <li>・島根県金融広報委員会、県立図書館との連携事業の実施。</li> <li>・消費者問題に関する出前講座の実施。</li> </ul>				
前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>・高齢者向けの講座では、受講者が理解しやすいよう実際のケースを想定したロールプレイなどを取り入れた。</li> <li>・SNS等の情報発信では、マスコットキャラクターなどグラフィックを多用し、親しみを感じてもらえる構成にした。</li> </ul>				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位
1	指標名 消費者問題出前講座の実施回数	目標値	170.0	170.0	170.0	170.0	170.0	回
	(取組目標値)							
	式・定義 提供回数	実績値	184.0	185.0	181.0	172.0		
		達成率	108.3	108.9	106.5	101.2	-	%
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 実施回数	実績値	486.0	1119.0	1747.0	713.0		
		達成率	97.2	223.8	349.4	142.6	-	%
「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など								
平成30年度県政世論調査での「消費生活相談窓口の認知度」は89.7%で、前年度(87.9%)より若干上昇したが、目標値(95%)には至っていない。								

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・実際のケースを想定したロールプレイや社会的に関心が高いテーマを取り上げ、受講者アンケートでは「分かりやすい」「役に立った」といった回答が多く寄せられた。</li> <li>・消費者センターマスコットキャラクター「だまされないソウくん」を使い、SNS等を活用した啓発を積極的に行い、国民生活センターの「Web版国民生活」若者座談会ページにも取り上げられた。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため(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>・相談窓口、消費者トラブルに関する知識の普及が効果的に進まない。</li> <li>・若年者、外国人住民の消費生活相談窓口認知度が低い。</li> <li>・新たな啓発手法の検討ができていない。</li> </ul>
	② 上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若年層の認知度が低く、「消費者問題はあまり緊急性がない」という意識がある。</li> <li>・今までの情報媒体(テレビ、新聞、広報誌など)では届かない層がある(若年者や在住外国人など)。</li> <li>・SNSにおいてもそれぞれ年代や国籍によって特徴があり、消費者のニーズにあっていない。</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>・出前講座を幅広く実施するため、これまで実施してこなかった地域、団体、学校等に向けアプローチを行う。</li> <li>・いつ、誰にでも発生しうるという重要性を認識してもらうため、SNSでビジュアルな表現を工夫する。</li> <li>・関係機関に聞き取りを行い、ニーズを把握して啓発を行う。</li> <li>・マスコットキャラクターを生かした啓発活動を実施する。</li> </ul>

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
---------	-----------

項番	成果参考指標名等		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	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	75.5	77.8	77.1	78.5		%
			達成率	88.9	91.6	90.8	92.4	—	
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	—	—	—	—	—	

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

担当課	環境生活総務課
-----	---------

1 事務事業の概要

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)	前年度実績	今年度計画
	どういう状態を目指すのか	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意識を身につけている 教員は消費者教育技術を習得し、授業で活かしている		1,644	1,833
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者問題の認知、被害対策の周知、消費者教育技術の向上のために、小・中・高・義務教育学校・大学生とその保護者及び教員に対し、それぞれの対象に向けた啓発資料を作成する。</li> <li>消費者教育の技術を高めるために、各研究会に対し、授業方法や教材の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又は教員団体等が成年年齢引き下げに対応した若年者の消費者教育の推進を目的として実施する教員研修事業に対して補助金を交付する。</li> </ul>				
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと	成年年齢引き下げによる若年者の消費者被害の拡大が懸念され、在学中に正しい知識を学習する必要性等について教員等の理解が深まりつつあることから、学校における実践的な消費者教育を推進するため、国の「地方消費者行政強化交付金」を財源とする新たな消費者教育事業(補助事業)を創設した。				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位	
1	指標名	学校教育における消費者教育の実践研究数	目標値	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	件
	式・定義		(取組目標値)						
			実績値	3.0	4.0	4.0	5.0		
			達成率	60.0	80.0	80.0	100.0	-	%
2	指標名	県出前講座を実施した高等学校・高等専門学校の数(計画期間中の累積実数)	目標値		12.0	24.0	36.0	48.0	校
	式・定義		(取組目標値)						
			実績値	11.0	29.0	31.0	35.0		
			達成率	-	241.7	129.2	97.3	-	%
<p>「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>過去の実践研究数は、平成28年度は3団体4校、29年度は2団体4校、30年度は大学附属義務教育学校を加えた3団体5校から参加があった。</li> <li>平成28~30年度に出前講座を実施した高校・高専は35校となった(48校中)。</li> </ul>									

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>9月に開催した消費者教育推進連絡会議には5研究会中2団体の参加があった。</li> <li>実践研究を実施した団体数は2団体にとどまったが、新たに島根大学教育学部消費者教育研究会の参加を得た。</li> <li>若年層向け出前講座回数・受講者数は平成27年度64回4,262人から平成30年度76回5,687人に増加し、教員OB雇用の効果が継続的に現れている。</li> <li>国民生活センター講師派遣事業を活用し、「『社会への扉』活用研修」を県教育委員会と共催し、全県から41名の教員の参加を得た。(財源は地方消費者行政推進交付金)</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため(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>教員が多忙なか、教員研修への参加者数が伸びない。</li> <li>小学生保護者向け「子どもたちも小さな消費者」、中学2年生向け「中学生もみんな消費者」および高校3年生向け「くらしのアドバイス」を全員配布したが、その効果的活用について十分学校(教育委員会)との連携がとれていない。</li> </ul>
	② 上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>多忙な教員に対し、効率的に実施できる魅力ある委託事業・研修企画にするための工夫や説明が不足している。</li> <li>印刷物の活用やその状況のフィードバックには教員の協力が必要である。</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>教育実践委託事業の委託先を小中高校から大学、高専等も対象とするなど柔軟に対応する。</li> <li>全員配布の印刷物(「子どもたちも小さな消費者」「くらしのアドバイス」等)について、費用対効果、活用方法などを検証し、廃止も含め見直しを行う。</li> <li>教育委員会と連携し教員研修を効率的に行うと共に、島根大学教育学部研究会受託による公開授業を検討する。</li> <li>消費者教育関係者の連携を図るため、「消費者教育コーディネーター」の設置を検討する。</li> </ul>

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

担当課	環境生活総務課
-----	---------

1 事務事業の概要

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)	前年度実績	今年度計画
	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			946
			うち一般財源	946	1,445
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・明日への消費者活動支援事業(国交付金事業)では、消費者市民社会の形成にかかわる事業の実施を希望する消費者団体やNPO法人等に事業を委託</li> <li>・消費者リーダー育成事業は、消費者問題に関する入門編の講座を出雲市と益田市で各4日間実施</li> <li>・県内初の県域団体として「しまね消費者団体ネットワーク(仮称)」設立を支援</li> <li>・県内の消費者問題研究会と行政担当者を交えた意見交換会を県内4か所で開催</li> </ul>				
前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>・明日への消費者活動支援事業(国交付金事業)では人件費の対象を当該事業のため臨時的に採用した者に限定。</li> <li>・消費者リーダー育成事業は、県東西2カ所の各会場で全て受講できるよう開催日数を増やした。</li> <li>・消費者団体ネットワーク設立準備会発足で活動内容等を明確化し、団体や個人も参加できる仕組みづくりを支援。</li> </ul>				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位	
1	指標名	県主催の専門研修の終了者数(注:前期指標は平成16年度からの延べ人数)	目標値	45.0	70.0	70.0	70.0	70.0	人
	式・定義	修了者数	(取組目標値)	460.0					
			実績値	474.0	83.0	90.0	50.0		
			達成率	103.1	118.6	128.6	71.5	-	
2	指標名	県と民間の消費者行政事業協働件数	目標値	15.0	15.0	15.0	15.0	15.0	件
	式・定義	事業実施件数	(取組目標値)						
			実績値	13.0	15.0	15.0	16.0		
			達成率	86.7	100.0	100.0	106.7	-	

「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など

・全国的に都道府県単位で活動する消費者団体は41都道府県に存在し、うち19団体が適格消費者団体である(2019年第69回日本生協連総会資料より)。島根県は中国地方で唯一、県域の消費者団体ネットワークが存在しない県である。  
 ・明日への消費者活動支援事業及び消費者団体ネットワーク支援事業の財源は、国の地方消費者行政強化交付金を充てるため、島根県消費者行政推進・強化事業予算で対応。  
 ・シルバー消費社会形成援助事業(財源:自治宝くじ収益金)の終了により消費者団体の活動を支援する事業が限られる中、地方消費者行政強化交付金の交付額が近年減額傾向にあるため、明日への消費者活動支援事業の受託希望に十分に答えることが困難となっている。

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>・明日への消費者活動支援事業では、新規1団体を含む9団体が事業を受託し、消費者団体活動の裾野を広げることができた。</li> <li>・消費者リーダー育成講座は、受講者の負担軽減のため各々の会場で全て受講できるよう日数を増やした(各2日間→各4日間)。</li> <li>・消費者団体や法律系有識者、市町村担当職員等50名が参加した「消費者団体等交流会」では、消費者団体ネットワーク化について基調講演やグループ討議を行い、消費者団体ネットワーク化の必要性が改めて認識された。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため(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>・明日への消費者活動支援事業では、市町の消費者問題研究会からの受託希望が増加しているため、受託希望の団体を全て採択するためには予算の不足が懸念される。</li> <li>・消費者リーダー育成講座では、従来実施していたWeb受講が今年度は実施できなくなるため、遠隔の受講者が受講できなくなる。</li> <li>・消費者団体ネットワーク化の必要性は認識されたものの、参加への合意形成には至っていない。</li> </ul>
	② 上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・明日への消費者活動支援事業では、財源となる国の消費者行政強化交付金が毎年減額傾向にある。</li> <li>・消費者リーダー育成講座では、Web受講のために使用していた委託先の機器が老朽化している。</li> <li>・ネットワーク設立後の活動内容や財源・事務局負担等が不明確である。</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>・明日への消費者活動支援事業では、国に対して消費者行政強化交付金の財源確保を要望する。</li> <li>・消費者リーダー育成講座では、受講者の利便性確保のためWeb受講ができるよう委託方法等を検討する。</li> <li>・消費者団体ネットワーク化にむけ設立準備会の発足を支援するとともに、活動内容等を明確化し、消費研など消費者団体や個人がネットワークへ参加できる仕組みづくりを支援する。</li> </ul>



事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

1 事務事業の概要

担当課	環境生活総務課
-----	---------

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)	前年度実績	今年度計画
	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		364	421
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活協同組合に対する実地検査を2組合程度を対象に実施する。</li> <li>所管する11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・指導を委嘱している。</li> </ul>				
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと					

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位
1	指標名 実地検査実施組合数	目標値	2.0	4.0	3.0	3.0	2.0	件
		(取組目標値)						
	式・定義 実地検査を行った組合数	実績値	3.0	4.0	3.0	3.0		
		達成率	150.0	100.0	100.0	100.0	-	%
2	指標名	目標値						
		(取組目標値)						
	式・定義	実績値						
		達成率	-	-	-	-	-	%
「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など								

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>「組合員の自由脱退に関する手続き」、「定款への出資金額の記載方法」、「組合員名簿の記載事項」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>財務面については公認会計士が検査を行うことにより適正な検査を実施できた。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため(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>検査対象が広範であり、限られた時間の中で全般を検査するのは困難である。</li> </ul>
	② 上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>職員の経験年数が短いため業務への習熟度が不足している。</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>検査の実施に当たって、国の検査マニュアルや過去の指摘事項等を参考に重点検査項目を定めるなど、効率化を図る。</li> </ul>

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

1 事務事業の概要

担当課	環境生活総務課
-----	---------

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)	前年度実績	今年度計画
	どういう状態を目指すのか	問題解決方向を見出し、苦情を解消する		25,623	26,674
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>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して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。</li> <li>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。</li> <li>特定商取引法及び景品表示法の執行体制強化のため、消費者センターに不当取引専門指導員を配置。</li> </ul>				
前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>外国人住民が抱える消費者トラブルの早期解決を図るため、多言語消費生活相談窓口を開設。</li> </ul>				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位	
1	指標名	消費者相談の斡旋時解決率	目標値	87.0	87.0	87.0	87.0	87.0	%
	式・定義	斡旋解決相談処理件数/全斡旋相談処理件数	実績値	89.1	90.4	89.3	90.6		
	達成率	102.5	104.0	102.7	104.2	-	%		
2	指標名		目標値						%
	式・定義		実績値						
	達成率	-	-	-	-	-	-	%	

「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など

- 島根県消費者センターへの相談件数 平成28年度：3,204件 平成29年度：3,923件 平成30年度：3,428件
- 契約当事者が60歳以上の高齢者である相談の割合 平成28年度：34.1% 平成29年度：38.4% 平成30年度：37.9%
- 苦情相談の多かった商品・役務(相談件数) 1位：商品一般(747件) 2位：デジタルコンテンツ(400件)  
3位：インターネット通信サービス(160件)
- 処理期間が1週間を超える相談の割合 平成20年度：6.3% 平成30年度：13.2% (10年前の約2倍)

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者からの相談を受けセンターが事業者と直接交渉する斡旋は、90.6%の解決を図ることができ、目標を上回った。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため(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>消費者相談の複雑化、多様化により、解決までに要する時間が長期化している。</li> <li>スマートフォンの普及により未成年を含む若年者や使い慣れない中高齢者の消費者被害が増加している。</li> <li>インターネットの普及により海外事業者とのトラブルが増えている。</li> <li>高齢の契約者が関わる相談割合が高止まりで推移しており、高齢世帯が増える中、被害未然防止や被害救済に関し、自治体や地域住民の協力が必要となっている。</li> </ul>
	② 上記①(課題)が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者を取り巻く被害状況が目まぐるしく変化し続ける中、新しい被害実態に対処するための消費者関連法(特定商取引法等)の改正に、相談業務に従事する職員や相談員が十分習熟していない。</li> <li>インターネットの普及により商取引のボーダレス化が進み、相手が見えない消費者契約が常態化しており、さらに消費者と事業者との情報量や交渉力の格差が拡大していること等から斡旋解決がより困難になってきている。</li> <li>高齢者等の被害未然防止や被害救済に不可欠な、市町村や関係団体等との連携が十分進んでいない。</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>国民生活センター等主催の研修に積極的に参加させることにより、消費生活相談員及び不当取引専門指導員のスキルと知識の向上を図る。</li> <li>市町村巡回訪問の実施等により、住民に最も身近な相談窓口である市町村相談体制強化を支援する。</li> <li>市町村の消費生活相談業務を支援するため、消費者安全法第10条の4に定める「指定消費生活相談員」の県消費者センターへの設置を検討する。</li> <li>必要に応じて市町村や関係団体等と連携を図り、当事者を迅速に消費生活センターにつなぐことで消費者被害の未然防止を図る。</li> </ul>

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

担当課	環境生活総務課
-----	---------

1 事務事業の概要

名称 島根県消費者行政推進・強化学業					
目的	誰(何)を対象として	消費者	事業費 (千円)	前年度実績	今年度計画
	どうい状態を目指すのか	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		30,892	34,512
			うち一般財源	0	300
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>県内のどこに住んでいても質の高い相談・救済が受けられることを目的として、ICTを活用した市町村消費生活相談窓口支援事業（web会議システムを使った遠隔相談）を7市町を対象に運用する。</li> <li>消費生活相談員育成講座を大田市で全9回（前年度より1回増）、土曜日（前年度日曜日開催）に開催し、国家資格の取得を支援し、消費生活相談員の有資格率の向上を目指す。</li> <li>地域見守りネットワーク状況調査、市町村担当者会議、地域研修会等を実施し、県内全市町村での設置を目指す。</li> </ul>				
前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>過年度の消費生活相談員育成講座の実績報告書（受講者アンケート等）を参考に、受講効果を高めるカリキュラムを検討する。</li> <li>各市町村における地域見守りネットワークの設置検討状況を把握するとともに、見守りネットワークの必要性等について認識を深めてもらい、各市町村の状況に合わせた設立支援を行う。</li> </ul>				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位	
1	指標名	消費生活相談員を配置する市町村数	目標値	8.0	8.0	8.0	9.0	10.0	市町村
		(取組目標値)							
	式・定義	該当市町村数	実績値	8.0	8.0	8.0	8.0		
		達成率	100.0	100.0	100.0	88.9	-	%	
2	指標名	地域見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会など）が整備されている市町村数	目標値	0.0	1.0	6.0	12.0	19.0	市町村
		(取組目標値)							
	式・定義	該当市町村数	実績値	0.0	1.0	3.0	5.0		
		達成率	-	100.0	50.0	41.7	-	%	

「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など

- 県内の消費生活相談員22名のうち有資格者は15名で、益田市及び浜田市、雲南市では国家資格取得の相談員が不在（平成31年4月現在）。
- 独立行政法人国民生活センターが実施した平成30年度の「消費生活相談員」国家資格試験の最終合格率は24.6%と、平成29年度に比べ14.3ポイントも下がった。
- 平成30年度に大田市と西ノ島町で地域見守りネットワークが設立され、合計5市町村（松江市、浜田市、大田市、飯南町、西ノ島町）での設置となった。

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>ICTを活用した市町村消費生活相談窓口支援事業や巡回訪問の実施により、市町村の消費生活相談体制の充実に向けた支援が実施できた。</li> <li>消費生活相談員育成講座を大田市で開催し、22名の受講生のうち1名が国家資格に合格し、江津市で消費生活相談員として勤務している。</li> <li>平成30年度に2市町（大田市、西ノ島町）において地域見守りネットワークが設立した。</li> </ul>
課題分析	① 「目的」の達成のため（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>市町村の消費生活相談体制の充実・強化が十分に進んでいない。</li> <li>消費生活相談員育成講座の受講生の合格率は5%（1名/22名）と低調。</li> <li>特に県西部における有資格者育成のため、消費生活相談員育成講座を大田市で開催したが、県西部からの受講者割合は41%（9名/22名）だった。</li> <li>市町村担当者や関係団体等に地域見守りネットワークの意義や必要性について十分な理解が得られていない。</li> </ul>
	② 上記①（課題）が発生している原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>市町村の消費生活相談体制に関して県からの働きかけや支援が不十分である。</li> <li>消費生活相談員育成講座の受講者が固定化する中、受講者自身が自らの弱点を見極め、通信研修や自宅学習へ取組む姿勢が不足している。</li> <li>消費生活相談員育成講座について委託業者と調整し法律改正や社会情勢等に対応したカリキュラムを検討する必要がある。</li> <li>消費者行政担当者の異動や業務多忙等により地域見守りネットワークへの関心が低い。</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>消費生活相談体制の充実に関して、市町村に更なる働きかけを行うとともに、より効果的な支援を実施する。</li> <li>過年度の消費生活相談員育成講座の実績報告書（受講者アンケート等）を参考に、受講効果を高めるカリキュラムや講座運営を行う必要がある。</li> <li>各市町村における地域見守りネットワークの設置検討状況を把握するとともに、見守りネットワークの必要性等について認識を深めてもらい、各市町村の状況に合わせた設立支援を行う。</li> </ul>

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

1 事務事業の概要

担当課	商工労働部商工政策課
-----	------------

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)	前年度実績	今年度計画
	どういう状態を目指すのか	適正な計量結果が得られるようにする		29,407	20,573
			うち一般財源	24,423	15,017
今年度の取組内容	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・監督し、並びに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・検査により正確な計量器の供給を図る。				
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと	計量法に基づく計量器の検定・検査を厳格に行うことによって適正な計量器を供給し、計量器を使用する事業者に対しては、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。				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位
1	指標名	立入検査時における不適正率	目標値		0.0	0.0	0.0	0.0
			(取組目標値)					
	式・定義	不適正件数/検査件数*100	実績値	0.4	0.1	0.2	0.0	
			達成率	-	-	-	-	%
2	指標名		目標値					
			(取組目標値)					
	式・定義		実績値					
			達成率	-	-	-	-	%
「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など								
不適正率は、ガスメーター及び水道メーター立入検査が0%、燃料油メーター立入検査が0.1%、並びに食料品製造業・流通業立入検査が1.6%であったが、全体では0.0%となり、前年度の0.2%に比べて改善し、目標を達成することができた。(立入検査は年次計画により実施している)								

3 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	ガスメーター立入検査は、前年度に引き続き0%だった。水道メーター立入検査は、前年度は0.3%だったものが平成30年度は0%となった。不適正な計量器が使われることがなくなり、事業所を利用する人にとって安心して取引を行うことができる。
課題分析	① 「目的」の達成のため(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	立入検査の結果、燃料油メーターの有効期限が満了した計量器が取引に使用されたり、食料品製造業・流通業において量目不足の不適正率が高いことが判明した。 また、検定・検査に使用する基準器等の老朽化が著しく、検定・検査に支障が出てしまう恐れがある。 ※量目不足とは、店頭で販売されている食料品などについて、表示されている数量よりも実際の量が少ないこと
	② 上記①(課題)が発生している原因	事業者の法令遵守、適正計量に対する認識が十分でないため、期限切れの計量器を使用したり、食品の量目不足が発生している。 検定・検査用基準器等については、計画的に更新を行わなかったため、大部分が老朽化してしまった。
	③ 上記②(原因)の解決・改善に向けた見直し等の方向性	事業者においては、計量は経済活動の根幹であることを認識するとともに、県民に対して適正な計量結果を提供する責任を自覚し、適正な計量管理が行われることが重要であり、計量器を使用する事業者に対して、指導の徹底を図ることが必要である。 併せて、適正な検定・検査を維持していくため、基準器等の更新計画を策定する必要がある。

事務事業評価シート 評価実施年度： 令和元年度

上位の施策	施策Ⅱ-1-6 消費者対策の推進
-------	---------------------

1 事務事業の概要

担当課	商工労働部中小企業課
-----	------------

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)	前年度実績	今年度計画
	どういう状態を目指すのか	貸金業法で保障されている権利や利益を確保する		1,980	2,144
			うち一般財源	1,980	1,844
今年度の取組内容	<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>				
前年度に行った評価を踏まえて見直したこと	順調に進んでおり課題がないため検討していない				

2 成果参考指標等の状況

成果参考指標		年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	単位
1	指標名	苦情相談等問題解決率	目標値		90.0	90.0	90.0	90.0
			(取組目標値)					
	式・定義	苦情解決件数/総苦情件数(解決・対応可能なものに限る)×100	実績値	100.0	100.0	100.0	100.0	
			達成率	-	111.2	111.2	111.2	- %
2	指標名		目標値					
			(取組目標値)					
	式・定義		実績値					
			達成率	-	-	-	-	- %
<p>「成果参考指標」の他に参考とすべきデータや客観的事実など</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>苦情相談件数は年数件程度(H30年度は6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 「取組内容」に対する評価

成果	「目的」の達成に向けた取組みによる改善状況	<ul style="list-style-type: none"> <li>苦情相談件数は、H30年度は6件であったが未解決のものはなかった。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 「目的」の達成のため(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	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。
	② 上記①(課題)が発生している原因	-
	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>引き続き、貸金業の適正な業務実施に監督業者等に周知を行う。</li> <li>悪質なヤミ金融や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>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>