

施策評価シート

幹事部局

環境生活部

施策の名称	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保
施策の目的	消費者が社会や環境等に配慮した商品・サービスを正しく選択でき、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。
施策の現状 に対する評価	<p>①(消費者教育の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 成年年齢引下げを見据えた若年者消費者教育において教育委員会と連携し、学校現場での実践的な消費者教育について共通認識を得ることができた。外部人材活用事業では、コロナ禍により特に上半期で学校の利用が伸び悩んだ。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、啓発小冊子が学校の授業や消費者団体等での学習活動に活用されるなど、徐々に浸透してきた。地域の消費者団体「消費者ネットしまね」が、学習会、交流事業、講師派遣事業等を計画したが、大半がコロナ禍で中止となった。一方、島根大学消費者研究会等との連携によるオンラインを活用した事業等新たな展開が見られた。 <p>②(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 指定消費生活相談員2名を中心に市町村相談窓口への支援を行うとともに、6市町を巡回訪問して助言等を行うなど、市町村の消費生活相談体制が強化された。相談内容の複雑・多様化等に対応するため、国民生活センター等の専門研修へ相談員派遣を計画するも、コロナ禍により中止となった。 <p>③(消費者被害の防止)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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8市町で設置済となったが、設置に向けた検討が進んでいない地域もある。国や地方自治体等と連携し、法令に基づく調査や検査、指導、業務停止等の行政処分による適正な取引の確保に努め、特定商取引法に基づく行政処分を5年ぶりに行った。また、新型コロナウイルス感染症対策に関連した消費者トラブルの増加が懸念されたことから、国交付金等を活用し、若年者から高齢者まで幅広い年代を対象としてマスメディア、CATV、SNS等の広報媒体による消費者啓発に取り組んだ。また、外国人住民向けの多言語による相談・啓発にも注力した。一方で、コロナ禍により出前講座への依頼が激減した。 (前年度の評価後に見直した点) ・ 職員を対象に、感染症対策を講じオンラインによる法令研修等を導入した。
今後の取組 の方向性	<p>①(消費者教育の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 学校における実践的な消費者教育を推進するため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。 ・ 消費者ネットワークの活動を支援し、地域における消費者活動の活性化と消費者教育の推進に取り組む。 <p>②(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 相談員の研修受講を奨励し、複雑・困難な相談事案への対応力を高める。 ・ 指定消費生活相談員を中心に、効率的・効果的に市町村の業務支援を行い、県民の消費者被害救済体制を充実・強化する。 <p>③(消費者被害の防止)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 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全市町村での設置に向け、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。 ・ 動画配信や多言語対応など、多様な情報発信を行い、消費者啓発を強化する。

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	483	1,183	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な消費生活に関する正しい知識を身に付ける。	4,492	4,943	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等を習得し、学校教育の現場で活かしている	1,452	1,522	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	494	833	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	272	421	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	問題解決方向を見出し、苦情を解消する	27,696	29,016	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	29,794	27,472	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	12,759	14,163	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)	貸金業法で保障されている権利や利益を確保する	2,274	2,421	中小企業課
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	円滑に消費者行政を推進するため、連絡調整を行う		483	1,183
			うち一般財源 (千円)	483	1,183
今年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> 消費生活審議会を年3回程度開催し、第5期島根県消費者基本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)との連携強化を行う。 			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		消費生活審議会の新任委員には、事前に面会し、消費者基本計画等の説明を行う。			
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	令和元年度	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	単位	計上分類
1	審議会等の開催回数【当該年度4月～3月】	目標値		3.0	3.0	3.0	3.0	3.0	回	単年度値
		実績値	3.0	2.0						
		達成率	—	66.7	—	—	—	—		
2	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		31.0	31.0	31.0	31.0	31.0	回	単年度値
		実績値	37.0	24.0						
		達成率	—	77.5	—	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		令和2年7月に消費生活審議会の委員改選を行い、公募委員3名を含む18名の委員を委嘱した。委員の女性比率は、令和3年5月末現在、55.6%である。								

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"> 消費生活審議会において、消費者基本計画の評価を行うとともに、消費者教育の推進等施策について審議を行った。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。 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。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 「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	<ul style="list-style-type: none"> 消費者行政の推進のため、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。そのため、消費生活審議会を積極的に活用することが求められる。 新型コロナウイルス感染拡大の影響により、関係者が一堂に会する形式での会議の開催が難しい。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 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。 コロナ禍における関係機関との連携を図るための体制が不十分。
		<ul style="list-style-type: none"> 消費生活審議会の委員に対し、消費者行政の取組等を十分説明するとともに、審議時間の確保、適切な議題設定を行い、審議を更に活発にする。 関係機関とは、TV会議等新たな手法を検討、導入することで連携を図る。

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		消費者啓発推進事業			
目的	誰(何)を対象として	消費者	事業費 (千円)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	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。		4,492	4,943
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・SNS(Twitter、Facebook、YouTube)を活用した啓発活動を実施する。 ・消費者月間啓発イベントを実施する。 ・島根県金融広報委員会、県立図書館との連携事業を実施する。 ・エシカル消費を実践するエシカルライフスタイルを県民に対して提案する。 ・消費者問題に関する出前講座を実施する。 				
昨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"> ・若年者への啓発を強化するため、YouTubeを活用した啓発を実施する。 ・持続可能な社会の形成に資する消費行動として関心が高まりつつあるエシカル消費の普及啓発事業を実施する。 				
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	令和元年度	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	単位	計上分類
1	クーリング・オフ制度を知っている人の割合【当該年度8月時点】	目標値		85.0	85.0	85.0	85.0	85.0	%	単年度値
		実績値	81.9	77.4						
		達成率	—	91.1	—	—	—	—		
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	436.0	1,188.0						
		達成率	—	198.0	—	—	—	—		
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"> ・消費者月間を利用した啓発展示やイベントを通じて幅広い世代を対象に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。 ・若年者に対しては新たにYouTubeを活用した動画配信を行ったほか、大学生団体への委託事業を通じてSNSを活用した啓発活動を実施した。 ・関係機関と連携し、外国人住民向けに消費生活上注意すべき点をまとめた啓発動画を作成し、YouTubeで公開した。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・若年者の消費生活関連情報への関心度が低い。 ・若年者、外国人住民への啓発手段、機会が不足している。 ・インターネットやSNS等での消費者被害が増加しているなか、啓発用デジタルコンテンツの充実・活用が不十分。 ・コロナ禍において、出前講座のオンライン実施等の体制整備が進んでおらず、受講者の希望に応えられていない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者トラブルに遭うまでは「自分には関係ない」「自分は大丈夫」といった潜在意識がある。 ・既存の広報媒体(テレビ、新聞、広報誌など)以外のSNS等における広報拡充が図れていない。 ・効果的、効率的な広報誌の活用が不十分。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・大学生団体への委託事業を通じて、自主的に消費生活関連情報を発信・共有してもらうための取組を促進する。 ・「エシカル消費」など、社会的に関心の高いテーマを題材に、消費生活への関心を高められる取組を実施する。 ・関係機関と連携し、若年者及び外国人住民への効果的な啓発を実施する。 ・YouTubeなどSNSを活用した啓発を拡充する。 ・出前講座を実際に受講してもらい、直接悪質商法等の手口を理解してもらうため、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方法を変更する。 ・出前講座に派遣する講師を育成する。

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		1,452	1,522
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・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、学生等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。 ・消費者教育の知識とスキルを高めるために、各研究会に対し、授業方法や教材開発の研究を委託する。 ・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。 ・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。 				
昨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	令和元年度	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	単位	計上分類
1	学校における消費者教育の実践研究数【当該年度4月～3月】	目標値		5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	件	単年度値
		実績値	6.0	6.0						
		達成率	—	120.0	—	—	—	—		
2	学校教育現場における外部講師の活用件数【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	(新指標)	12.0						
		達成率	—	60.0	—	—	—	—		
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"> ・新学習指導要領が令和2年度から小、中、高校と順次導入される中、消費者教育実践研究委託事業では、小学校家庭科研究会が初参加し、また中学校技術・家庭科、小・中学校社会科、特別支援教育、大学附属義務教育学校家庭科研究会等にも取組んでいただいた。その成果を、学校における実践的な消費者教育モデルとして教育冊子「すくすく消費者」で県内の学校に広く周知することができた。 ・若年者消費者教育研究事業では、石見養護学校において、大学教員や地元事業者の協力を得て特別支援教育教員を対象とする先進的な消費者教育研究会が行われ、今後他の特別支援学校での展開に向け大きな弾みとなった。 ・外部講師派遣事業では、県立高校5校において延べ10回の授業を実施し、学校から高い評価を得た。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・外部講師派遣事業では、コロナ禍により学校の取組が進まず、11月以降の本格実施となった。消費者センターの「出前講座」も同様の理由で件数が伸びなかった。成年年齢引下げまで1年となる中、学校や関係機関と連携し感染症対策を講じながら一層の事業推進を図っていく必要がある。 ・消費者教育教材「考えよう！ 私たちの消費生活」(中学生対象)、「社会への扉」(主に高校生対象)等が全ての学校において十分に活用されていない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍にあつて外部講師(センター職員含む)の学校訪問が困難な状況にある。 ・県が作成する消費者教育教材が各学校の教科担当教員に届いていないため、授業の中で効果的に利用されていない。消費者庁作成「社会への扉」について全ての高校の授業に於いて有効活用されていない。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・コロナ禍にあつても外部講師による授業が可能となるよう、消費者教育コーディネーターを中心に学校との連携を一層図る。感染症対策としては、オンラインシステムの導入等新たな手法を検討する。 ・学校の年間カリキュラムが前年度の秋頃にほぼ決まることから、外部講師や消費者教育教材を授業に於いて有効活用してもらうためには、早い時点で学校行事や教員の授業計画等の状況を的確に捉えることが必要である。このため、消費者教育推進連絡会議を年2回程度開催し、派遣事業や資料配布の時期、学校長宛て依頼文書等について実情に応じて工夫する必要がある。

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	自立的かつ活発に消費者問題に取り組む		494	833
			うち一般財源 (千円)	494	833
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・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の実施を希望する消費者団体やNPO法人等に事業を委託する。 ・消費者リーダー育成講座は、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。 ・消費者リーダー育成講座修了者(消費者リーダー、95名)への情報提供を随時行う。 ・「消費者ネットしまね」に消費者団体等の学習交流会、所属の専門家による消費者教育及び啓発事業を委託する。 ・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テレビ会議形式で開催する。 				
昨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"> ・消費者団体の構成員が高齢化し、組織活動の先細りが懸念されるため、従来のブロック毎の意見交換会ではなく、個別にテレビ会議形式で意見交換することできめ細かな状況把握を行う。 				
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	IV-1-(2) 地域で活躍する人づくり	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	令和元年度	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	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		18.0	18.0	18.0	20.0	20.0	件	単年度値
		実績値	17.0	16.0						
		達成率	—	88.9	—	—	—	—		
2	社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合【当該年度8月時点】	目標値		40.0	43.0	46.0	48.0	50.0	%	単年度値
		実績値	(新指標)	56.9						
		達成率	—	142.3	—	—	—	—		
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"> ・消費者リーダー育成講座修了者数:21人(R元年度)、31人(R2年度) ・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に、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。 								

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"> ・明日への消費者活動支援事業では、17団体から応募があり、このうち新規に応募した団体が2団体あったが、市町消費者問題研究協議会等(消問研)からの応募は10団体で、昨年度と同じ。SDGsやエシカル消費に関する事業を計画する団体が増加した。 ・消費者リーダー講座の内容を受講者にとって魅力あるものにするために、新たなテーマも組み込んでいく必要がある。 ・県内初の県域消費者ネットワーク「消費者ネットしまね」と連携・協力し、学習会、消費者教育及び啓発活動を実施した。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・明日への消費者活動支援事業では、消問研からの応募がない場合があり、活動の低下が懸念される。 ・消費者リーダー講座の内容について、新たなテーマを組み込む上で講座の内容に適した講師の確保に難しい面がある。 ・県域消費者ネットワークの必要性は認識されているが、参画する消問研が少ない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・明日への消費者活動支援事業では、消問研の取組意欲が高齢化の影響等により低下している。 ・消費者リーダー講座で新しい分野の講師の人材が不足している。 ・「消費者ネットしまね」の活動や成果等の周知及び県域消費者ネットワーク参画に向けた働きかけが不足している。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・明日への消費者活動支援事業では、消問研と個別に意見交換を行うことを通じてきめ細かな状況把握を行った上で、事業の周知及び事業実施に向け働きかけを行う。 ・消費者リーダー講座の講師について情報収集を継続して、講座内容を改善し受講者の増、さらには消費者リーダー(ファン)の増加に努めるとともに、消費者問題に関心を持ち続け、活動を行う上で参考になるよう情報提供を実施する。 ・「消費者ネットしまね」に消費者活動ネットワーク化事業として、各消問研・個人を対象にした学習交流会の開催、消費者教育及び啓発事業に対する支援を行い、消費者問題やネットワーク化への関心を高める。さらに、同団体が自立的、継続的な活動を行う団体となるべく、法人化、適格消費者団体に向けた検討を行う。

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		272	421
			うち一般財源 (千円)	272	421
今年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 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。 			
昨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	令和元年度	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	単位	計上分類
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	組合	単年度値
		実績値	2.0	3.0						
		達成率	—	100.0	—	—	—	—		
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"> 「組合員の自由脱退に関する手続」、「組合員名簿」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。 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の健全化に向けた検査を実施できた。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 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。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 上記①(課題)が発生している原因 職員が財務について精通しているわけではなく、研修の機会も限られている。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 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。

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういった状態を目指すのか	問題解決方向を見出し、苦情を解消する		27,696	29,016
			うち一般財源 (千円)	27,696	29,016
今年度の取組内容	・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關し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。 ・本年4月からのPIO-NET登録時の分類等の変更を利用して、消費生活相談の分析方法を現状に沿った形に見直す。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・人材育成の新たな助成制度により、消費生活相談員の資格取得経費が助成されることになった。これにより資格を持たない相談員の資格取得意欲が向上し、レベルアップに繋がる。				
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	令和元年度	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	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		91.0	91.0	91.0	91.0	91.0	%	単年度値
		実績値	91.9	88.1						
		達成率	—	96.9	—	—	—	—		
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		・島根県消費者センターへの相談件数 : H30年度3,428件、R元年度3,003件、R2年度3,298件 ・斡旋数(苦情相談) : H30年度352件、R元年度368件、R2年度322件 ・相談員1人あたりの斡旋数(苦情相談) : H30年度35.2件(10人)、R元年度37.7件(1月より9人)、R2年度35.8件(9人) ・斡旋不調(苦情相談) : H30年度19件、R元年度25件、R2年度22件(R3.5月現在) ・苦情相談の多かった商品・役務(相談件数):1位:商品一般(420件)、2位:デジタルコンテンツ(257件)、3位:健康食品(188件)								

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	・消費者から苦情相談を受けたセンターが事業者と直接交渉するあっせん解決率は、令和3年5月時点で88.1%であり、目標を下回った。
課題分析	① 課題	・全世代へのスマートホンの普及等により、未成年者や使い慣れない中高齢者のインターネット取引による消費者被害が増加している。 ・斡旋不調(22件)の内容は、ネット通販の定期購入について相談者の意に沿う解約が困難なもの(8件)や、副業サイトや投資などによるトラブル(4件)等であった。 ・インターネットの取引については連絡のつかない海外事業者とのトラブルも多く、斡旋が困難になっている。
	② 原因	・インターネットの普及により見えない相手との消費者契約が常態化しており、更に消費者と事業者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いる。 ・県センターの消費生活相談員については、前年に比べ全体の経験年数が短いため日々変化する消費者被害救済のための手段や関連法の知識が十分でない。また、令和2年度は新型コロナウイルス感染症により多くの研修が受講不可能となり、県・市町村共に研修の場を失った。
	③ 方向性	・国民生活センター主催の研修等のうち配信によるものも含めて積極的に受講し、消費生活相談員のスキルと知識の向上を図る。 ・国家資格等を持たない消費生活相談員に積極的に資格取得を促し、知識とスキルの向上を行う。 ・市町村や関係団体等と連携を図り、支援の必要な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。 ・指定消費生活相談員を中心とした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。

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		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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どのような状態を目指すのか	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		29,794	27,472
			うち一般財源 (千円)	5,962	2,517
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 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。 県内全市町村に地域見守りネットワークを設置するため、市町村に対し設置検討状況調査や巡回説明を行うとともに地域研修会等を開催する。新型コロナウイルス感染拡大防止の観点や移動時間の短縮のため、TV会議システムを利用した意見交換を開催する。 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。 				
昨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"> 地域見守りネットワーク設置に向け、新型コロナウイルス感染拡大の影響により市町村担当者会議は中止したが、個別に巡回説明を行い、状況把握を行った。 				
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	IV-1-(2) 地域で活躍する人づくり	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	令和元年度	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	単位	計上分類
1	地域見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)が設置されている市町村数【当該年度3月時点】	目標値		10.0	12.0	14.0	16.0	19.0	市町村	累計値
		実績値	6.0	8.0						
		達成率	—	80.0	—	—	—	—		
2	社会や環境等に配慮した商品・サービスを選択している人の割合【当該年度8月時点】	目標値		40.0	43.0	46.0	48.0	50.0	%	単年度値
		実績値	(新指標)	56.9						
		達成率	—	142.3	—	—	—	—		
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"> 令和3年4月1日現在、県内の消費生活相談員21名のうち、資格者は16名となっている。有資格率76.2%(令和2年4月1日66.7%、消費者庁政策目標75%以上)である。 国家資格取得支援として、国は令和2年度新規事業「消費生活相談員担い手確保事業」を令和3年度も実施。 各市町村における地域見守りネットワークの設置状況は、H28年度:松江市、H29年度:浜田市・飯南町、H30年度:大田市・西ノ島町、R元年度:雲南市・美郷町、R2年度:安来市の計8市町となっている。設置市町の県内人口カバー率55.6%(消費者庁政策目標50%以上) 								

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"> 令和2年度消費生活相談員育成講座を出雲市で開催し、受講者20名のうち14名が受験し、4名(消費生活専門相談員3名、消費生活アドバイザー1名)が国家資格に合格(合格率20%)した。(H30年度:合格者1名(合格率5%)、R元年度:合格者5名(合格率20%)) 国民生活センター等主催の研修等(D-ラーニング含む。)に、島根県消費者センター相談員のべ29人が参加
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 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調査において、8市町村が設置に向けて準備中又は設置するかを検討中とし、1市が設置の検討をしていないと回答している。検討した結果、しばらく設置する予定がないと回答したのは、3町である。 消費生活相談員の有資格率向上と有資格者の人材確保
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 上記①(課題)が発生している原因 各市町村における地域見守りネットワークの設置について、消費者行政担当部署や福祉部局等関係部署等が業務多忙で、検討が進まない。また、市町村担当者の変更により、状況が後退していることがあり、各市町村への働きかけが十分にできていない。 消費生活相談員の有資格率は、採用状況によって変動する。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 地域見守りネットワークの必要性や効果を更に周知するとともに、各市町村における検討段階及び課題を整理し、個別訪問や巡回により、検討を促進させる。 県内における人材確保のため設置している消費生活相談員人材バンクを広く周知し、有資格者の登録増加を図る。

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		12,759	14,163
			うち一般財源 (千円)	7,157	7,637
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。				
昨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り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。				
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	令和元年度	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	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	0.1	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		不適正率は、ガスメーター立入検査と水道メーターが0.0%、燃料油メーター立入検査が0.1%、食料品製造業・流通業立入検査が2.9%であり、全体としては0.0%で前年度の0.1%より改善し、目標を達成できた。								

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	水道メーターは前年度に続いて0.0%、ガスメーターが昨年の0.1%から0.0%へと改善した。食料品製造業・流通業立入検査も昨年の5.9%から2.9%へと改善した。一方、燃料油メーターは前年度の0.0%から0.1%へと悪化した。不適正な計量器が使われなくなるにより、事業所の利用者が安心して取引を行うことができる。
課題分析	① 課題	立入検査の結果、食料品製造業・流通業において量目不足の不適正率の高い事業所が存在した。 ※量目不足…店頭で販売されている食料品などで、商品に表示されている数量より実際の数量が少ないこと。 検定・検査用基準器等に老朽化したものがある。
	② 原因	事業者の法令遵守並びに適正計量に対する認識不足により、期限の切れた計量器の使用や食料品の量目不足が発生している。検定・検査用基準器等は逐次更新を進めているが、老朽化した基準器でも現有の基準器以外に使用可能な器物がなく更新が困難なものがある。
	③ 方向性	事業者においては、計量が経済活動の根幹をなす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があることを自覚し、適正な計量管理の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する指導の徹底が必要である。検定・検査用基準器等については、計画的な更新を進めて適正な検定・検査の維持に努める。更新困難な器物については今後も適正な管理を徹底し、性能の維持に努める。

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どういった状態を目指すのか	貸金業法で保障されている権利や利益を確保する		2,274	2,421
			うち一般財源 (千円)	2,274	2,121
今年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 貸金業を営む者の業務の適正な運用の確保 資金需要者等の利益の保護 県民経済の適切な運営 				
昨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				
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	令和元年度	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	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	—	100.0	—	—	—	—		
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"> 苦情相談件数は年数件程度(令和2年度は3件)である。 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。 								

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"> 苦情相談件数は、令和2年度は3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。 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。
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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 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。