

# 施策評価シート

幹事部局

環境生活部

<b>施策の名称</b>	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保
<b>施策の目的</b>	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れます。
<b>施策の現状 に対する評価</b>	<p>①(消費者教育の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年4月の成年年齢引下げに向け、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持った上で、学校での出前講座を積極的に実施したが、コロナ禍で件数は減少した。一方、外部人材活用事業では、コロナ禍の影響はあったが、オンラインシステムの活用等により目標値以上の実績を達成できた。</li> <li>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、一般県民を対象に「エシカルレシピコンテスト」、県内小売店舗等を巻き込んだ「てまえどり」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。</li> </ul> <p>②(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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、7市町村を巡回訪問して助言等を行うことにより、消費生活相談体制を強化することができた。</li> <li>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行ったが、コロナ禍の影響により受講できない研修があった。今後感染症等のリスクを考慮した研修計画の在り方が課題である。</li> </ul> <p>③(消費者被害の防止)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。未設置自治体に対しては働きかけを行っているが、設置に向けた検討が進んでいない自治体への対応が今後の課題である。</li> <li>事業者の法令に基づく適正な取引の確保については、業務停止等の特定商取引法に基づく行政処分はなかったものの、調査、指導、助言が必要な事案については、国や地方自治体等と連携して対応した。</li> <li>新型コロナウイルス対策に関連した消費者トラブルは大幅に減少したが、インターネットを介した内容の消費生活相談は、引き続き増加していることから、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。</li> </ul>
<b>今後の取組 の方向性</b>	<p>①(消費者教育の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>県内の消費者団体の活動を支援し、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。</li> </ul> <p>②(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活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とともに、相談員人材バンクを広く周知し、有資格の登録増加を図る。</li> <li>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。</li> </ul> <p>③(消費者被害の防止)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <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> <li>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。</li> </ul>



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	352	1,107	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。	4,435	4,829	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	1,175	1,581	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	276	837	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	304	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	問題解決方向を見出し、苦情を解消する	25,209	26,047	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	24,231	27,654	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	11,695	22,647	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	2,047	2,557	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)	令和3年度の実績額	令和4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		352	1,107
			うち一般財源 (千円)	352	1,107
令和4年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</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> </ul>			
令和3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	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	2.0					
		達成率	—	66.7	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	39.0					
		達成率	—	77.5	125.9	—	—	—		
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>消費生活審議会において、消費者基本計画の評価とともに、同計画に掲げる目標値の上方修正や施策・事業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。</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 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。
	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和4年7月に消費生活審議会の委員改選があるため、新任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、適切な議題設定等を行う。</li> <li>関係機関とは、コロナ禍にあっても、テレビ会議等の導入を拡大することで連携を図る。</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3年度の実績額	令和4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。		4,435	4,829
令和4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(Twitter、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を実施する。</li> <li>・島根県金融広報委員会連携事業を実施する。</li> <li>・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。</li> <li>・消費者問題に関する出前講座を実施する。</li> </ul>			
令和3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	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	80.9					
		達成率	—	91.1	95.2	—	—			
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	413.0					
		達成率	—	198.0	68.9	—	—			
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>・消費者月間を利用した啓発展示やイベント、新聞広報や出前講座等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。</li> <li>・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。</li> <li>・提案競技による委託事業を通じて一般県民を対象に「エシカルレシピコンテスト」、県内小売店舗等を巻き込んだ「てまえどり運動」を実施し、エシカル消費に関する普及啓発ができた。</li> <li>・金融広報委員会との連携事業により、子育て世代向けにキャッシュレス決済についてのウェビナーを行った。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若年者の消費生活関連情報への関心度が低く、広報手段が不足している。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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」といった意識がある。</li> <li>・既存の広報媒体(テレビ、新聞、広報誌など)以外のSNS等における広報チャネルの拡充が図られていない。</li> <li>・効果的、効率的な広報誌の活用が不十分。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・「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。</li> <li>・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。</li> <li>・YouTubeなどSNSを活用した啓発を拡充する。</li> <li>・出前講座を受講してもらい、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。</li> <li>・出前講座に派遣する講師を育成する。</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		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3年度の実績額	令和4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		1,175	1,581
令和4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。</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又は教員団体等が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> <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3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>新型コロナウイルス感染症対策として、外部講師による授業をオンラインシステムにより実施した。</li> <li>関係各課、各研究会との連携を図るため、消費者教育推進連絡会議を年2回開催した。</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	2.0					
		達成率	—	120.0	40.0	—	—	—		
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	28.0					
		達成率	—	60.0	140.0	—	—	—		
KPIの他に参考とすべきデータや客観的事実		消費者庁作成の消費者教育教材「社会への扉」の県内高等学校における活用率100%								

## 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>外部講師派遣事業では、新たに私立高校1校において活用があり、県立高校11校と併せ大幅に活用が増え、学校から高い評価を得た。コロナ禍にあったが、オンラインシステムによる新たな手法で授業が実施できた。</li> <li>消費者教育実践研究委託事業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、消費者教育情報誌「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。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>高校生への消費者教育が中心で児童、生徒、保護者への消費者教育が進んでいない。</li> <li>外部講師派遣事業の開催を学校から保護者あてに案内しても参加がない。</li> <li>学校における消費者教育実践研究委託事業及び若年者消費者教育研修事業強化補助金の活用件数が伸び悩んでいる。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>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、他の対象者への取り組みが不足している。</li> <li>保護者の消費者問題への関心が低い、消費者教育を受ける機会が少ない。</li> <li>教員はコロナ感染症の対策や対応も加わり、多忙である。また、会議や講師を招いての研修計画が立てにくい。</li> <li>教員や各研究会において県の各種事業内容が理解されていない。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>外部講師派遣事業が県立高校だけではなく、私立高校、中学校、教員やPTAの研修・会合で活用が図られるよう、関係機関に働きかけを行う。</li> <li>各種事業や消費者教育教材が十分に活用されるよう、消費者教育連絡会議や個別訪問等により周知・説明を行う。</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3年度の実績額	令和4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		276	837
			うち一般財源 (千円)	276	837
令和4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。</li> <li>・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。</li> <li>・消費者リーダー育成講座修了者(消費者リーダー、103名)への情報提供を随時行う。</li> <li>・「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等を委託する。</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開催する。</li> </ul>			
令和3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では、消問研から新たに応募の動きがあり委託先の増加にも対応できるよう予算枠を拡大した。</li> <li>・消費者リーダー育成講座は、委託先の島根大学からの提案もあり、新たに同大学の教員に講師を依頼して社会のデジタル化に関する講義を実施する。</li> <li>・県内の消費者団体や個人のネットワーク化、組織の活性化を図るため、「消費者ネットしまね」へ県外の消費者団体の活動や取組に関する調査を委託する。</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	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	19.0					
		達成率	—	88.9	105.6	—	—			
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	70.0	75.0	80.0	%	単年度値
		実績値	(新指標)	56.9	62.1					
		達成率	—	142.3	144.5	—	—			
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>・明日への消費者活動支援事業では、18団体から応募があり、このうち新規に応募した団体が1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11団体で、昨年度より団体増。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。</li> <li>・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、プラットフォーム規制など新たなテーマも組み込むことにしている</li> <li>・県内唯一の県域消費者団体である「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。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・明日への消費者活動支援事業では、消問研からの応募が1団体増えたものの応募がない消問研があり、活力の低下が懸念される。</li> <li>・消費者リーダー講座の内容については、受講者にリーダーが多いこともあり、マンネリにならないよう新たな講師の確保が求められる。</li> <li>・消費者問題に取り組む個人や団体のネットワーク化の必要性は認識されているが、参画する個人・団体は少ない。「消費者ネットしまね」の認知度が低い。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> <li>・「消費者ネットしまね」の活動等の周知及びネットワーク参画に向けた働きかけが不足している。</li> </ul>
	③ 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、未実施の消問研への働きかけを行うとともに、その他の消費者団体での新規の活用を促すため事業の周知を行う。状況に応じて予算の増額も検討する。</li> <li>・消費者リーダー講座の講師について委託先の島根大学との連携を継続して、新たな講師の発掘を行い、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。</li> <li>・消費者問題に関心のある個人・団体へ「消費者ネットしまね」の周知を行い、ネットワーク化への関心を高める。さらに、「消費者ネットしまね」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。</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3年度の実績額	令和4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		304	407
			うち一般財源 (千円)	304	407
令和4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3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	3.0					
		達成率	—	100.0	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"> <li>「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。</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の健全化に向けた検査を実施できた。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<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。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記①(課題)が発生している原因</li> <li>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。</li> </ul>
	③ 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> </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3年度の実績額	令和4年度の当初予算額
	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		25,209	26,047
			うち一般財源 (千円)	25,209	26,047
令和4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。 ・今後の相談業務のDX化の情報を踏まえ、適宜市町村に情報提供を行う。				
令和3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	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	92.7					
		達成率	—	96.9	101.9	—	—	—		
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：R元年度3,003件、R2年度3,298件、R3年度2,951件 ・契約当事者が60歳以上の高齢者である相談の割合：R元年度35.0%、R2年度36.2%、R3年度38.2% ・斡旋不調(苦情相談)：R元年度25件、R2年度24件、R3年度10件(R4.5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(361件)、2位：他の健康食品(78件)、3位：他の行政サービス(70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は、令和4年5月時点で92.68%の解決を図ることができ、目標を上回った。
課題分析	① 課題	・インターネット通販の利用増加に伴い、定期購入や偽サイトに関するトラブルが多い。 ・簡単に儲かると謳う副業やSNSを介したトラブルが増加。事業者が海外の場合は連絡のつかないことが多く斡旋が困難である。
	② 原因	・スマートフォンの普及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が多い。 ・コロナ禍による巣ごもり需要等によりインターネット通販が多い。見えない相手との消費者契約が常態化している。 ・事業者の巧妙な販売方法により被害にあう消費者が多い。消費者と事業者の情報量や交渉力の格差が大きい。
	③ 方向性	・国民生活センター主催の研修等に積極的に受講し、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や市町村窓口支援のヘルプデスクの対応等により、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)	令和3年度の実績額	令和4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		24,231	27,654
			うち一般財源 (千円)	2,061	2,537
令和4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、市町村への状況調査、個別訪問説明や情報提供を行い、設置促進を図る。</li> <li>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。</li> </ul>				
令和3年度に行った評価を踏まえて見直したこと	県内における消費生活相談員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」の情報を独立行政法人国民生活センターのホームページに掲載し、広く周知する。				
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	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	8.0					
		達成率	—	80.0	66.7	—	—	—		
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	70.0	75.0	80.0	%	単年度値
		実績値	(新指標)	56.9	62.1					
		達成率	—	142.3	144.5	—	—	—		
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>令和4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18名となっている。有資格率85.7%(令和3年4月1日76.2%、消費者庁政策目標75%以上)である。</li> <li>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4年度も実施。</li> <li>令和4年4月1日現在、地域見守りネットワークの設置市町村の県内人口カバー率55.6%(消費者庁政策目標50%以上)</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>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66人が参加</li> <li>地域見守りネットワークの設置に向け令和3年度に個別訪問した7市町村のうち、2市町で令和4年度中の設置を検討している。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <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調査において、6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、「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。一方、1市1町においては、検討すらされていない状況である。</li> <li>消費生活相談員の有資格率向上と有資格者の人材確保</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>

# 事務事業評価シート

担当課	商工政策課
-----	-------

## 1 事務事業の概要

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3年度の実績額	令和4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		11,695	22,647
			うち一般財源 (千円)	4,745	16,954
令和4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。			
令和3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	0.0	%	単年度値
		実績値	0.1	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		不適正率は、燃料油メーター立入検査、食料品製造業・流通業立入検査ともに0.0%で目標を達成できた。 なお、ガスメーター立入検査と水道メーター立入検査については、令和4年2月に実施を計画したが、コロナ禍の影響により中止した。								

## 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	燃料油メーターが昨年の0.1%から0.0%に改善し、食料品製造業・流通業立入検査は昨年に引き続き0.0%であった。不適正な計量器が使われなくなることにより、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	検定・検査に用いる基準器は計画的に更新されているが、西部計量検査所が老朽化し、耐震基準も満たしておらず適正な検査業務の遂行に支障がある。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 西部計量検査所の一部は昭和48年建築であり、施設の老朽化が進んでいる。
	③ 方向性	事業者において、計量が経済活動の根幹をなすことを認識させ、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するよう、今後も計量器を使用する事業者に対する指導を徹底する。 検定・検査用基準器についても適正な管理に努め、更新困難な基準器は適正な管理と整備により性能の維持に努める。 西部地域における計量検査業務の拠点として引き続き西部計量検査所を維持する必要がある。建替工事を想定した地質調査と建築設計を実施する。

## 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3年度の実績額	令和4年度の当初予算額	
	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		2,047	2,557	
			うち一般財源 (千円)	2,047	2,257	
令和4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3年度に行った評価を踏まえて見直したこと		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	100.0					
		達成率	—	100.0	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"> <li>苦情相談件数は年数件程度(令和3年度は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3年度は2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 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"> <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>今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、該当業者からの毎月の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>