

基本施策 E 4 安心できる消費生活環境をつくります

主管課：消費者センター

個別施策

- E4-1 消費者トラブルから市民を救済します
- E4-2 消費者被害の未然防止策を展開します
- E4-3 適正な計量を推進します

ア 施策の目的

市民が、安心して安全な消費生活を営んでいる

イ 基本施策の評価

A c 目標を達成しているものの、目的達成に向けた課題の克服などがやや遅れている

ウ 成果指標（「△」は目標値を上回ることが望ましい指標、「▽」は目標値を下回ることが望ましい指標）

指標名	基準値 (時期)	区分	H28	H29	H30	R1	R2	R3	
消費生活相談 窓口の認知度	50.3% (27年度)	△	目標値	55.6	67.6	70.7	73.9	77.0	77.0
		△	実績値	51.2	75.6	77.6	79.6	78.8	77.0
		△	達成率	92.1%	111.8%	109.8%	107.7%	102.3%	100.0%

※平成26年度市政モニター調査を基準値(61.3%)としていたが、平成27年度から市民意識調査により毎年調査することとしたため修正後の基準値を平成27年度市民意識調査の数値とする。

エ 評価結果の妥当性

本部会での議論を踏まえて考えると、評価結果については妥当であると判断する。

オ 審議会における政策評価に関する意見

なし

カ 審議会における施策推進に向けた提案

- (1) 消費者教育は、トラブルにあわないためではなく、消費者市民としての消費者教育、消費者啓発を行っていくことが大きな柱になっているので、消費者センターにおいても、そのような大きな視点を持って、消費者教育に取り組んでほしい。
- (2) コンビニ店員や銀行員が消費者被害を未然に防いだというニュースを見かけるが、本人への啓発のみならず、被害に遭う時に関わりが出てくる方にも情報提供ができれば、全体としての被害防止が高められていくので、関係者への周知にも力を入れるなど、ターゲットを絞った重点的な周知を検討してはどうか。

(3) 高齢者には、環境問題を含め SDG s について学ぶ機会・情報が少ないと思われるので、積極的に取り組んでほしい。