

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 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	
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
		↓	実績値	51.2	75.6	77.6		
		↓	達成率	92.1%	111.8%	109.8%		

※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。

ウ 審議会における施策推進に向けた提案

- 他機関との連携について、専門機関はもちろんだが、NPOも消費者市民力アップ講座などに取り組んでいる。市の体制だけではなく、こういったNPOと連携することで、公民館講座や老人会の中に入っていくことができるのではないかと。

エ 次期総合計画の策定に向けた意見

- 相談件数が中核市平均よりも高い状態にあるので、状況の把握のためにも1件当たりにかかった時間の違いなど、相談の負荷が見える形を考えたほうがよいのではないかと。
- 後期計画は相談窓口の認知度向上を課題としていたが、次の計画を考える時には、相談窓口だけではなく、施策の目的に合った別の視点が必要になってくる。
- 今後は「消費者市民」としての教育、啓発が重要になってくる。市民が受け身ではなく、主体的に行動していくため、様々な世代に対して教育に取り組む必要があるし、啓発の視点もこれまでと変えていくべきである。