

令和7年度 基本施策評価シート

基本施策	E3	安心できる消費生活環境をつくれます	
2025年度に めざす姿	対 象		意 図
	市民が		安心して安全に消費生活を営んでいる。
第五次総合計画[前期基本計画]基本施策掲載ページ			128ページ
基本施策主管課名	消費者センター	関係課名	中央総合事務所地域福祉課、東総合事務所地域福祉課、南総合事務所地域福祉課、北総合事務所地域福祉課、生活福祉1課、生活福祉2課、地域保健課、自治振興課、福祉総務課、地域包括ケアシステム推進室、高齢者すこやか支援課、障害福祉課、介護保険課、学校教育課

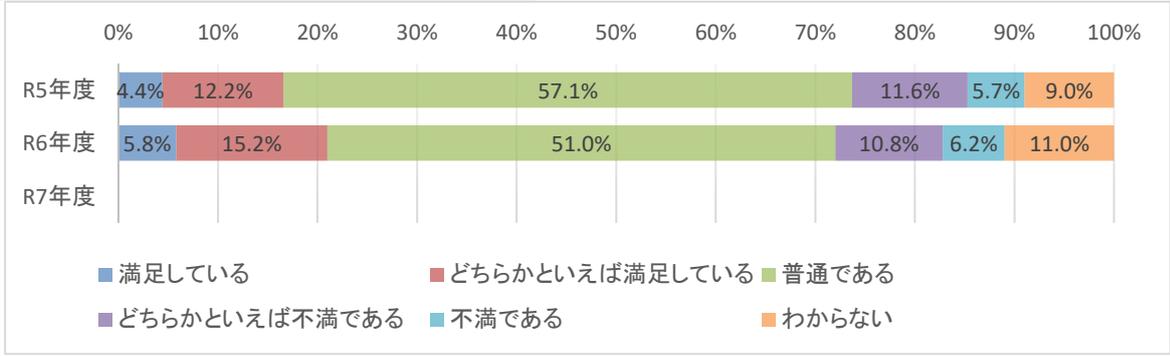
基本施策の総合評価

総括	<ul style="list-style-type: none"> ●基本施策の成果指標である「消費生活相談窓口の認知度」は76.8%(令和6年度実績)で、基準値である78.8%に近い数値にとどまっている。 また、「消費者トラブルにあわないよう注意している市民の割合」は、89.2%(令和6年度実績)で、令和5年度の87.2%と比較して増加したものの、基準値である89.8%に近い数値にとどまっている。 ●市民満足度については、「満足している」及び「どちらかといえば満足している」と回答した人の割合が21.0%で、「不満である」及び「どちらかといえば不満である」と回答した人の割合17.0%を上回る調査結果であった。 以上を踏まえ、今後の主な取組みは次のとおりとする。
E3-1	<ul style="list-style-type: none"> ●消費生活相談について、引き続き専門的知識を有する消費生活相談員を配置するとともに、新たな手口に対応した研修を受講することで、スキルアップを図る。 ●長崎市消費者安全確保地域協議会の構成機関や関係所属等に対して、会議の開催や「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」の配付などを通じて、特に現場で高齢者等の見守りを行っている方へ消費者センターへ相談者をつないでもらえるよう働きかけることにより、連携強化を図る。
E3-2	<ul style="list-style-type: none"> ●若年者を対象とした学校等への講座等実施の働きかけを行うとともに、授業時間内で出前講座の実施が難しい学校に対して教材を提供するほか、成年前である17歳とその世帯を対象として消費生活に係る啓発本を配付する。 ●高齢者に対して、地域包括支援センターや民生委員児童委員協議会などのほか、長崎市消費者安全確保地域協議会とも連携し見守りに努めるとともに、会議等で消費者被害に関する事例の共有を行うほか、アンケートを実施することにより活用状況の把握に努める。 ●相談窓口の認知度向上や消費者トラブルへの対策にかかる意識の醸成のため、インターネットやSNSによる情報発信及び出前講座を実施する。

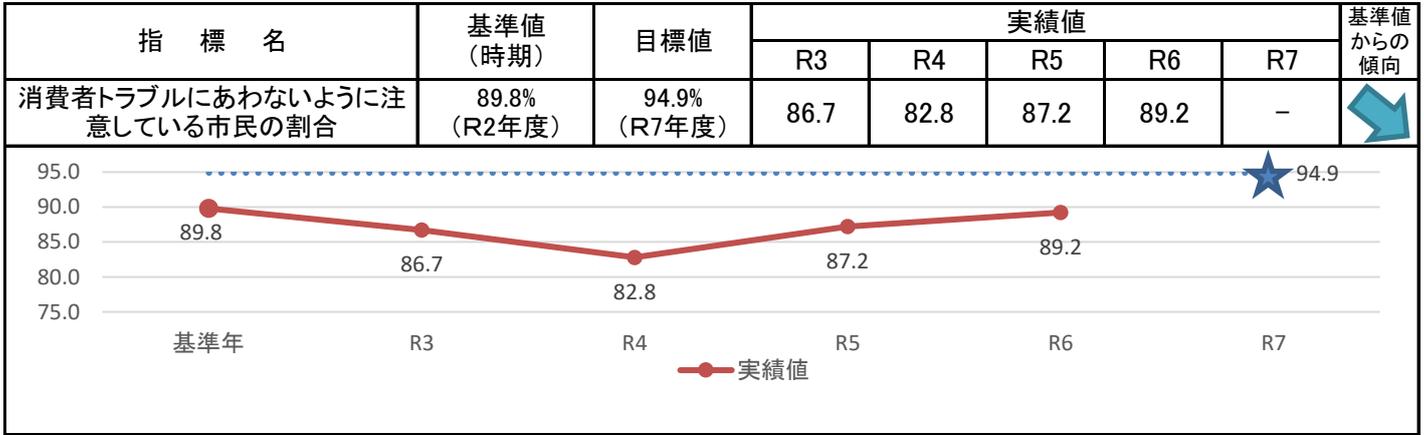
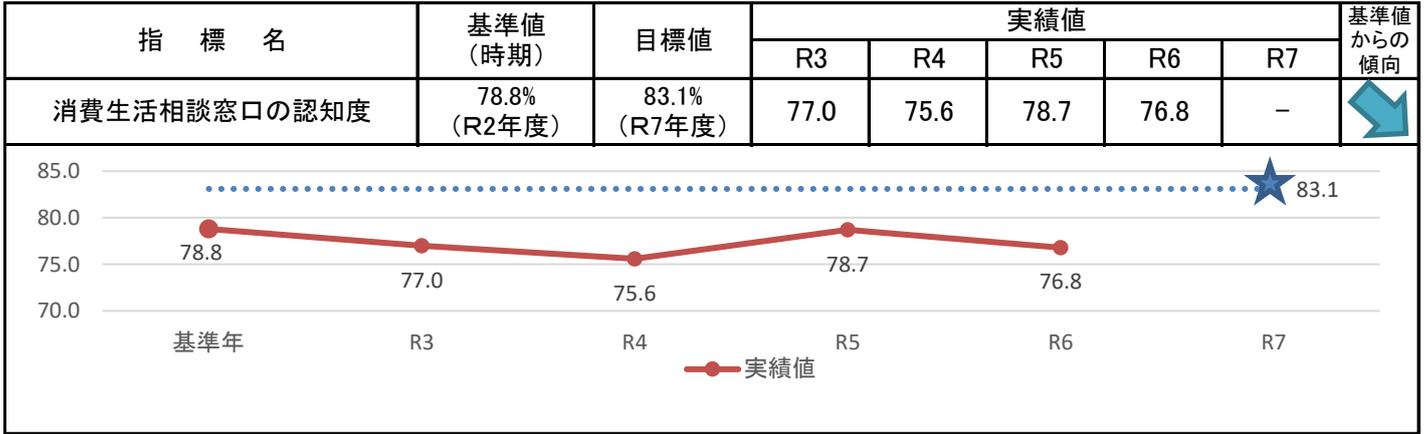
二次評価(施策評価会議による評価)

●	<p>【E3-1, 2】</p> <p>E3-1③関係機関との連携強化、E3-2③関係機関と連携した高齢者等の見守りに共通して、ハンドブックの活用だけでなく、消費者安全確保地域協議会のネットワークを活用して構成機関や関係所属等との連携にどのように取り組んでいくのかを検討すること。</p>
●	<p>【E3-2】</p> <p>①消費者教育の充実については、成果指標で減少傾向にあることも踏まえ、出前講座に加え、動画配信やSNSなどを用いた新たな手法での周知啓発を検討すること。</p>

基本施策に対する市民満足度調査結果



成果指標



年度別 主な取組内容

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談(2,866件) ・消費生活出前講座の実施(68回、参加者数2,914人) ・最新の消費者トラブル等についての情報発信(SNS14回、守るネット通信14回) 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談(2,948件) ・消費生活出前講座の実施(52回、参加者数2,778人) ・最新の消費者トラブル等についての情報発信(SNS45回、守るネット通信45回) ・17歳とその世帯を対象に消費生活に係る啓発本を配付(約3,500人) 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談(2,944件) ・消費生活出前講座の実施(55回、参加者数2,107人) ・最新の消費者トラブル等についての情報発信(SNS40回、守るネット通信40回) ・17歳とその世帯を対象に消費生活に係る啓発本を配付(約3,400人) ・高齢者や障害者等の見守りハンドブックの作成・配付(4,000冊) 	

令和7年度 個別施策評価シート・まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート

個別施策	E3-1	消費者トラブルから市民を救済します	
2025年度に めざす姿	対 象		意 図
	市民が		消費者トラブルから救済されている。
個別施策主管課名	消費者センター		

成果

① 相談員の継続的な配置とスキルアップ

●相談員を継続的に配置し、化粧品や健康食品の通信販売、賃貸アパート契約をはじめとした相談や苦情2,944件に対応したことにより、被害が発生している場合には速やかな被害回復が図られるなど、消費者トラブルからの適切な救済につながった。

●国民生活センターが主催する専門的な研修34件に相談員等が参加したことにより、関係法令や専門知識などの習得や相談スキルの向上につながった。

② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

●相談員だけでは対応が困難な相談事例の解決を図るため、7件の弁護士相談を行ったことで、より専門的な知見の活用が図られ、適切な被害の救済ができた。

③ 関係機関との連携強化

●配慮を要する高齢者等を消費者被害から守るため、地域包括支援センター等の関係機関と連携して相談者を掘り起こすことにより、消費者自身が気が付いていない被害や、自身の力では解決が困難な被害の早期発見が図られ、適切な被害の救済につながった。

●庁内外の関係機関との連携を強化するため、長崎市消費者安全確保地域協議会の構成機関において、現場で実際に配慮を要する消費者の見守り活動を行っている方向けに「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」を配付し、消費者トラブルの事例や消費者センターへの連絡方法等について周知したことにより、連携相談数が前年度の25件から2倍増となる50件となった。

問題点とその要因

① 相談員の継続的な配置とスキルアップ

●相談員のスキルアップを行っているものの、SNSを通じた詐欺まがいの副業やFX・仮想通貨等の投資被害など、次々と新たな手口が生まれることにより、従来の知識では対応が困難になってきている。

② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

●通常の相談業務での相談員によるあっせん等では解決が困難な案件があり、そのような案件については早期の救済をはかるため、専門知識を持つ弁護士による弁護士相談を活用することが望ましいが、弁護士に相談することへの時間的な負担感などにより、弁護士相談に至らなかった案件がある。

③ 関係機関との連携強化

●消費者トラブルの事例や消費者センターへの連絡方法について周知を行うことで連携の強化を図っているものの、現場で高齢者等の見守りを行っている方へ十分に浸透していないことから、成果指標の目標値に達していない。

今後の取組方針

① 相談員の継続的な配置とスキルアップ

継続 ●消費生活相談について、引き続き専門的知識を有する相談員を配置するとともに、新たな手口に対応した研修を受講することで、知識の更新やスキルアップを図る。

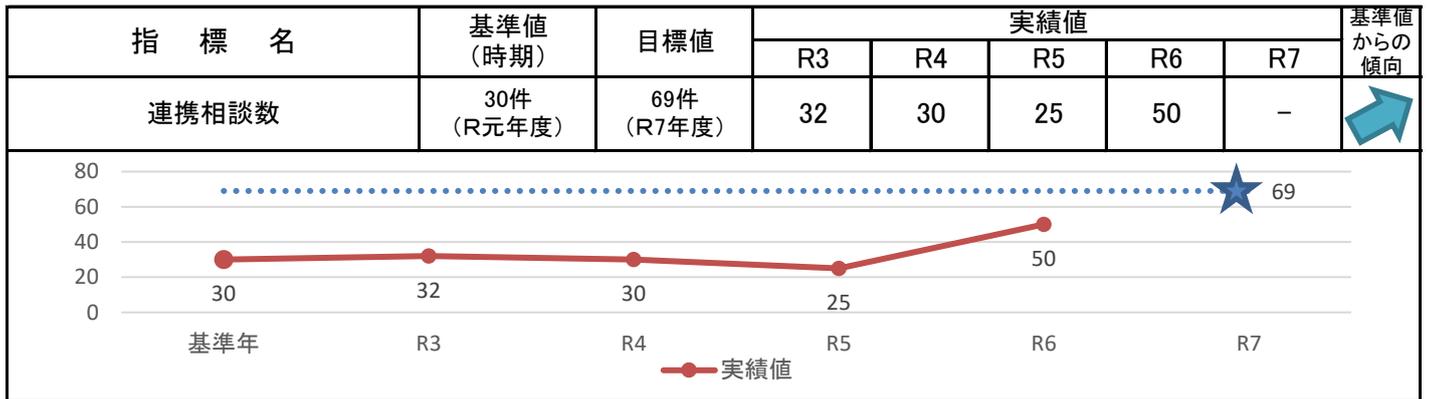
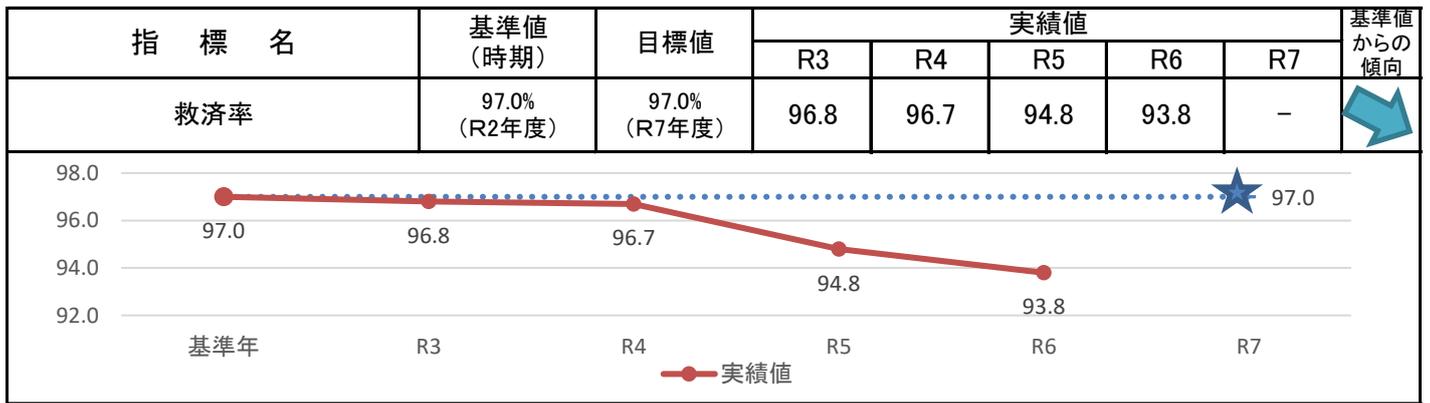
② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

継続 ●困難な案件については、相談者に対して負担に感じられる部分をフォローを行うなど必要な支援を行うことで、積極的に弁護士相談を活用することができる環境づくりに取り組む。

③ 関係機関との連携強化

継続 ●長崎市消費者安全確保地域協議会の構成機関や関係所属等に対して、会議の開催や「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」の配付などを通じて、特に現場で高齢者等の見守りを行っている方へ消費者センターへ相談者をつないでもらえるよう働きかけることにより、連携強化を図る。

成果指標



施策を推進する主な事業

事業名 担当課	消費生活相談費		消費者センター
成果指標	救済率		<p>【消費者センター受付窓口】</p>
目標値	97.0%		
実績値	93.8%		
達成率	96.7%		
成果指標・ 目標値の説明	消費生活相談において助言等により救済できた割合であり、増加することで、消費者被害から救済されていると考えられるため、救済率を成果指標とした。 平成28年度～令和2年度の最高値97.0%を目標値とした。		
事業目的	市民を消費者被害から救済する。		
事業概要	消費生活相談員による相談、苦情の処理		
取組実績	・消費生活相談実績 相談件数 2,944件 救済率 93.8% ・弁護士相談実績 相談件数 7件		
	決算(見込)額		20,138,777 円

令和7年度 個別施策評価シート・まち・ひと・しごと創生総合戦略評価シート

個別施策	E3-2	消費者被害を防止します
2025年度に めざす姿	対象	意 図
	市民が	消費者被害についての知識をもつとともに、社会や環境のことも考えた消費行動を行っている。
個別施策主管課名	消費者センター	

成果

① 消費者教育の充実

- 消費者の自立を支援するため、市民を対象に消費生活に関する講座を55回(高齢者28回、若者14回、一般9回)開催し、2,107人(高齢者593人、若者1,244人、一般183人)が受講したことにより、消費者被害に関する注意啓発を図り、被害の未然防止につながった。
- 成年年齢の引き下げに伴い、若年層の消費者被害の防止のため、成年前である17歳(約3,400人)とその世帯を対象として消費生活に係る啓発本を配付した。

② 迅速かつ幅広い世代への情報提供

- 消費生活に関する緊急情報を素早く市民に届けるため、ホームページで最新の消費者トラブル等の情報発信を行うとともに、長崎市公式LINEで40回情報発信した。また、民生委員、福祉関係機関、学校等で構成する消費者被害防止ネットワーク「長崎市消費者を守るネット」を通じて、早期に悪質商法等の被害発生や警戒のための情報を40回発信したことにより、消費者トラブル等の周知啓発を図り、被害の未然防止につながった。
- 各地域センターやふれあいセンターで作成している「センターだより」への事例掲載を行い、23,566人に配布したことにより、インターネットやSNSを使用しない層に対して周知啓発を図り、被害の未然防止につながった。
- 消費者被害に遭う前に消費者センターへ相談してもらえるよう、消費者ホットラインの番号「188」等を記載した広告を、市内5ヶ所の地域センター及び消費者センターに設置している広告行政情報用モニターにおいて放映し、来庁した市民に対して周知啓発を行った。また、北部学校給食センターの給食配送車両に消費者ホットラインの番号「188」等を掲載することによって、沿道の歩行者や走行中の車両、小中学生に対して周知啓発を行った。

③ 関係機関と連携した高齢者等の見守り

- 長崎市消費者安全確保地域協議会の構成機関において、現場で実際に配慮を要する消費者の見守り活動を行っている方向けに、「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」を配付することで、消費者被害に関する事例等の周知啓発を行い、高齢者等の見守りに関する連携の強化を図った。

問題点とその要因

① 消費者教育の充実

- 出前講座による消費者教育の充実を進めているものの、高齢者向け出前講座の1団体あたりの参加者数が減少傾向にあること、また、若年者に関しては授業時間が限られている中、多くの学校が出前講座に授業時間を割くことが困難なため、出前講座の受講者数の増加につなげていない。

② 迅速かつ幅広い世代への情報提供

- 長崎市公式LINEやホームページを通じて最新の消費トラブル等についての情報発信を逐次行っているものの、高齢者などの当該ツールに馴染みの薄い層への啓発媒体が少なく、迅速な情報提供が十分にできていない。

③ 関係機関と連携した高齢者等の見守り

- 「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」を配付し周知啓発を図っているものの、配付して間もないことにより、現場で見守りを行う方まで十分浸透しているか把握できていない。

今後の取組方針

① 消費者教育の充実

改善 ●出前講座について、福祉部門等他の所属と連携し、高齢者団体や学校等への周知機会を拡大することにより受講者数の増加を図るとともに、これまで実施していなかった層に対し講座実施を働きかける方法を検討する。

継続 ●出前講座を行っていない学校等に実施を働きかけるとともに、授業時間内で出前講座の実施が難しい学校に対して教材を提供するほか、未成年である17歳とその世帯を対象として消費生活に係る啓発本を配付する。

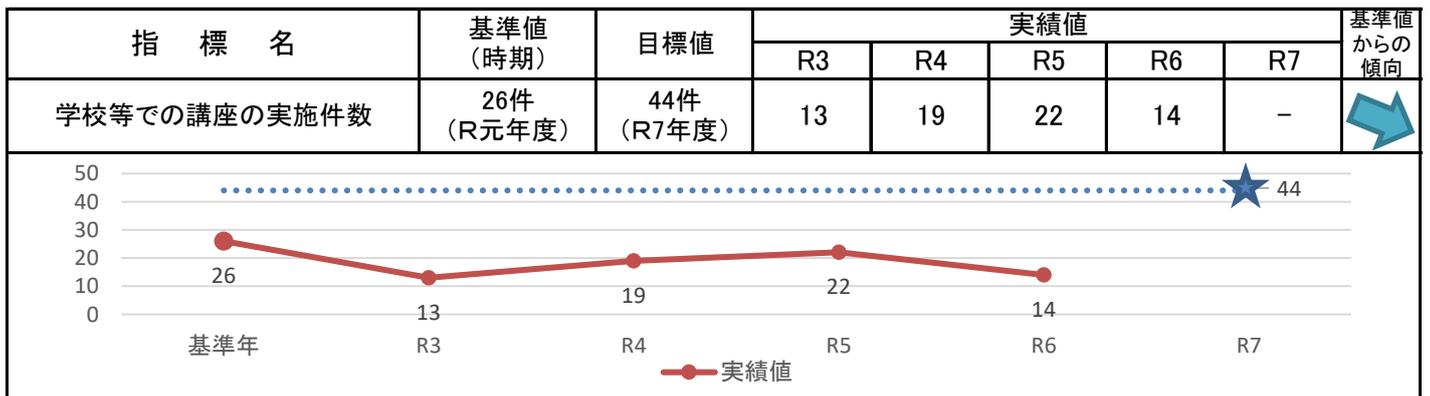
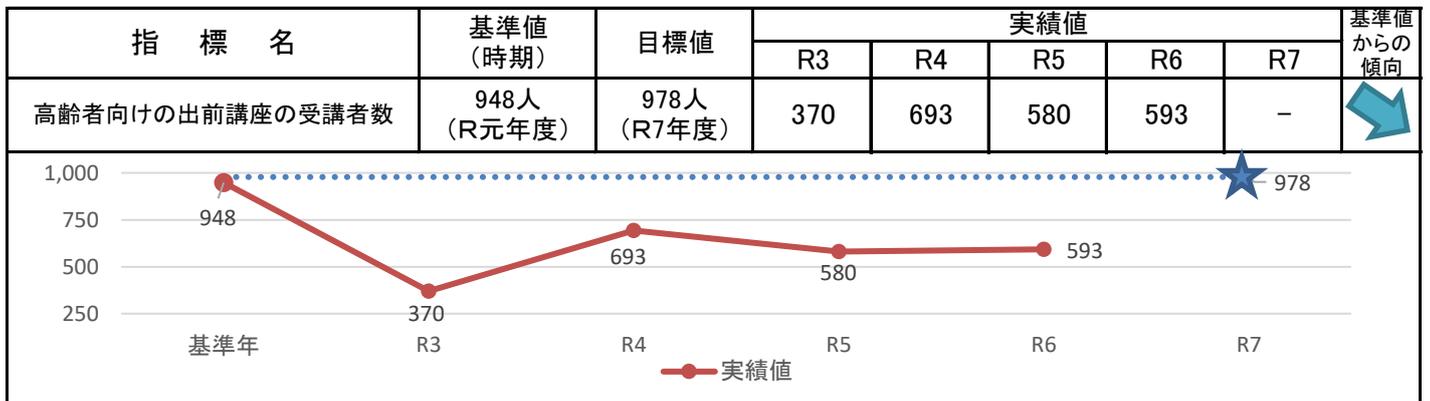
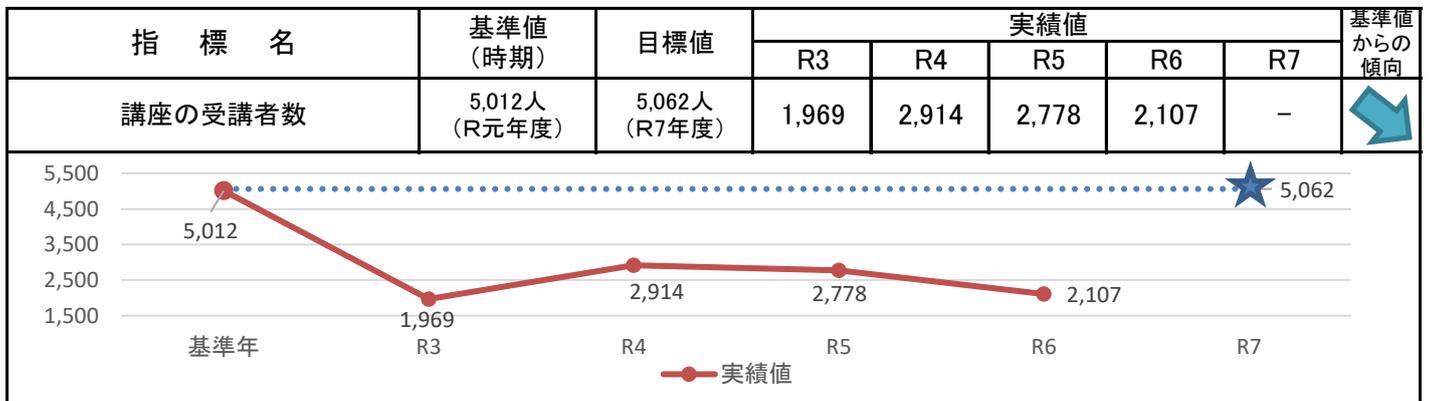
② 迅速かつ幅広い世代への情報提供

継続 ●迅速な情報発信手段としては、インターネットやSNSの活用や、広告行政情報用モニターによる啓発動画の放映などの取り組みを今後も継続するほか、インターネットやSNSに馴染みの薄い層に対して情報提供の機会を増やすため、啓発媒体の増を含めた効果的なPRを検討する。

③ 関係機関と連携した高齢者等の見守り

継続 ●長崎市消費者安全確保地域協議会の構成機関や関係所属等に対して、「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」の活用を働きかけるとともに、会議等で消費者被害に関する事例の共有を行うほか、アンケートを実施することにより活用状況の把握に努める。

成果指標



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
消費者契約前の相談の割合	12.2% (R2年度)	12.2% (R7年度)	8.1	7.6	7.3	5.9	-	

年度	実績値 (%)	目標値 (%)
基準年	12.2	12.2
R3	8.1	12.2
R4	7.6	12.2
R5	7.3	12.2
R6	5.9	12.2
R7	-	12.2

施策を推進する主な事業

1	事業名 担当課	消費者啓発推進費	消費者センター	
	成果指標	講座の受講者数		
	目標値	5,062人		
	実績値	2,107人		
	達成率	41.6%		
	成果指標・ 目標値の説明	<p>受講者数が増えることで、自立した消費者をめざす市民が増えると考えられるため、出前講座・暮らしの講座の受講者数の合計を成果指標とした。</p> <p>減少傾向(平成27年度～令和元年度平均▲6%)に歯止めをかけ、基準値(令和元年度 5,012人)から1%増加の5,062人を目標値とした。</p>		
	事業目的	市民の消費者被害を防止する。		
	事業概要	消費者被害の未然防止のため、消費生活に関する啓発や消費者教育を推進する。		
取組実績	消費生活出前講座 実施55回、参加者数2,107人 最新の消費者トラブル等についての情報発信 SNS40回、守るネット通信40回	<table border="1"> <tr> <td>決算(見込)額</td> <td>909,980 円</td> </tr> </table>	決算(見込)額	909,980 円
決算(見込)額	909,980 円			

2	事業名 担当課	若年者消費者教育強化事業	消費者センター	
	成果指標	学校等での講座の実施件数		
	目標値	44件		
	実績値	14件		
	達成率	31.8%		
	成果指標・ 目標値の説明	<p>社会に出る前の若い世代に対する講座の実施件数が増えることで、自立した消費者の育成が進み、消費者市民社会の実現が図られると考えるため、中学校、高等学校、大学及び専門学校での出前講座の実施件数を成果指標とした。</p> <p>市内の対象とする学校等(87校)の約5割で実施されている状態を目標とするため、44件を目標値とした。</p>		
	事業目的	成年年齢の引下げに対応し、若い世代の消費者の自立を支援するため、学校等における消費者教育を強化する。		
	事業概要	中学校、高等学校、大学及び専門学校における消費生活に関する講座や各種教材提供を実施する。		
取組実績	消費生活出前講座 中学校4回、高校4回、大学・専門学校等6回 計14回 参加者数 中学生 82人、高校生583人、大学・専門学校生等579人 計1,244人	<table border="1"> <tr> <td>決算(見込)額</td> <td>2,197,463 円</td> </tr> </table>	決算(見込)額	2,197,463 円
決算(見込)額	2,197,463 円			