

### 3-7. 消費行政推進事業

#### 3-7-1. 事務事業評価シート

#### 事務事業評価シート

H 28 年度

事務事業名	消費行政推進事業		総合計画 個別施策 コード/名	4261	安全な消費生活の推進
新規・継続	継続	事業開始年度	S55	担当課	商工観光課
根拠法令等	あり	消費者基本法、消費者安全法、阿見町消費生活センターの組織及び運営等に関する条例			

#### 1. 事業の概要

##### 【事業内容】

悪質商法等による被害の未然防止及び被害者の早期救済のため、出前講座や啓発用品配布などによる啓発活動の充実を図ると共に、消費生活に関する相談に対しては資格を取得した専門の相談員が対応する。町消費者リーダー連絡会などと連携する事で広範囲に安全・安心な消費生活環境を構築する。また、国・県などと連携する事で相談体制の充実を図る。

##### 【成果目的】

消費生活に関する相談体制の充実を図り、町民が安心して消費生活を送れる環境を確立する。

#### 2. 活動指標と成果指標

指標名	単位	説明	H26	H27	H28	H29	
			目標	目標	目標	目標	
活動指標	出前講座の参加人数	人	出前講座の参加者数	400	450	500	600
				実績	実績		
活動指標	啓発品の配布数	部	パンフレットやチラシ等の配布部数	3,000	3,500	4,000	5,000
				実績	実績		
成果指標	町消費生活センターHPのアクセス数	回	町民の町消費生活センターHPへのアクセス数	-	-	200	300
				実績	実績		
成果指標	消費者ホットラインの認知度	%	町民の消費者ホットライン188(イヤヤ)の認知度	-	-	10	20
				実績	実績		

#### 3. 事業費の内訳とコスト分析

##### (1) 歳出内訳

H26年度(決算)	H27年度(決算)	H28年度(予算)
4,948,165	4,292,071	4,614,000

##### (2) 歳入

H26年度(決算)	H27年度(決算)	H28年度(予算)
2,106,040	1,646,498	1,718,000

歳入内容: 茨城県消費者行政推進事業費補助金

	[種別]	[金額]	[内容]
決算 内訳	報酬	3,047,187	消費生活相談員報酬
	需用費	860,781	啓発用冊子など啓発用品
	旅費	144,860	消費相談員費用弁償、消費相談員研修旅費
	その他	239,243	町消費者リーダー連絡会補助金、研修受講料、電話料、消費推進協議会負担金

##### (3) 人件費(時間)

	H26年度		H27年度	
	時間数	人件費概算	時間数	人件費概算
正職員(時間内)	765	1,338,640	635	1,111,885
正職員(時間外)	20	43,228	19	41,586
臨時職員	10	8,000	29	23,200
その他				
合計	794	1,389,867	683	1,176,671

##### (4) 町民1人当たりコスト (事業費+人件費-歳入)

	H26年度(決算)	H27年度(決算)
事業費	4,948,165	4,292,071
人件費	1,389,867	1,176,671
小計	6,338,032	5,468,742
歳入	2,106,040	1,646,498
計	4,231,992	3,822,244
町民1人当たり	約 88円	約 80円

#### 4. 事業の方向性と取組方針

##### ▼担当者記入

##### 2~3の考察と課題、改善計画

相談内容は、デジタルコンテンツに関する相談が増加している為、特定の年代に偏らず全ての年代から相談がきている。そのため、勤労世代が土日でも相談可能な消費者ホットライン188の周知に努め、被害者の早期救済を図る。出前講座については、高齢者を中心に実施してきたが、全ての年代で相談がきている為、若者や勤労世代への啓発を強化する。併せて、町HPを活用した啓発を強化することで、デジタルコンテンツに関する被害の未然防止を図る。人件費については臨時職員に仕事を渡すことで費用の削減に努める。

##### ▼課長記入

【方向性・業務改善】	理由
将来的な方向性	茨城県の補助金制度を活用して消費行政を推進するため。
現状の規模で継続	
業務改善	啓発対象が高齢者に偏っており改善の余地があるため。
一部改善	

##### 【取組方針】 ※いつまでに、どんな状態にするか。そのために今年度は何をやるか。

平成30年度までに3割の町民が消費者ホットラインを認知しており、消費生活に関してすぐに相談出来る状態にする。そのために、高齢者へ引き続き啓発すると共に、若者や勤労世代への啓発を強化する。併せて、町HPを活用した啓発を強化することでデジタルコンテンツに関する被害の未然防止を図る。

### 3-7-2. 委員会における評価と指摘事項

※分数は全委員のうち妥当であると評価した委員の数を示す  
 ※「○」は「妥当である」、「×」は「妥当でない」を示す

委員会としての評価		補足
目的に対する手段	6/6 → ○	
活動指標	5/6 → ○	・出席者数という指標によって何を意味しているか分からない。
成果指標	0/6 → ×	・被害件数、被害額を指標に入れるべき。 ・ホームページのアクセス数とホットラインの認知度は似通っている。相談件数や解決件数を考慮すべき。 ・ホットラインの認知度は不要。相談件数、被害額、被害件数などを成果として入れるべき。 ・こちらから働きかけているだけのものであり、最終的には被害件数を目標にしなければ意味が無い。
方向性	4/6 → ○	・理由を再考すべき。 ・相談を増やすのではなく、被害件数を減らすのが目的のはず。 ・予算が無いからやらないのではなく、現状がどうだから今の規模で良いといった理由を再考して欲しい。
業務改善	6/6 → ○	
取組方針(改善方針)	5/6 → ○	

#### ヒアリングにおける主な指摘事項

- ・アクセス数 102 件は来庁や電話件数から比べると少ない。相談件数だけが成果ではなく、未然に防止することが必要。
- ・消費生活事業は未然に防止するのも大きな目的だと思うが、被害数を削減するというのも大きな目的。阿見町全体で何件、何円の被害があったかは把握しないと次の対策が打てない。
- ・出前講座の参加者数を増やしても、真剣に聞いていない人もいだろう。雲をつかむような数字であり、どれだけの被害を防止することができたか分かりにくい。相談者が解決したかどうかなど裏付けを取るとはっきりする。
- ・成果指標にアクセス数とあったが、減るのが良いのか、増えるのが良いのか、その時の状況で評価が逆になってしまう。アクセスした結果として、どれだけの人がそれによって引っかけられないで済んだかというのが分かれば良い。
- ・事例の参照が重要。一般論は誰でも知っているが、それでも引っかけられることがある。こういう事例の時は詐欺だというのさえ知っていれば絶対に引っかけられなかったという場合がある。ホームページでは一般論ではなく、こういう事例があるというのを紹介し、ホームページを見たことによって自分が同じような状況の時に引っかけられなかったというところまで見ないと成果にならない。相談は敷居が高いが、情報を知ることによってやめさせることが重要。
- ・オレオレ詐欺では、騙される側として高齢者に対する啓発に重点を置いていると思う。それだけでなく、子どもとか孫から、「自分だったら電話だけでお金貸してとは言わない」というコミュニケーションを進めるようなことをした方が大事だと思う。これだけいろんなところで言われているにも関わらず、いざ電話がかかってくるとそうかと思ってしまう。
- ・成果目的に知識の習得を目指していると書いてあるが、知識の習得を確認する手段はあるか。アクセス数と消費者ホットラインは視点が似ているので、別の成果指標として、知識の習得をどこかで把握できないか。
- ・ひばりメールを登録するなどして自分の携帯電話とかパソコン上に直接入ってくれば親近感が出る。子どもたちへの教育、小学校高学年から中学生に対して実施するというのも一つ。

#### ヒアリングシート自由記載

- ・学校への拡がりを。
- ・阿見町の被害数を把握してください。
- ・相談数の内の解決数の割合を、アンケートなどをとり確認すべき。

3-7-3. 担当課による対応方針

平成28年度 外部評価結果に対する対応方針

事業名	消費行政推進事業	担当課	産業建設部商工観光課
-----	----------	-----	------------

1. 目的に対する手段

目的に対する手段	外部評価結果	<b>妥当である</b>	事業内容の見直し:	<b>無し</b>
	担当課の考え方	妥当であるとの評価を得たため、現行の事業内容を継続する。		

2. 指標

活動指標	外部評価結果	<b>妥当である</b>	活動指標の見直し:	<b>無し</b>	※有りの場合は翌年度の事務事業評価に反映			
	現行	出前講座の参加人数	人	出前講座の参加者数	H26	H27	H28	H29
		啓発品の配布数	部	パンフレットやチラシ等の配布部数	400	450	500	600
	来年度	出前講座の参加人数	人	出前講座の参加者数	3,000	3,500	4,000	5,000
啓発品の配布数		部	パンフレットやチラシ等の配布部数	400	450	500	600	
担当課の考え方	妥当であるとの評価を得たため、現行の活動指標を継続する。							

成果指標	外部評価結果	<b>妥当でない</b>	成果指標の見直し:	<b>有り</b>	※有りの場合は翌年度の事務事業評価に反映			
	現行	町消費生活センターHPのアクセス数	回	町民の町消費生活センターHPへのアクセス数	H26	H27	H28	H29
		消費者ホットラインの認知度	%	町民の消費者ホットライン188(イヤヤ)の認知度	-	-	200	300
	来年度	ニセ電話詐欺の認知被害件数	件	町内で発生したニセ電話詐欺の認知被害件数	-	-	10	20
ニセ電話詐欺の認知被害額		万円	町内で発生したニセ電話詐欺の認知被害額	0	0	0	0	
担当課の考え方	HPのアクセス数及び消費者ホットラインの認知度は妥当でないとの意見があったため、町内におけるニセ電話詐欺の認知被害件数・認知被害額を成果指標とする。							

3. 事業の方向性

方向性	外部評価結果	妥当である	現行の方向性 現状の規模で継続	方向性の見直し (見直し後の方向性) 内容改善
	担当課の考え方	妥当であるとの評価を得たため、現状の規模で継続とする。予算としては現状の規模を継続するが、今後は若者や勤労世代への啓発を強化する為、周知対象は拡大して継続する。		
業務改善	外部評価結果	妥当である	現行の業務改善 一部改善	業務改善の見直し (見直し後の業務改善) 無し
	担当課の考え方	妥当であるとの評価を得たため、現行の一部改善を継続する。		

4. 取組方針

取組方針 (改善方針)	外部評価結果	妥当である	取組方針の見直し 有り
	現行の取組方針 平成30年度までに3割の町民が消費者ホットラインを認知しており、消費生活に関してすぐに相談出来る状態にする。そのために、高齢者へ引き続き啓発すると共に、若者や勤労世代への啓発を強化する。併せて、町HPを活用した啓発を強化することでデジタルコンテンツに関する被害の未然防止を図る。	【評価結果を踏まえた今後の取組方針】 被害者となる高齢者だけでなく、子や孫にも働きかけるべきとの意見を踏まえ、若者や勤労世代への啓発を強化する。併せて、町HP等を活用して事例の紹介を強化することで被害の未然防止を図る。	