

# 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ります。
<b>施策の現状 に対する評価</b>	<p>(消費者教育の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 成年年齢下げを見据え、自立した消費者の育成に向けた取組を教育委員会と連携して実施し、学校現場での実践的な消費者教育の実施について共通認識を得ることができた。</li> <li>・ 人や社会・環境に配慮した消費行動(エシカル消費)の普及については、まだ浸透しているとはいえず、消費者の意識を高めるための取組が不足している。</li> <li>・ 県域の消費者ネットワークが設立され、消費者活動の活性化に向けた体制が整備された。</li> </ul> <p>(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 巡回訪問等による市町村消費生活相談窓口の支援を実施した。また、令和2年4月には、2市で消費生活センターが新設されるなど、消費生活相談体制が強化された。</li> <li>・ 相談内容の複雑・多様化、解決期間の長期化、ネット通販関連相談の増加がみられる。</li> </ul> <p>(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7市町で設置済となったが、設置に向けた検討が進んでいない地域もある。</li> <li>・ 国や地方自治体等と連携し、法令に基づく調査や検査、指導、業務停止等の行政処分による適正な取引の確保に努めたが、悪質事業者による消費者被害が後を絶たない。</li> <li>・ マスメディア、SNS等の広報媒体や出前講座などによる消費者啓発に取り組んだ結果、相談窓口の認知度等は向上したが、若年者や外国人住民向けの情報発信には工夫が必要。</li> <li>・ 新型コロナウイルス感染症対策に関連した消費者トラブルの増加が懸念される。</li> </ul> <p>(前年度の評価後に見直した点)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 消費者教育コーディネーターを配置し、学校における消費者教育の推進体制を強化した。</li> <li>・ 指定消費生活相談員を配置し、市町村消費生活相談窓口の支援体制を強化した。</li> </ul>
<b>今後の取組 の方向性</b>	<p>(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>・ 消費者ネットワークの活動を支援し、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>(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</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>(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>・ 感染症対策に乗じた新たな悪質商法や製品事故など、最新の情報を広く県民に提供する。</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	480	1,149	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。	4,421	4,831	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	1,518	1,522	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	1,009	833	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	270	421	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	25,132	27,844	環境生活総務課
7	鳥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	27,964	25,765	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	18,907	12,909	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	1,996	2,433	中小企業課
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						

## 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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		480	1,149
			うち一般財源 (千円)	480	1,149
今年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活審議会を3回程度開催し、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>			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		消費生活審議会の開催に当たっては、審議を十分に行うことができるよう、事前準備を徹底した。			
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							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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							
		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>島根県消費者基本計画については、消費生活審議会に諮問し、十分な審議の上、その答申を受け、令和2年3月に第5期の基本計画を策定することができた。</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	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者行政の推進について、的確な情報提供を行い、幅広く意見を聴く必要がある。そのため、消費生活審議会を積極的に活用していくことが求められる。</li> </ul>
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因	消費生活審議会における審議を更に活発にする必要がある。
	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	令和2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、十分な審議時間の確保、適切な議題設定等を行う。

# 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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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な消費生活に関する正しい知識を身に付ける。		4,421	4,831
今年度の取組内容	<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)に新規アカウント(Instagram、YouTube)を加え、これらを活用した啓発活動を実施する。</li> <li>・消費者月間啓発イベントを実施する。</li> <li>・島根県金融広報委員会、県立図書館との連携事業を実施する。</li> <li>・消費者市民社会を担う次世代消費者の育成を目指し、大学生が主体となり参加型「ルー」方式で明日のライフスタイルを提案する。</li> </ul>				
昨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>・昨年度実施の大学生向け学習会で出された意見を踏まえ、SNSを活用したより効果的な情報発信を行うことにより、若年者への啓発を強化する。</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		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							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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							
		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>・若年者が自立的かつ合理的な消費行動をとる自立した消費者となるための学習会を実施し、「役に立った」「今後は商品購入の際に隅々まで利用規約等を確認したい」などの意見が寄せられた。</li> <li>・幼少期から家族や身の回りの物事に関心を持ち、体験を通じて気付きを得られるよう、児童クラブ向けの出前講座を開催し、児童に分かりやすい参加型の講座となるよう工夫した。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活関連情報への関心度が低い。</li> <li>・若年者、外国人住民への情報提供が不足している。</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、ネット環境での啓発が不十分。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者トラブルに遭うまでに「自分には関係ない」「自分は大丈夫」といった潜在意識がある。</li> <li>・既存の広報媒体(テレビ、新聞、広報誌など)以外のSNS等における広報拡充が図れていない。</li> <li>・早期からの継続した消費者啓発が不十分。</li> <li>・効果的、効率的な広報誌の活用の検討が不十分。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大学生を中心に、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支援を実施する。</li> <li>・「エシカル消費の実施」など、社会的に関心の高いテーマを題材に、消費生活への関心も高められる取組を実施する。</li> <li>・新しい啓発媒体(Instagram、YouTubeなど)を導入し、全世代への効果的な啓発を実施する。</li> <li>・出前講座を実際に受講してもらい、直接悪質商法等の手口を理解してもらうため、内容の構成や講義時間を受講者に応じて、柔軟な対応ができるよう方法を変更する。</li> <li>・マスコットキャラクター関連の啓発グッズ等を積極的に市町村等で活用していただくため、周知を行う。</li> </ul>

## 事務事業評価シートの別紙

事務事業の名称	消費者啓発推進事業
---------	-----------

### 「上位の施策」が5以上ある場合のみ記載

5	上位の施策	
6	上位の施策	
7	上位の施策	
8	上位の施策	

### 「KPI」が3以上ある場合のみ記載

No.	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
			目標値	実績値	達成率	目標値	実績値	達成率		
3	消費者問題出前講座が開催された回数【当該年度4月～3月】	令和元年度	170.0	170.0	170.0	170.0	170.0	170.0	回	単年度 値
		令和2年度	142.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
4	消費生活相談窓口を知っている人の割合【当該年度8月時点】	令和元年度	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	単年度 値
		令和2年度	91.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
5		令和元年度								
		令和2年度								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
6		令和元年度								
		令和2年度								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
7		令和元年度								
		令和2年度								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
8		令和元年度								
		令和2年度								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
9		令和元年度								
		令和2年度								
		達成率	—	—	—	—	—	—		
10		令和元年度								
		令和2年度								
		達成率	—	—	—	—	—	—		

# 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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どのような状態を目指すのか	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		1,518	1,522
			うち一般財源 (千円)	1,518	1,522
今年度の取組内容	<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成年年齢引き下げに対応した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>				
昨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>消費者教育関係者の連携を図り、学校における実践的な消費者教育を実施するため、県に消費者教育コーディネーターを配置する。</li> <li>啓発資料や教材の配布については、教員などからの意見を反映させ、実践的な消費者教育に活用できるものとする。</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		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							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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)							
		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>過去の実践研究数: 3団体(H28年度)、2団体(H29年度)、4団体(H30年度)</li> <li>消費者問題出前講座を実施した高等学校・高等専門学校の数: 29校(H28年度)、31校(H29年度)、35校(H30年度)、48校(R元年度)</li> <li>消費者庁作成の高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を授業等で活用している県内高校の割合: 約7割(R元年度)</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>「授業を通じた実践的な消費者教育」をテーマに11月に開催した消費者教育教員研修会(県教委共催)では、家庭科、地歴公民科、商業科、情報科等異なる教科担当の中・高教員が授業教案作成のワークショップなどに参加し、新学習指導要領に基づく「主体的・対話的で深い学び」の実現に向けた授業改善について考察することができた。(財源は地方消費者行政強化交付金)</li> <li>出前講座を通じて、成年年齢引下げを見据えた消費者教育の必要性について教員、児童・生徒、保護者と認識を共有できた。</li> <li>消費者教育推進連絡会議、校長会、教科別研究会等において積極的に情報提供することで、消費者教育事業における学校教育との連携促進を図ることができた。</li> </ul>
課題分析	① 課題	「消費者教育外部人材活用講師派遣事業」「学校における消費者教育実践研究委託」「若年者消費者教育研修事業強化補助金」等を活用する教科別研究会や学校の数が伸び悩んでいる。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因 ・教員が多忙であること、また既定の年間授業スケジュールの中で実践的手法を用いた授業(外部人材講師活用等)には時間的制約があること等により、消費者教育への取組における学校間格差が大きくなっている。
	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 ・令和2年4月配置の消費者教育コーディネーターを中心に地域において消費者教育を担う関係者(学校、教育委員会、行政、消費者団体、事業者、実務専門家等)と定期的に情報交換し、有機的な連携を図る。 ・消費者教育資料(高校生向け消費者教育教材「社会への扉」等)の効果的な活用について適宜県から助言する。 ・教育委員会と連携し、実践的な教員研修を工夫する。 ・県東部、県央、西部、隠岐地区ごとに消費者教育のモデル校を選定し、外部人材活用による公開授業を実施する。



## 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		1,009	833
今年度の取組内容	<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松江市で実施する。</li> <li>・消費者リーダー育成講座修了者(消費者リーダー、91名)への情報提供を随時行う。</li> <li>・「消費者ネットしまね」に消費者団体等の地域交流会及び同団体参加の専門家による消費者教育等の事業を委託する。</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県内4か所で開催する。</li> </ul>				
昨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は消費者団体の要望に応えられるよう募集枠を拡大する。</li> <li>・消費者リーダー育成事業は、内容を見直して受講者の関心の高いキャッシュレス等の講義を行うと共に、Web受講を実施する。</li> <li>・県内初の県域消費者ネットワーク「消費者ネットしまね」が設立され、消費者団体や個人が活動に参加できる体制が整った。</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	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							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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	46.0	48.0	50.0	%	単年度値
		実績値	(新指標)							
		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>・消費者リーダー育成講座修了者数:34人(H29年度)、14人(H30年度)、21人(R元年度)</li> <li>・明日への消費者活動支援事業及び消費者団体ネットワーク支援事業の財源は、国の地方消費者行政強化交付金を充てるため、島根県消費者行政推進・強化事業予算で対応。</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>・明日への消費者活動支援事業では、第1次募集で13団体から応募があり、全団体の計画を採択した。今後、第2次募集を行う予定。市町村の消問研を含めた幅広い消費者活動が展開される見込み。</li> <li>・明日への消費者活動支援事業及び消費者団体ネットワークを増やすために、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事で、新たな関心層を開拓する。</li> <li>・県内初の県域消費者ネットワーク「消費者ネットしまね」が令和元年12月20日に設立された。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「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</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、消費者問題研究会の組織体制が高齢化の影響等により弱体化している。</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>・県域消費者ネットワークへの参画に向けた気運の醸成が必要である。</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、未実施の消費者問題研究会へ様々な機会を捉えて、事業の周知をより丁寧に行う。</li> <li>・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>・消費者活動ネットワーク化事業として、各消問研などを対象に県内3箇所程度で行う地域交流会の開催に対する支援を行う。</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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	どうい状態を目指すのか	組合活動の理解を深め、健全な組合運営を行う		270	421
			うち一般財源 (千円)	270	421
今年度の取組内容		<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11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>			
昨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>国の検査マニュアルを参考にして、検査対象の生協の概況、組織の状況、運営方針等についての事前提出資料の提出を求めようとした。</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	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							
		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										

## 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>「危機管理体制の整備」、「組合員の自由脱退に関する手続き」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実施することが必要である。</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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		25,132	27,844
			うち一般財源 (千円)	25,132	27,844
今年度の取組内容	・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關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。 ・新たに配置した「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。 ・特定商取引法及び景品表示法の執行体制強化のため、消費者センターに不当取引専門指導員を配置する。				
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと	・市町村の消費生活相談業務を支援するため、県消費者センターに消費者安全法第10条の4に定める「指定消費生活相談員」を配置した。				
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							
		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		・島根県消費者センターへの相談件数 平成29年度:3,923件 平成30年度:3,428件 令和元年度:3,003件 ・契約当事者が60歳以上の高齢者である相談の割合 平成29年度:38.4% 平成30年度:37.9% 令和元年度:35.0% ・苦情相談の多かった商品・役務(相談件数) 1位:商品一般(423件) 2位:デジタルコンテンツ(282件) 3位:健康食品(176件) ・処理期間が1週間を超える相談の割合 平成20年度:6.3% 令和元年度:11.9%(10年前の約2倍)								

## 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	・消費者からの相談を受けセンターが事業者と直接交渉するあっせんは、91.9%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	・消費者相談の複雑化、多様化により、解決までに要する時間が長期化している。 ・スマートフォンの普及により未成年を含む若年者や使い慣れない中高齢者の消費者被害が増加している。 ・インターネットの普及により海外事業者とのトラブルが増えている。 ・高齢の契約者が関わる相談割合が高止まりで推移しており、高齢世帯が増える中、被害未然防止や被害救済に關し、自治体や地域住民の協力が必要となっている。
	② 原因	・消費者を取り巻く被害状況が目まぐるしく変化し続ける中、新しい被害実態に対処するための消費者関連法(特定商取引法等)の改正に、相談業務に従事する職員や相談員が十分習熟していない。 ・インターネットの普及により商取引のポータル化が進み、相手が見えない消費者契約が常態化しており、さらに消費者と事業者との情報量や交渉力の格差が拡大していること等から斡旋解決がより困難になってきている。 ・高齢者等の被害未然防止や被害救済に不可欠な、市町村や関係団体等との連携が十分進んでいない。
	③ 方向性	・国民生活センター等主催の研修に積極的に参加させることにより、消費生活相談員及び不当取引専門指導員のスキルと知識の向上を図る。 ・「指定消費生活相談員」を中心とした市町村巡回訪問の実施等により、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。 ・必要に応じて市町村や関係団体等と連携を図り、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。

# 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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		27,964	25,765
			うち一般財源 (千円)	250	2,329
今年度の取組内容	<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>県内のどこに住んでいても質の高い相談・救済が受けられることを目的として、ICTを活用した市町村消費生活相談窓口支援事業(web会議システムを使った遠隔相談)を7市町を対象に運用する。</li> <li>消費生活相談員資格の取得及び消費生活相談員の有資格率向上を図るため、消費生活相談員育成講座を開催する。</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、市町村に対し設置検討状況調査や巡回説明を行うとともに市町村担当者会議や地域研修会等を開催する。</li> </ul>				
昨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>消費生活相談員育成講座では、カリキュラムや回数を見直すなど、より効果的な講座運営を行う。</li> <li>各市町村における地域見守りネットワークの設置状況を把握し、各市町村の状況に合わせた支援を行う。</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	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【3月末時点】	目標値		10.0	12.0	14.0	16.0	19.0	市町村	累計値
		実績値	6.0							
		達成率	—	—	—	—	—	—		
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	46.0	48.0	50.0	%	単年度値
		実績値	(新指標)							
		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>令和2年4月1日現在、県内の消費生活相談員21名のうち有資格者は14名(有資格率66.7%)である。</li> <li>消費生活相談員育成講座については、その財源(国の地方消費者行政強化交付金)の活用期間が令和2年度をもって満了となる。</li> <li>国は令和2年度新規事業として「消費生活相談員担い手確保事業」により国家資格取得を支援する。</li> <li>各市町村における地域見守りネットワークの設置状況は、H28年度:松江市、H29年度:浜田市・飯南町、H30年度:大田市・西ノ島町、R元年度:雲南市の計6市町となっている。</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>令和元年度消費生活相談員育成講座を大田市で開催し、受講者25名のうち13名が受験し、5名(消費生活専門相談員3名、消費生活アドバイザー2名)が国家資格に合格(合格率20%)した。(平成30年度の合格者は1名(合格率5%))</li> <li>令和2年度消費生活相談員育成講座は出雲市で開催し、20名の受講が決定している。</li> <li>新たに令和2年4月に安来市が地域見守りネットワークを設置し、合計7市町となった。</li> </ul>
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活相談員の有資格率が高まっていない。</li> <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、9市町村が設置を検討中又は今後検討すると回答し、3市町村が設置の検討をしていないと回答している。</li> </ul>
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活相談員の有資格率は、その採用状況により変動するため、国家資格取得支援について継続的な取組が必要である。</li> <li>地域見守りネットワーク設置について、消費者行政担当者や福祉部局等関係部署が業務多忙で、検討が進まない。</li> </ul>
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費生活相談員の育成について、国の「消費生活相談員担い手確保事業」の実施状況等を踏まえ、継続的な支援のあり方を検討する。</li> <li>地域見守りネットワークの必要性や効果を更に周知し、市町村における協議検討を促進するとともに、市町村への巡回説明や担当者会議を開催し理解促進を図る。</li> </ul>

# 事務事業評価シート

## 1 事務事業の概要

担当課

商工政策課

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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		18,907	12,909
			うち一般財源 (千円)	12,674	7,772
今年度の取組内容	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。				
昨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	%	単年度値
		実績値	0.1							
		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、ガスメーター立入検査が0.1%、水道メーター及び燃料油メーター立入検査が0.0%、食品製造業・流通業立入検査が5.9%であり、全体としては0.1%で前年度の0.0%より悪化し目標を達成できなかった。								

## 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	水道メーターは前年度に続いて0.0%、燃料油メーターは前年度の0.1%から0.0%へと改善した。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	立入検査の結果、ガスメーターの有効期限を満了した計量器が取引に使用されたり、食品製造業・流通業において量目不足の不適正率の高い事業所が存在した。また、検定・検査に使用する基準器等に老朽化の著しいものがあり、支障を生じる恐れがある。※量目不足…店頭で販売されている食品などで、商品に表示されている数量より実際の数量が少ないこと。
	② 原因	事業者の法令遵守並びに適正計量に対する認識不十分により、期限の切れた計量器の使用や食品の量目不足が発生している。検定・検査用基準器等は逐次更新を進めているが、老朽化した基準器も相当数存在する。
	③ 方向性	事業者においては、計量が経済活動の根幹をなすことを認識するとともに、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し、適正な計量管理の行われることが重要であり、計量器を使用する事業者に対する指導の徹底が必要である。検定・検査用基準器等については、計画的な更新を進めて適正な検定・検査の維持に努める。

## 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)	昨年度の実績額	今年度の当初予算額
	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		1,996	2,433
			うち一般財源 (千円)	1,696	2,133
今年度の取組内容		<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>			
昨年度に行った評価を踏まえて見直したこと		順調に進んでおり課題がないため検討していない			
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							
		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		<ul style="list-style-type: none"> <li>苦情相談件数は年数件程度(令和元年度は3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、令和元年度は3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)	苦情や相談があった場合、日本貸金業協会や財務局等と適切に連携・対応して解決しており、特に問題はない。
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因	—
	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>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>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>