

施策評価シート

幹事部局

環境生活部

施策の名称	VIII-2-(2) 安全で安心な消費生活の確保
施策の目的	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れます。
施策の現状 に対する評価	<p>①(消費者教育の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和4年4月の成年年齢引下げを受け、若年者消費者教育として教育委員会と連携し、学校において出前講座及び外部人材活用事業を積極的に実施。前者の件数は、コロナ禍もあり目標には至らなかったが、前年度から1.5倍以上増加した。後者の件数は、前年度から減少したが、目標を達成している。講座等の活用について学校への更なる働きかけが課題である。 人や社会・環境に配慮した消費行動(エシカル消費)の普及では、一般県民を対象に「サステナブルファッション」に関するイベントや、広報啓発動画の作成・配信などを実施し、エシカル消費に関する意識啓発を図ることができた。 <p>②(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> 指定消費生活相談員2名を中心に市町村相談窓口への支援を行うとともに、6市町を巡回訪問して助言等を行うことにより、消費生活相談体制を強化することができた。 相談内容の複雑・多様化等に対応するため、国民生活センター等の専門研修へ相談員派遣を行った。新型コロナの影響により出張が困難な時期があったが、適宜オンラインによる受講を組み合わせた研修計画を立て、必要な研修の受講機会を確保することができた。 <p>③(消費者被害の防止)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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11市町で設置済となった。未設置自治体に対しては働きかけを行っているが、設置に向けた検討が進んでいない自治体への対応が今後の課題である。 事業者の法令に基づく適正な取引の確保については、業務停止等の特定商取引法に基づく行政処分はなかったものの、調査、指導、助言が必要な事案については、国や地方自治体等と連携して対応した。 インターネット経由の架空請求や定期購入契約に関するトラブルなどの消費生活相談が増加していることから、国交付金等を活用し、若年者から高齢者まで幅広い年代を対象としてマスメディア、CATV、SNS等の広報媒体による消費者啓発に取り組んだ。消費者被害を防止するため、今後も引き続き、積極的に広報・啓発を行う必要がある。
今後の取組 の方向性	<p>①(消費者教育の推進)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 県内の消費者団体の活動を支援し、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。 <p>②(消費生活相談体制の充実・強化)</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費生活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とともに、相談員人材バンクを広く周知し、有資格者の登録増加を図る。 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。 <p>③(消費者被害の防止)</p> <ul style="list-style-type: none"> 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。 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。 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。

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	344	953	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消費生活に関する正しい知識を身に付ける。	4,635	3,749	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等を習得し、学校教育の現場で活かしている。	1,489	1,659	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	406	755	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	291	407	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	問題解決方向を見いだし、苦情を解決する。	24,832	26,531	環境生活総務課
7	島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	23,667	25,225	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	17,341	13,613	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)	貸金業法で保証されている権利や利益を確保する	2,546	2,606	中小企業課
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22						
23						
24						
25						

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)	令和4年度の実績額	令和5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		344	953
			うち一般財源 (千円)	344	953
令和5年度の取組内容		・消費生活審議会を年3回程度開催し、第5期島根県消費者基本計画の評価等を行う。 ・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。			
令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
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	2.0	2.0	2.0				
		達成率	—	66.7	66.7	66.7	—	—	%	
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	24.0	39.0	52.0				
		達成率	—	77.5	125.9	167.8	—	—	%	
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	・消費生活審議会において、消費者基本計画の評価とともに、消費者教育の推進等施策について審議を行った。各委員から専門的な意見をもらい、消費者行政に反映させることができた。 ・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。
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
	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
		・消費者行政の推進には、的確な情報提供を行うとともに、幅広く意見を聴く必要があるため、消費生活審議会を積極的に活用することが求められる。 ・島根県消費者基本計画に掲げる目標に向け、有効な手段・手法等や改善策を検討する必要があるが、県の取組だけでは限界がある。 ・消費生活審議会の委員に対し、消費者行政の取組等を十分説明するとともに、審議時間の確保、適切な議題設定を行い、審議を更に活発にする。

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		消費者啓発推進事業			
目的	誰(何)を対象として	消費者	事業費 (千円)	令和4年度の実績額	令和5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消費生活に関する正しい知識を身に付ける。		4,635	3,749
			うち一般財源 (千円)	3,191	3,674
令和5年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・SNS(Twitter、Facebook、YouTube)を活用した啓発活動を実施する。 ・消費者月間啓発に関する展示を実施する。 ・エシカル消費を実践するエシカルライフスタイルを県民に対して提案する。 ・消費者問題に関する出前講座を実施する。 			
令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
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	77.4	80.9	82.0				
		達成率	—	91.1	95.2	96.5	—	—		
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	1,188.0	413.0	550.0				
		達成率	—	198.0	68.9	91.7	—	—		
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"> ・消費者月間を利用した啓発展示、新聞広報、出前講座等を通じて幅広い世代を対象に消費生活に関する関心や理解を深めてもらうことができた。 ・提案競技による委託事業を通じて一般県民を対象にサステナブルファッションに関するイベントの実施、タペストリーの作成、広報啓発動画の作成・配信を行い、エシカル消費に関する普及啓発ができた。 ・金融広報委員会との連携事業により、子育て世代向けに「お金の上手な使い方・貯め方・増やし方」についてのウェビナーを行った。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・若年者の消費生活関連情報への関心度が低く、広報手段が不足している。 ・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、啓発用デジタルコンテンツの充実・活用が不十分。 ・広報啓発活動に費やすことのできる予算が減少している。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者トラブルに遭うまでは「自分には関係ない」「自分は大丈夫」といった意識がある。 ・既存の広報媒体(テレビ、新聞、広報誌など)以外のSNS等における広報チャネルの拡充が図れていない。 ・効果的、効率的な広報誌の活用が不十分。 ・令和4年度までであった助成金が国の組織見直しにより廃止となった。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・「エシカル消費」など、社会的に関心の高いテーマを題材に、消費生活への関心を高められる取組を実施する。 ・関係機関と連携し、若年者への効果的な啓発を実施する。 ・YouTubeなどSNSを活用した効果的な啓発を実施する。 ・出前講座を受講してもらい、直接悪質商法等の手口を理解してもらうため、内容の構成や方式を受講者の希望に応じて、柔軟に対応できるよう方法を変更する。 ・予算を必要としない広報啓発活動を検討していく必要がある。

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		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)	令和4年度の実績額	令和5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。		1,489	1,659
			うち一般財源 (千円)	1,489	1,659
令和5年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・消費者教育の知識とスキルを高めるために、各研究会等に対し、授業方法や教材開発の研究を委託する。 ・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を対象とする、消費者教育の最新の視点を学ぶ講義・演習による研修を実施する。 ・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。 			
令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
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	6.0	2.0	5.0				
		達成率	—	120.0	40.0	100.0	—	—	%	
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	—	12.0	28.0	21.0				
		達成率	—	60.0	140.0	105.0	—	—	%	
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"> ・外部講師派遣事業では、県立高校での活用に留まらず、新たに中学校、特別支援学校において活用、また、私立学校の教員向け研修会において活用されたことで、対象を広げることができた。 ・消費者教育情報誌「すくすく消費者」を作成し、配布することにより、消費者教育実践研究委託事業の成果を学校における実践的な消費者教育モデルとして、県内の学校に広く周知することができた。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・現状では、高校生への消費者教育が中心となっており、児童、生徒、保護者への消費者教育が進んでいない。 ・消費者教育の最新の視点を学ぶ講義・演習による教員研修を実施しているが、参加者が少ない。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・民法の成年年齢引下げにより、悪質商法等の消費者被害が懸念される高校生への対応に重点を置いていたため、他の対象者への取組が不足している。 ・保護者の消費者問題への関心が低く、また、消費者教育を受ける機会が少ない。 ・教員は多忙であるため、会議や講師を招いての研修計画が立てにくい。 ・学校において県の各種事業内容が理解されていない。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・外部講師派遣事業が県立高校だけではなく、私立高校、中学校、教員、PTAの研修会等で活用が図られるよう、関係機関に働きかけを行うとともに、派遣先のニーズと外部講師の講義内容が相違することのないよう、綿密な事前の打合せが実施されるよう浸透を図っていく。 ・各種事業や消費者教育教材が十分に活用されるよう、消費者教育連絡会議や個別訪問等により周知・説明を行う。

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)	令和4年度の実績額	令和5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		406	755	
			うち一般財源 (千円)	406	755	
令和5年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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オンデマンド方式で実施する。 ・消費者リーダー育成講座修了者(消費者リーダー、105名)への情報提供を随時行う。 ・NPO法人消費者ネットしまねに適格消費者団体を目指した学習会、各種調査の実施と所属の専門家による出前講座を委託する。 					
令和4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"> ・明日への消費者活動支援事業では、消費者問題研究協議会から新たに応募の動きがあり委託先の増加にも対応できるよう算枠を拡大した。 ・消費者リーダー育成講座では、テーマに応じた講師等の選定により講義を実施する。 					
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	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	16.0	19.0	21.0				
		達成率	—	88.9	105.6	116.7	—	—	%	
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	70.0	75.0	80.0	%	単年度値
		実績値	—	56.9	62.1	66.9				
		達成率	—	142.3	144.5	95.6	—	—	%	
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"> ・県内唯一の県域消費者団体である「NPO法人消費者ネットしまね」と連携・協力し、学習会、出前講座を開催する。 ・消費者リーダー育成講座の内容を受講者にとって魅力あるものにするために、プラットフォーム規制など新たなテーマも組み込んだ。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> ・「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) ・明日への消費者活動支援事業では、消費者問題研究協議会で実施団体が減少しており活動停滞が懸念される。 ・NPO法人消費者ネットしまねは、参画する個人・団体が少なく、認知度が高まっていない。 ・消費者リーダー育成講座の内容については、受講者にリーダーが多いこともあり、マンネリにならないよう新たな講師の確保が求められる。
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・明日への消費者活動支援事業では、消費者問題研究協議会の会員が高齢化している例が多く、取組意欲が低下している。また事務局の市町担当者も多忙で消費者行政のウエイトが低下している。 ・NPO法人消費者ネットしまねの活動等の周知及び組織強化に向けた働きかけがまだ不十分である。 ・消費者リーダー育成講座で新しい分野の講師(人材)が不足している。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・明日への消費者活動支援事業では、2次募集を行うとともに、新規の活用を促すため消費者団体へ事業の周知を行う。 ・NPO法人消費者ネットしまねは適格消費者団体を目指しており、認定要件をクリアできるよう基盤強化を図る必要があるため連携・協力して進める。 ・消費者リーダー育成講座について、委託先の島根大学と連携し、講師や講座内容を見直すことにより、受講者の増、さらには消費者リーダー(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。

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)	令和4年度の実績額	令和5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		291	407
			うち一般財源 (千円)	291	407
令和5年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> 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。 所管する10組合から提出された総会終了届等の書類審査を行う。 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。 			
令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
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	3.0	3.0	3.0				
		達成率	—	100.0	100.0	100.0	—	—	%	
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"> 「組合員の自由脱退に関する手続」、「員外利用」、「組合員名簿」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。 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。
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
	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"> 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。 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。 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引き続き実施する。

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		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)	令和4年度の実績額	令和5年度の当初予算額
	どういう状態を目指すのか	問題解決方向を見だし、苦情を解決する。		24,832	26,531
			うち一般財源 (千円)	24,832	26,531
令和5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関する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。 ・「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。 ・今後の相談業務のDX化の情報をふまえ、適宜市町村に情報提供を行う。				
令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
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	88.1	92.7	95.3				
		達成率	—	96.9	101.9	104.8	—	—		
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：元年度3,003件、R2年度3,298件、R3年度2,951件、R4年度3,036件 ・契約当事者が60歳以上の高齢者である相談の割合：R元年度35.0%、R2年度36.2%、R3年度38.2%、R4年度39.2% ・斡旋不調(苦情相談)：R元年度25件、R2年度24件、R3年度10件、R4年度5件 ・苦情相談が多かった商品・役務の件数(R4年度)：1位商品一般、2位化粧品、3位健康食品、4位役務その他、5位電気								

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	・斡旋解決率 95.0%を達成。目標値を上回る。
課題分析	① 課題	・インターネット通販の利用増加に伴い、定期購入や偽サイトに関するトラブルが多い。 ・若者を中心として、簡単に儲かるとうたう副業等のネット広告や、SNSを介した消費者トラブルが増加。
	② 原因	・ネット通販の広がりにより、顔の見えない事業者との契約が常態化している。 ・事業者によるたぐみないネット広告の誘因文句につられ、消費者が細部の記述に注意を払うことなく契約してしまっている。 ・契約書の交付の必要のないネット通販において、消費者が契約条件を確認しようにも、すでに画面上からは見られなくなっており、そのことがあっせん解決のさまたげになることがある。
	③ 方向性	・ネット通販取引によるトラブル解決につながるよう、通販にはクーリングオフの適用がないので解約は容易ではないこと、申込時の契約画面の保存を確実にしておく必要があることなど、苦情相談を受けた際には、トラブル解決だけでなく、次の被害を未然に防げるよう注意喚起をする必要がある。 ・国民生活センター提供の研修に参加し、新卒の消費者トラブルにも対応できるよう消費生活相談員のスキルアップ、知識の向上を図る。 ・指定消費生活相談員による市町村巡回相談や、市町村支援ヘルプデスクの設置により、市町村相談体制強化を図る。

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)	令和4年度の実績額	令和5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		23,667	25,225
			うち一般財源 (千円)	2,119	2,371
令和5年度の取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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、市町村への状況調査、個別訪問説明や情報提供を行い、設置促進を図る。 相談員が、国民生活センターが実施する研修等に積極的に参加する。 				
令和4年度に行った評価を踏まえて見直したこと					
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【当該年度3月時点】	目標値		10.0	12.0	14.0	16.0	19.0	市町村	累計値
		実績値	6.0	8.0	8.0	11.0				
		達成率	—	80.0	66.7	78.6	—	—		
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	70.0	75.0	80.0	%	単年度値
		実績値	—	56.9	62.1	66.9				
		達成率	—	142.3	144.5	95.6	—	—		
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"> 令和5年4月1日現在、県内の消費生活相談員21名のうち、資格者は18名となっている。有資格率85.7%(令和4年4月1日85.7%、消費者庁政策目標75%以上)である。 国家資格取得支援として、国は令和2年度新規事業「消費生活相談員担い手確保事業」を令和5年度も実施。 令和5年3月31日現在、地域見守りネットワークの設置市町の県内人口カバー率87.1%(消費者庁政策目標50%以上) 								

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"> 国民生活センター等主催の研修等(D-ラーニング含む。)に、島根県消費者センター相談員のべ62人が参加 地域見守りネットワークの設置に向け令和4年度に個別訪問した5市町村のうち、1町が令和5年度の設置につながった。
課題分析	① 課題	<ul style="list-style-type: none"> 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、未設置市町村7市町村のうち、3市町村が「設置に向けて準備中」とし、4市町村が設置しない、あるいは設置予定なし、の状況である。 消費生活相談員の有資格率向上と有資格者の人材確保
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> 各市町村における地域見守りネットワークの設置について、消費者行政担当部署や福祉部局等関係部署等が業務多忙で、検討が進まない状況がある。設置を検討していない、または予定がないと回答した数は4市町である。 消費生活相談員の有資格率は、採用状況によって変動する。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 未設置市町村に対し、地域見守りネットワークの必要性や効果を更に周知するとともに、検討段階及び課題を整理し、個別訪問や巡回により、検討を促進させる。 県内における人材確保のため設置している消費生活相談員人材バンクを広く周知し、有資格者の登録増加を図る。

事務事業評価シート

担当課	商工政策課
-----	-------

1 事務事業の概要

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)	令和4年度の実績額	令和5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		17,341	13,613
			うち一般財源 (千円)	12,027	7,358
令和5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。				
令和4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	0.0	%	単年度値
	実績値	0.1	0.0	0.0	0.0				
	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"> ・燃料油メーター立入検査は該当245事業所で1,836台数を検査(R3年度:274事業所 2,191台数) ・R4年度コロナ禍の影響で中止を余儀なくされた事業所は食料品製造・業流通業17事業所、ガスメーター15事業所、水道メーター2事業所であった。 								

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	<ul style="list-style-type: none"> ・燃料油メーターは近年0.0%と目標達成でき利用者にとって安心して取引を行うことができている。 ・中止となった事業所については順次立入検査を実施し、適正な計量結果が得られるようにする。
課題分析	① 課題	・近年の立入検査の結果、有効期限の満了した計量器が使用されたり、食料品製造・流通業において量目不足の不適生率が高いことが判明している。(※量目不足とは：店頭で量り売りされている商品が表示されている量より少ないこと)
	② 原因	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者の法令遵守、適正計量に対する認識が十分でないため、期限切れの計量器を使用したり、食品の量目不足が発生している。 ・消費者(県民)は不適正な計量器を使用させられたり、量目不足の商品を購入してしまうなど適正な計量に関する理解が不足している。
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者においては、計量が経済活動の根幹であることを認識するとともに、消費者(県民)に対して適正な計量結果を提供する責任を自覚し、適正な計量管理が行われることが重要であり、計量器を使用する事業者には立入検査実施時に検査結果によることなく現場で指導徹底を図る。 ・消費者(県民)へは適正な計量器の管理、使用についての啓発ポスターを作成し、市町村に掲示・配布依頼し理解を図る。

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)	令和4年度の実績額	令和5年度の当初予算額	
	どういった状態を目指すのか	貸金業法で保証されている権利や利益を確保する		2,546	2,606	
			うち一般財源 (千円)	2,396	2,306	
令和5年度の取組内容		<ul style="list-style-type: none"> 貸金業を営む者の業務の適正な運用の確保 資金需要者等の利益の保護 県民経済の適切な運営 				
令和4年度に行った評価を踏まえて見直した点		現時点では課題がなく見直しを行う状況にない				
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	100.0	100.0	100.0				
		達成率	—	100.0	100.0	100.0	—	—		
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"> 苦情相談件数は年数件程度(令和4年度は2件)である。 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。 								

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"> 苦情相談件数は、令和4年度は2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。 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。
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
	② 原因	上記①(課題)が発生している原因
	③ 方向性	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、貸金業の適正な業務実施について監督業者等に周知を行う。 悪質なヤミ金融の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。 令和4年度から成年年齢引き下げに伴い若年者向け貸付が可能になったことについて、財務局や日本貸金業協会等と情報交換しつつ、該当業者からの毎月の報告をもとに動向を注視していく。 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。