

|                     |                                                                         |        |  |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------|--|
| 施策番号                | 0502                                                                    |        |  |
| 施策名                 | 消費生活の安心・安全の推進及び消費者の自立支援                                                 |        |  |
| 概要                  | 消費者被害の救済のための機能強化、未然防止・拡大防止のための情報発信や支援体制の整備とともに、自立した消費者の育成に向けた消費者教育を進める。 |        |  |
| 担当局・部室              | 文化市民局・市民生活部                                                             | 共管局・部室 |  |
| 上位政策                | 5 市民生活の安全                                                               |        |  |
| 施策に関係する<br>主な分野別計画等 | 京都市消費生活基本計画                                                             |        |  |

### 施策の評価

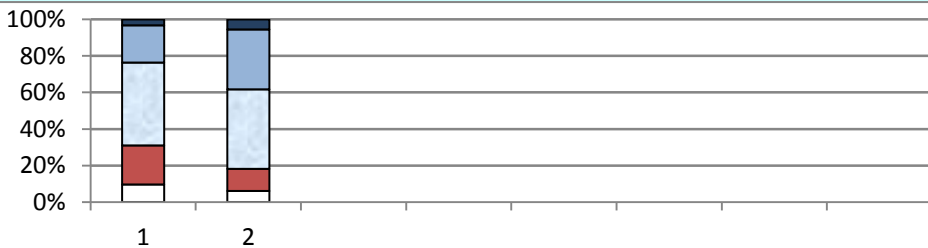
#### 1 客観指標評価

| 指標名 |                                   | 23年度 | 24年度 | 25年度評価   |       |       |        |    |         |
|-----|-----------------------------------|------|------|----------|-------|-------|--------|----|---------|
|     |                                   |      |      | 前回値      | 最新値   | 目標値   | 達成度    | 評価 | 指標のウェイト |
| 1   | 消費者啓発事業の参加者数(人)                   | d    | e    | 2,858    | 2,632 | 5,053 | 52.1%  | e  | 1.00    |
| 2   | 消費者教育事業の参加者数(人)                   | a    | a    | 1,826    | 1,612 | 626   | 257.5% | a  | 1.00    |
| 3   | 消費生活に関する啓発活動を推進する市民ボランティアの活動回数(回) | a    | a    | 54       | 56    | 44    | 127.3% | a  | 0.25    |
| 4   | -                                 | -    | -    | -        | -     | -     | -      | -  |         |
| 5   | -                                 | -    | -    | -        | -     | -     | -      | -  |         |
| 6   | -                                 | -    | -    | -        | -     | -     | -      | -  |         |
|     |                                   | C    | C    | 客観指標総合評価 |       |       |        | C  |         |

#### 2 市民生活実感評価

\*この評価は、毎年5月頃に実施している京都市市民生活実感調査のアンケート結果を基にしています。

| 設問 |                                      | 25年度回答       |              |              |                |            | 有効回答者数 | 評価 |
|----|--------------------------------------|--------------|--------------|--------------|----------------|------------|--------|----|
|    |                                      | そう思う         | どちらかと言うとそう思う | どちらとも言えない    | どちらかと言うとそう思わない | そう思わない     |        |    |
| 1  | 悪質商法などによる消費者被害を防止し、被害を救済するしくみが整っている。 | 16<br>3.2%   | 102<br>20.4% | 227<br>45.4% | 107<br>21.4%   | 48<br>9.6% | 500    | c  |
| 2  | 消費生活に関する情報や知識を備えた自立した消費者が増えている。      | 28<br>5.5%   | 168<br>32.8% | 223<br>43.6% | 62<br>12.1%    | 31<br>6.1% | 512    | c  |
| 3  | -                                    |              |              |              |                |            |        | -  |
| 4  | -                                    |              |              |              |                |            |        | -  |
| 5  | -                                    |              |              |              |                |            |        | -  |
|    |                                      | 市民生活実感調査総合評価 |              |              |                |            |        | C  |



- そう思う
- どちらかと言うとそう思う
- どちらとも言えない
- どちらかと言うとそう思わない
- そう思わない

3 総合評価(客観指標総合評価+市民生活実感調査総合評価)

| C                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 施策の目的がそこそこ達成されている |                               |   |                                           |   | 24<br>年度 | C |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------|---|-------------------------------------------|---|----------|---|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 重み付け              | <input type="checkbox"/> 客観指標 | C | <input checked="" type="checkbox"/> 市民の実感 | C |          |   |
| (重み付けの理由)<br>消費者の自立が当該施策における高次の目標であることから、消費者である市民の自立意識の広がりが重要であるため、市民の実感を重視する。                                                                                                                                                                                                                                  |                   |                               |   |                                           |   | 24<br>年度 | C |
| (原因分析)<br>・消費者川柳や小中学生を対象とした消費者標語「くらしの達人」(学校単位での取組が中心であり、数値の変動が生じやすい。)の応募は昨年度と比べて減少したが、市民ボランティア活動の多さから、引き続き、消費生活の安全に対する市民の関心の高さが伺える。一方、啓発事業の参加者数については、主に出前講座とパワーアップセミナーの参加者数に減少が見られた。<br>・市民の実感については、「そう思う」と「どちらかというと思う」を併せていずれも増加しており、啓発の効果が表れていると考えられるが、「どちらとも言えない」の回答も4割以上あり、消費者被害の救済・防止制度について、周知を図る余地は残っている。 |                   |                               |   |                                           |   | 23<br>年度 | C |

今後の方向性の検討

<この施策を構成する事務事業>

|    | 事業名                        | 事業費の状況(千円)  |             | 25年度事務事業評価結果<br>における目標達成度評価 | 担当局   |
|----|----------------------------|-------------|-------------|-----------------------------|-------|
|    |                            | 24年度<br>決算額 | 25年度<br>予算額 |                             |       |
| 1  | 消費者啓発                      | 26,295      | 28,970      | 普通                          | 文化市民局 |
| 2  | 消費者啓発及び消費者相談(地方消費者行政活性化基金) | 79,961      | 55,934      | 良い                          | 文化市民局 |
| 3  | 消費者相談                      | 63,622      | 67,791      | 良い                          | 文化市民局 |
| 4  | 相談事業                       | 52,483      | 60,150      | 良い                          | 文化市民局 |
| 5  |                            |             |             |                             |       |
| 6  |                            |             |             |                             |       |
| 7  |                            |             |             |                             |       |
| 8  |                            |             |             |                             |       |
| 9  |                            |             |             |                             |       |
| 10 |                            |             |             |                             |       |
| 11 |                            |             |             |                             |       |
| 12 |                            |             |             |                             |       |
| 13 |                            |             |             |                             |       |
| 14 |                            |             |             |                             |       |
| 15 |                            |             |             |                             |       |
| 16 |                            |             |             |                             |       |
| 17 |                            |             |             |                             |       |
| 18 |                            |             |             |                             |       |
| 19 |                            |             |             |                             |       |
| 20 |                            |             |             |                             |       |

\*予算額には人件費及び施設管理に係る経費を含みます。

<今後の方向性>

・出前講座、啓発講座、教室等の消費者教育に、幅広い年齢層から多くの方に参加していただけるよう、当センターが発行する情報誌及び案内チラシの配布並びにホームページにより、効率的な周知に努める。  
・啓発事業参加者数の減少については、広報の積極的活用、関係機関(大学等)への直接的働き掛け等により出前講座への参加を促すことで、参加者数の増加を図る。  
・京都市消費生活基本計画に基づき、これらの取組を通じて、消費生活の安心・安全の推進や消費者の自立支援を進めていく。

|     |      |                         |  |  |  |  |
|-----|------|-------------------------|--|--|--|--|
| 施策名 | 0502 | 消費生活の安心・安全の推進及び消費者の自立支援 |  |  |  |  |
|-----|------|-------------------------|--|--|--|--|

|     |                 |  |  |  |  |  |
|-----|-----------------|--|--|--|--|--|
| 指標名 | 消費者啓発事業の参加者数(人) |  |  |  |  |  |
|-----|-----------------|--|--|--|--|--|

|     |            |  |     |                 |  |  |
|-----|------------|--|-----|-----------------|--|--|
| 担当課 | 消費生活総合センター |  | 連絡先 | 2 5 6 - 1 1 1 0 |  |  |
|-----|------------|--|-----|-----------------|--|--|

1 指標の説明

当センターが実施する出前講座や各種セミナー等の消費者啓発事業への参加者数の合計

2 指標の意味

消費者の保護と自立に向けた啓発活動の普及状況を示す指標

3 算出方法・出典等

算出方法：出前講座や各種セミナー等への参加者の単年度合計  
出典：事業担当課調べ

4 数値

|    |       |       |       |       |                                     |       |
|----|-------|-------|-------|-------|-------------------------------------|-------|
|    | 前回数値  | 最新数値  | 推移    | 目標値   |                                     |       |
|    | 23年度  | 24年度  |       | 数値    | 根拠                                  | 達成度   |
| 数値 | 2,858 | 2,632 | 226人減 | 5,053 | 中長期目標達成のために当年度達成すべき数値（対前年度目標値3.8%増） | 52.1% |

|    |      |        |      |       |                                                                              |
|----|------|--------|------|-------|------------------------------------------------------------------------------|
|    | 全国順位 | 中長期目標  |      |       |                                                                              |
|    |      | 数値     | 目標年次 | 達成度   | 根拠                                                                           |
| 数値 |      | 63,000 | 32年度 | 22.5% | 平成21年度の数値4,518人から等比的に増加させ、目標年次に約5割増となることにより累計値63,000人（平成21年度から平成32年度まで）を目指す。 |

備考

H21 4,518人 H22 4,160人  
H23 2,858人 H24 2,632人  
累計14,168人

5 評価基準

単年度目標値に対する達成度が  
a:100%以上  
b:95%以上100%未満  
c:90%以上95%未満  
d:85%以上90%未満  
e:85%未満

6 基準説明

100%以上をa，以下5%刻みで按分した。

7 評価結果

|    |    |    |
|----|----|----|
| 23 | 24 | 25 |
| d  | e  | e  |

1 指標の説明

消費者川柳及び小中学生から消費者標語を募集する「くらしの達人」の応募者数の合計

2 指標の意味

消費者の保護と自立に向けた消費者教育の推進状況を示す指標

3 算出方法・出典等

算出方法：消費者川柳及び「くらしの達人」への応募者数の単年度合計  
出典：事業担当課調べ

4 数値

|    |       |       |       |     |                                     |        |
|----|-------|-------|-------|-----|-------------------------------------|--------|
|    | 前回数値  | 最新数値  | 推移    | 目標値 |                                     |        |
|    | 23年度  | 24年度  |       | 数値  | 根拠                                  | 達成度    |
| 数値 | 1,826 | 1,612 | 214人減 | 626 | 中長期目標達成のために当年度達成すべき数値（対前年度目標値6.5%増） | 257.5% |

|    |      |       |      |       |                                                                          |
|----|------|-------|------|-------|--------------------------------------------------------------------------|
|    | 全国順位 | 中長期目標 |      |       |                                                                          |
|    |      | 数値    | 目標年次 | 達成度   | 根拠                                                                       |
| 数値 |      | 8,500 | 32年度 | 61.2% | 平成21年度の数値518人から等比的に増加させ、目標年次に約倍増となることにより累計値8,500人（平成21年度から平成32年度まで）を目指す。 |

備考

H21 518人 H22 1,244人  
H23 1,826人 H24 1,612人  
累計 5,200人

5 評価基準

単年度目標値に対する達成度が  
a:100%以上  
b:95%以上100%未満  
c:90%以上95%未満  
d:85%以上90%未満  
e:85%未満

6 基準説明

100%以上をa，以下5%刻みで按分した。

7 評価結果

|    |    |    |
|----|----|----|
| 23 | 24 | 25 |
| a  | a  | a  |

|                                                                                                   |                                   |                         |      |               |                                           |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|------|---------------|-------------------------------------------|--------|
| 施策名                                                                                               | 0502                              | 消費生活の安心・安全の推進及び消費者の自立支援 |      |               |                                           |        |
| 指標名                                                                                               | 消費生活に関する啓発活動を推進する市民ボランティアの活動回数（回） |                         |      |               |                                           |        |
| 担当課                                                                                               | 消費生活総合センター                        |                         | 連絡先  | 2 5 6－1 1 1 0 |                                           |        |
| 1 指標の説明                                                                                           |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 出前講座における補助講師や区民ふれあいまつり等における啓発パンフレットの配布等，地域での消費生活に関する啓発活動に協力いただいている市民ボランティア「京（みやこ）・くらしのサポーター」の活動回数 |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 2 指標の意味                                                                                           |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 消費者被害の防止と消費者の自立に向けた市民との協働による消費者啓発活動の推進状況を示す指標                                                     |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 3 算出方法・出典等                                                                                        |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 算出方法：出前講座や区民ふれあいまつり等への「京・くらしのサポーター」参加者数の単年度合計<br>出典：事業担当課調べ                                       |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 4 数値                                                                                              |                                   |                         |      |               |                                           |        |
|                                                                                                   | 前回数値<br>23年度                      | 最新数値<br>24年度            | 推移   | 目標値           |                                           |        |
|                                                                                                   |                                   |                         |      | 数値            | 根拠                                        | 達成度    |
| 数値                                                                                                | 54                                | 56                      | 2回増  | 44            | 中長期目標達成のために当年度達成すべき数値（対前年度目標値11%増）        | 127.3% |
|                                                                                                   | 全国順位                              | 中長期目標                   |      |               |                                           | 備考     |
|                                                                                                   |                                   | 数値                      | 目標年次 | 達成度           | 根拠                                        |        |
| 数値                                                                                                |                                   | 100                     | 32年度 | 56.0%         | 平成21年度の数値32回から等比的に増加させ，目標年次に約3倍となることを目指す。 |        |
| 5 評価基準                                                                                            |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 単年度目標値に対する達成度が<br>a:100%以上<br>b:90%以上100%未満<br>c:80%以上90%未満<br>d:70%以上80%未満<br>e:70%未満            |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 6 基準説明                                                                                            |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 市民ボランティアの自主性に依拠する部分を加味し，10%刻みで基準を設定した。                                                            |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 7 評価結果                                                                                            |                                   |                         |      |               |                                           |        |
| 23                                                                                                |                                   | 24                      |      | 25            |                                           |        |
| a                                                                                                 |                                   | a                       |      | a             |                                           |        |