

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・くらし安全推進部	共管局・部室	
上位政策	5 市民生活の安全		
施策に関する主な分野別計画等	京都市消費生活基本計画，京都市消費者教育推進計画		

施策の評価

1 客観指標評価

指標名	27年度	28年度	29年度評価					
			前回値	最新値	目標値	達成度	評価	指標のウエイト
1 消費者啓発事業の参加者数(人)	a	a	9,699	8,873	5,866	151.3%	a	1.00
2 消費者教育事業の参加者数(人)	a	a	2,092	1,707	2,000	85.4%	d	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	61	70	64	109.4%	a	0.25
4 -	-	-	-	-	-	-	-	-
5 -	-	-	-	-	-	-	-	-
6 -	-	-	-	-	-	-	-	-
	a	a	客観指標総合評価				b	

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	27年度	28年度	29年度回答						
			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	有効回答者数	評価
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。	c	c	16 3.2%	106 21.3%	249 50.1%	84 16.9%	42 8.5%	497	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。	c	c	20 4.0%	158 31.3%	230 45.5%	71 14.1%	26 5.1%	505	c
3 -	-	-							-
4 -	-	-							-
5 -	-	-							-
	c	c	市民生活実感調査総合評価						c

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	施策の目的がそれぞれ達成されている					28年度	B
	重み付け	<input type="checkbox"/> 客観指標	b	<input checked="" type="checkbox"/> 市民の実感	c		
(重み付けの理由) 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。						27年度	B
(原因分析) 客観指標総合評価 <input checked="" type="checkbox"/> b評価以上であり、施策の効果が客観指標に表れている。 <input type="checkbox"/> c評価以下であり、次の原因が考えられる。							
(原因分析) 市民生活実感調査総合評価 <input type="checkbox"/> b評価以上であり、施策の効果が市民の実感に表れている。 <input checked="" type="checkbox"/> c評価以下であり、次の原因が考えられる。 ・「どちらかと言うとそう思わない」と「そう思わない」といった否定的な回答が、前年度よりわずかに増加しており、悪質商法等の手口の複雑化や巧妙化が進んだことによって消費者の不安が高まっている状況であること等が原因として考えられる。							

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)		29年度事務事業 評価結果における 目標達成度評価	担当局
		28年度 決算額	29年度 予算額		
1	相談事業	54,254	52,057	良い	文化市民局
2	消費者啓発	46,222	57,759	良い	文化市民局
3	食品表示法立入調査等	21,237	18,488	普通	文化市民局
4	消費者相談	68,927	67,908	良い	文化市民局
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

*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、消費生活総合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、効率的な周知を図る。
- ・ 啓発事業参加者数については、引き続き、啓発事業の実施や区民ふれあいまつりへのブース出展等により、目標の達成を目指していく。
- ・ 京都市消費生活基本計画に基づき、引き続き消費生活の安心・安全の推進や消費者の自立支援を進めていく。また、平成27年3月に策定した京都市消費者教育推進計画に基づき、消費者被害に遭わないだけでなく、自らの消費行動が社会や環境に大きな影響を与えることを自覚し、持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成していく。

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	256-1110
-----	------------	-----	----------

1 指標の説明

消費生活総合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		
	27年度	28年度		数値	根拠	達成度
数値	9,699	8,873	826人減	5,866	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)	151.3%

	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	79.7%	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 4,235人 H23 2,901人 H24 3,020人 H25 7,636人 H26 9,352人 H27 9,699人 H28 8,873人 累計50,234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

27	28	29
a	a	a

指標名	消費者教育事業の参加者数(人)
-----	-----------------

担当課	消費生活総合センター	連絡先	256-1110
-----	------------	-----	----------

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		
	27年度	28年度		数値	根拠	達成度
数値	2,092	1,707	385人減	2,000	中長期目標達成のために当年度達成すべき数値(平成24~26年度の平均)	85.4%

	全国順位	中長期目標			
		数値	目標年次	達成度	根拠
数値		22,000	32年度	60.8%	平成26年度までの累計に加え、平成27~32年度の間、単年度目標値2,000人(平成24~26年度の平均)を達成し続けることで、累計値22,000人を目指す。

備考
H21 518人 H22 1,244人 H23 1,826人 H24 1,612人 H25 1,934人 H26 2,449人 H27 2,092人 H28 1,707人 累計13,382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

27	28	29
a	a	d

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	256-1110
-----	------------	-----	----------

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
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		
	27年度	28年度		数値	根拠	達成度
数値	61	70	9回増	64	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）	109.4%

	全国順位	中長期目標		
		数値	目標年次	達成度
数値		100	32年度	70.0%

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。

備考	
----	--

5 評価基準

単年度目標値に対する達成度が
a:100%以上
b:90%以上100%未満
c:80%以上90%未満
d:70%以上80%未満
e:70%未満

6 基準説明

目標値以上を達成したときをaとし，10%刻みで基準を設定した。

7 評価結果

27	28	29
a	a	a