

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		平成 30年度	令和 元年度	令和2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	7,842	7,385	6,560	112.6%	a	1.00
2	消費者教育事業の参加者数(人)	b	b	1,954	1,770	2,000	88.5%	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	c	67	65	91	71.4%	d	0.25
4	-	-	-	-	-	-	-	-	
5	-	-	-	-	-	-	-	-	
6	-	-	-	-	-	-	-	-	
客観指標総合評価		a	a					c	

2 市民生活実感評価

設問		平成 30年度	令和元年度						令和 2年度 ※	
			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		有効回答 者数
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	21	129	329	128	69	676	-
				3.1%	19.1%	48.7%	18.9%	10.2%		
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	35	200	286	99	56	676	-
				5.2%	29.6%	42.3%	14.6%	8.3%		
3	-	-	-							-
4	-	-	-							-
5	-	-	-							-
市民生活実感調査総合評価		c	c							-

※令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により調査を一時休止しています。

<総合評価>

平成30	B	令和元	B	令和2	C	施策の目的がそこそこ達成されている
重み付け	☐ 客観指標	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意識の広がり重要であるため、市民の実感を重視する。				
	☒ 市民の実感					

<原因分析>

客観指標総合評価

- ☐ b評価以上であり、施策の効果が客観指標に表れている。
- ☒ c評価以下であり、次の原因が考えられる。
- 「消費者教育事業の参加者数」が大幅に減少したことに加え、新型コロナウイルス感染症の影響により、「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」が減少したことなどから、c評価以下になったと考えられる。

市民生活実感調査総合評価

- ☐ 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。
- ☒ c評価以下であり、次の原因が考えられる。
- 消費生活総合センターにおける消費者相談による解決率は高い水準で推移しているものの、悪質商法等の手口が多様化・巧妙化したことなどにより、否定的な回答（「どちらかというと思わない」・「そう思わない」）の割合が増加したことから、c評価以下になったと考えられる。

今後の方向性の検討

<この施策を構成する事務事業>（令和元年度又は令和2年度新規事業）

	事業名	事業費の状況(千円)		令和2年度事務事業 評価結果における 目標達成度評価	担当局
		令和元年度 決算額	令和2年度 予算額		
1					
2					
3					
4					
5					

* 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、各種セミナー等の消費者教育に、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加え、オンライン配信等を活用した手法等も採り入れること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、消費者被害の未然防止、拡大防止を図るため、潜在化している消費者被害の掘り起こしや、新たな手口の悪質商法等への対策を一層強化し、消費生活の安心・安全を推進する。また、消費者のライフステージに応じた消費者教育を充実させることなどにより、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。
- ・次期京都市消費生活基本計画の策定に向けた審議会において、ボランティア活動の在り方の見直し等を含め、ウィズコロナの視点を採り入れた施策体系の構築について広く議論を深めるなど、取組を推進していく。

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		2 5 6－1 1 1 0				
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			達成度			
	平成30年度	令和元年度			数値	根拠					
数値	7,842	7,385	457人減		6,560	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）			112.6%		
	全国順位	中長期目標				備考					
		数値	目標年次	達成度	根拠						
数値	-	63,000	令和2年度	120.3%	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年度から令和2年度まで）を目指す。						
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											
平成30		令和元		令和2							
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		2 5 6－1 1 1 0				
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			達成度			
	平成30年度	令和元年度			数値	根拠					
数値	1,954	1,770	184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）			88.5%		
	全国順位	中長期目標				備考					
		数値	目標年次	達成度	根拠						
数値	-	22,000	令和2年度	86.5%	平成26年度までの累計に加え、平成27～令和2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。						
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											
平成30		令和元		令和2							
b		b		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	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 出典：事業担当課調べ						
4 数値						
	前回数値 平成30年度	最新数値 令和元年度	推移	目標値		
				数値	根拠	達成度
数値	67	65	2回減	91	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）	71.4%
	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	令和2年度	65.0%	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 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						
平成30	令和元	令和2				
a	c	d				