

令和5年度 基本施策評価シート

作成日

令和5年7月12日

基本施策	E3	安心できる消費生活環境をつくります	
2025年度にめざす姿	対 象		意 図
	市民が		安心して安全に消費生活を営んでいる。
第五次総合計画[前期基本計画]基本施策掲載ページ			128ページ
基本施策主管課名	消費者センター	関係課名	中央総合事務所地域福祉課、東総合事務所地域福祉課、南総合事務所地域福祉課、北総合事務所地域福祉課、生活福祉1課、生活福祉2課、地域保健課、自治振興課、福祉総務課、地域包括ケアシステム推進室、高齢者すこやか支援課、障害福祉課、介護保険課、学校教育課

基本施策の総合評価

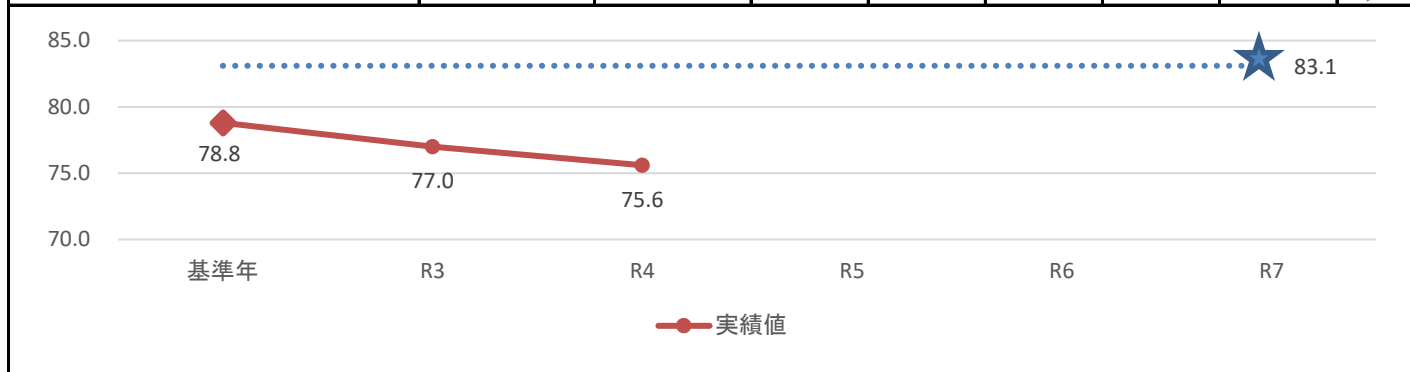
総括	<ul style="list-style-type: none"> ●消費生活相談員が専門的な研修に参加することで最新の法令や専門知識を取得し、相談対応のスキルが向上した。 ●長崎市消費者安全確保地域協議会等の関係機関と連携し、消費者自身が気が付いていない被害や、自身の力では解決が困難な被害を早期に発見することにより被害救済を図った。 ●消費者教育推進員による若年者向けの出前講座の実施により、若年者教育の機会拡大が図られ、消費者教育の充実につながった。 ●基本施策の成果指標である「消費生活相談窓口の認知度」、「消費者トラブルにあわないよう注意している市民の割合」は共に基準値から減少している。これは、関係機関への相談窓口の周知不足や、新型コロナウイルス感染拡大の影響で出前講座の実施数が減少したことにより消費者教育の機会が失われたことなどが起因していると考えられる。 <p>以上を踏まえ、今後の主な取組みは次のとおりとする。</p>
E3-1	<ul style="list-style-type: none"> ●消費生活相談については、引き続き専門的知識を有する消費生活相談員を配置するとともに、専門的な知識を習得するため、研修を受講することでスキルアップを図る。 ●地域包括支援センター等の関係機関との連携を強化していくとともに、関係機関での「見守り活動」に従事する方への周知をより強化する。
E3-2	<ul style="list-style-type: none"> ●若年者への消費者教育は、消費者教育推進員による個別の学校の状況や意向に応じた柔軟な支援を引き続き行うとともに、若年層の消費者被害の防止のため、消費生活に係る啓発本を配布する。 ●高齢者に対しては、地域包括支援センターや民生委員・児童委員などのほか、長崎市消費者安全確保地域協議会とも連携し見守りに努めるとともに、早期に相談してもらえるよう周知を図る。 ●相談窓口の認知度向上や消費者トラブルへの対策にかかる意識の醸成のため、インターネットやSNSによる情報発信及び出前講座を実施する。

二次評価(施策評価会議による評価)

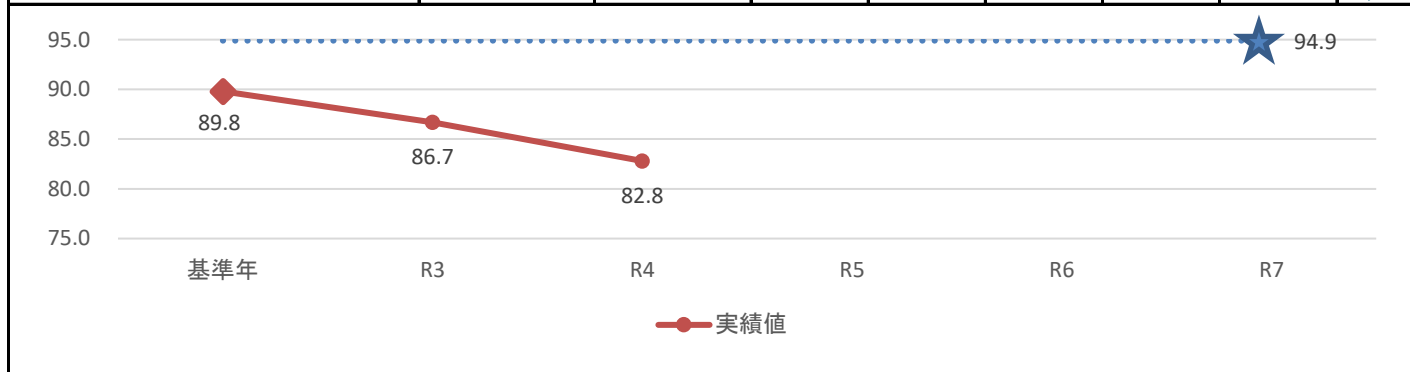
●	基本施策のE3の「総括」において、「関係機関」との表現があるが、具体的に関係機関がわかるように表現を見直すこと。併せて、個別シートの記載についても同様に修正すること。
●	E3-2「②迅速な情報提供」「問題点とその要因」において、高齢者層への情報が十分でないとの趣旨で問題点として捉えているが、その対応が「今後の取組方針」に記載されていない。改善型評価の趣旨を踏まえ、出前講座など今後強化していく取組みを記載すること。
●	E3-2「今後の取組方針」③「関係機関と連携した高齢者の見守り」において、実践的な取組みなどを検討していくこと。

成果指標

指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
消費生活相談窓口の認知度	78.8% (R2年度)	83.1% (R7年度)	77.0	75.6	0.0	0.0	0.0	→



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値 からの 傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
消費者トラブルにあわないように注意している市民の割合	89.8% (R2年度)	94.9% (R7年度)	86.7	82.8	0.0	0.0	0.0	→



年度別 主な取組内容

R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
<ul style="list-style-type: none"> 消費生活相談(2,866件) 消費生活出前講座の実施(68回、参加者数2,914人) 最新の消費者トラブル等についての情報発信(SNS14回、守るネット通信14回) 			

令和5年度 個別施策評価シート

個別施策	E3-1	消費者トラブルから市民を救済します
2025年度にめざす姿	対 象	意 象 図
	市民が	消費者トラブルから救済されている。
個別施策主管課名	消費者センター	

成果

① 相談員の継続的な配置とスキルアップ

●市民を消費者トラブルから救済するため、フリーローン・サラ金、賃貸アパート契約、健康食品の通信販売をはじめとする相談・苦情2,866件に適切に対応したことにより、被害が発生している場合には速やかな被害回復が図られるなど、適切な被害の救済につながった。

●消費生活相談員が様々な相談に対応するため、国民生活センターが主催する専門的な研修9件に参加することにより、最新の法令や専門知識を取得し、相談対応のスキル向上につながった。

② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

●消費生活相談員だけでは対応が困難な相談事例の解決を図るため、9件の弁護士相談を行ったことにより、より専門的な知見の活用が図られ、適切な被害の救済ができた。

③ 関係機関との連携

●配慮を要する高齢者等を消費者被害から守るため、地域包括支援センター等の関係機関と連携して相談者を掘り起こすことにより、消費者自身が気が付いていない被害や、自身の力では解決が困難な被害の早期発見が図られ、適切な被害の救済につながった。

●庁内外の関係機関との連携を図るため、長崎市消費者安全確保地域協議会総会や多重債務者対策に係る庁内合同研修会を開催し、連携による解決事例の紹介や情報共有を行ったことにより、関係機関との連携の強化につながった。

問題点とその要因

① 相談員の継続的な配置とスキルアップ

●消費生活相談員を継続的に配置したことで、適切に消費者被害の救済ができているものの、SNSを通じた詐欺まがいの副業や投資等による消費者金融からの借金問題などの新たな手口による被害も発生しており、相談員の知識の更新を続けていかなければならない。

② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

●弁護士相談を行った相談事例は救済が図られているものの、弁護士相談につなげるための要点整理の事務に一定負荷がかかるため、弁護士相談に至るまでのハードルが高く、積極的な活用に至っていない。

③ 関係機関との連携

●令和3年1月26日に長崎市消費者安全確保地域協議会を設立し、関係機関と連携できる体制を構築したものの、コロナ禍等で関係機関に対する出前講座が実施できなかったことなどから、関係機関での「見守り活動」に従事する方への周知が十分に進まなかった。

今後の取組方針

① 相談員の継続的な配置とスキルアップ

継続	●消費生活相談については、引き続き専門的知識を有する消費生活相談員を配置するとともに、専門的な知識を習得するため、研修を受講することでスキルアップを図る。
----	---

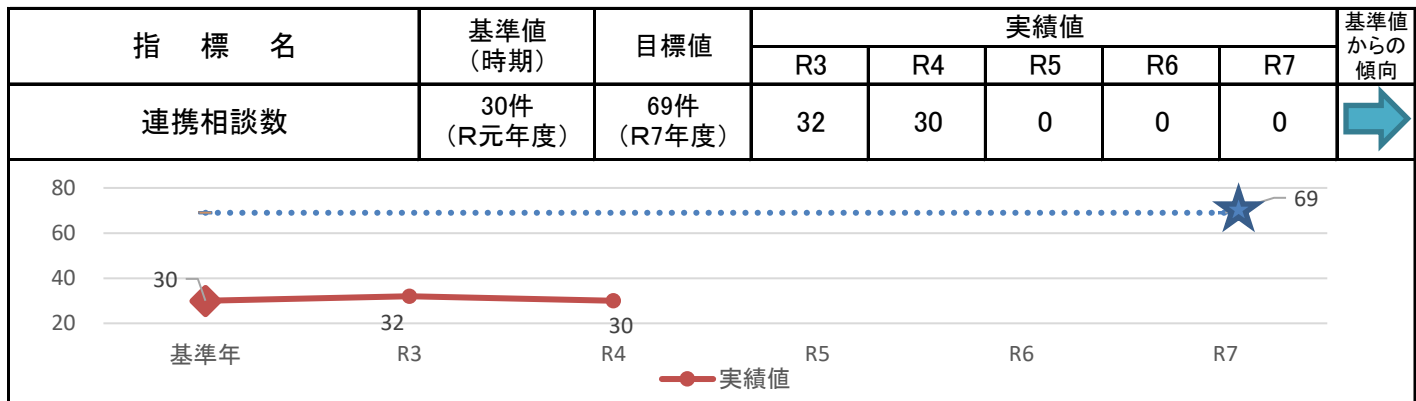
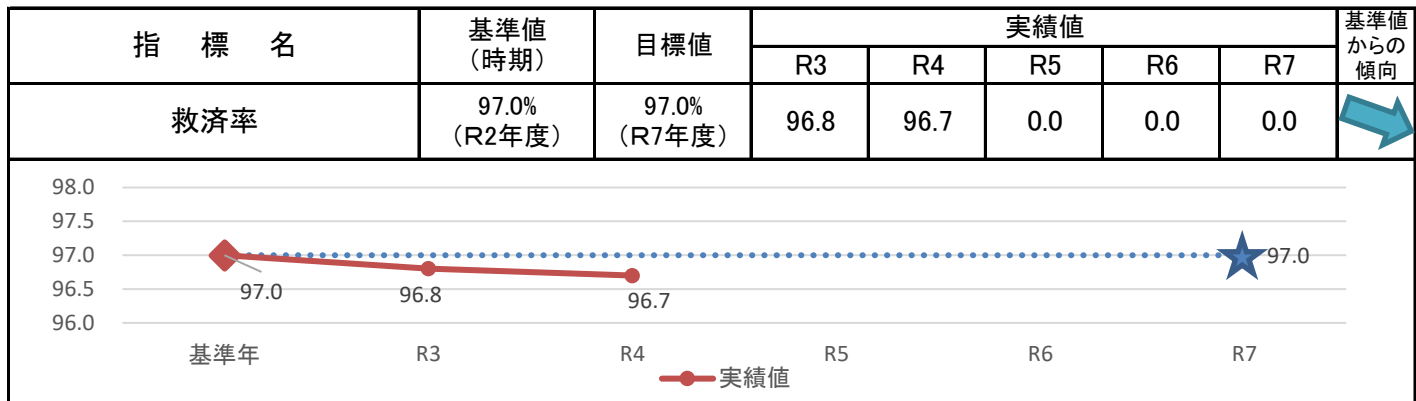
② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

継続	●引き続き弁護士相談を行い、相談員では解決できない多様な問題を解決し、救済に努める。また、弁護士相談につなげるための要点整理にかかる事務の見直しを検討する。
----	--

③ 関係機関との連携

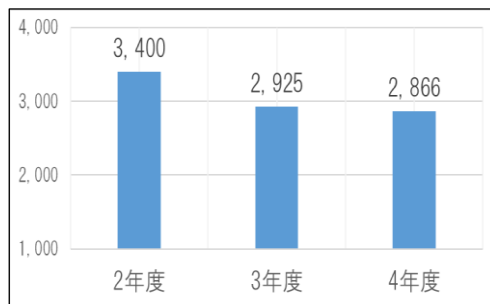
継続	●関係機関との連携を強化していくとともに、関係機関での「見守り活動」に従事する方への周知をより強化する。
----	--

成果指標



施策を推進する主な事業

1	事業名 担当課	消費生活相談費	消費者センター
	事業目的	市民を消費者被害から救済する。	
	事業概要	消費生活相談員による相談、苦情の処理	
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活相談実績 相談件数2,866件 救済率96.7% 弁護士相談実績 相談件数9件 	
	決算(見込)額	17,695,318 円	



【消費生活相談件数の推移】

2	事業名 担当課	消費生活相談員等レベルアップ事業費	消費者センター
	事業目的	消費生活相談員のレベルアップを図る。	
	事業概要	独立行政法人 国民生活センターが開催する研修に参加する。	
	取組実績	<ul style="list-style-type: none"> 研修参加実績 9件 	
	決算(見込)額	292,840 円	

令和5年度 個別施策評価シート

個別施策	E3-2	消費者被害を防止します
2025年度にめざす姿	対象	意 図
	市民が	消費者被害についての知識をもつとともに、社会や環境のことも考えた消費行動を行っている。
個別施策主管課名	消費者センター	

成果

① 消費者教育の充実

●消費者の自立を支援するため、市民を対象に消費生活に関する出前講座を68回(受講者2,914人)開催し、消費者被害に関する注意啓発を行ったことにより、被害の未然防止が図られた。

●成年年齢の引き下げによる若年者の消費者被害拡大を防ぐため、学校が実施する消費者教育を支援する「消費者教育推進員」による若年者を狙った悪質商法の事例や消費行動が社会や環境に及ぼす影響を考えさせる出前講座を実施し、また、出前授業のオンライン開催にも対応したことにより、若年者教育の機会拡大が図られ、消費者教育の充実につながった。

② 迅速な情報提供

●消費生活に関する緊急情報を素早く市民に届けるため、最新の消費者トラブル等の情報をホームページに掲載するとともに、長崎市公式LINEで14回情報発信したことにより、被害の未然防止が図られた。

●主に高齢者、障害者および若年者などを消費者被害から守るため、民生委員、福祉関係機関、学校等で構成する消費者被害防止ネットワーク「長崎市消費者を守るネット」を通じて、早期に悪質商法等の被害発生や警戒のための情報を14回発信したことにより、被害の未然防止が図られた。

③ 関係機関と連携した高齢者の見守り

●高齢者等消費生活上特に配慮を要するかたの見守りのため、長崎市消費者安全確保地域協議会等の関係機関と連携したことにより、30件の相談が当センターに引き継がれ、見守り対象者の消費者被害への対応を図ることができた。

問題点とその要因

① 消費者教育の充実

●出前講座による消費者教育の充実を進めており、受講者数は2,914人で、前年度の1,969人から増加したものの、新型コロナウイルス感染症の影響により、令和元年度の5,012人に比べ、少ない状況に留まっており、消費者教育の機会が激減した。

② 迅速な情報提供

●消費生活相談件数は60歳以上の高齢者が全体の43.9%を占めており、消費者被害のターゲットとなりやすい。長崎市公式LINE等を通じて最新の消費者トラブル等についての情報発信を逐次行っているものの、閲覧者は若年者層が多く、高齢者層へ情報が十分に行き届かないため、全世代への迅速な情報提供に至っていない。

③ 関係機関と連携した高齢者の見守り

●関係機関との連携による当センターへの相談事例は一定あるものの、相談のタイミングが遅いため対応が限られ、結果的に解決困難な事例がある。

今後の取組方針

① 消費者教育の充実

継続	●悪質商法の手口は日々変わっているため、今後も自治会をはじめとする各団体や学校などへの開催の働きかけを継続していく。特に、成年年齢が令和4年4月に引き下げられたため、学校等への講座等実施の働きかけを強化するとともに、令和2年度から配置している「消費者教育推進員」により、個別の学校の状況や意向に応じた柔軟な支援を行う。
----	---

新規	●成年年齢の引き下げに伴い、若年層の消費者被害の防止のため、成年前である17歳とその世帯を対象として消費生活に係る啓発本を配布する。
----	--

② 迅速な情報提供

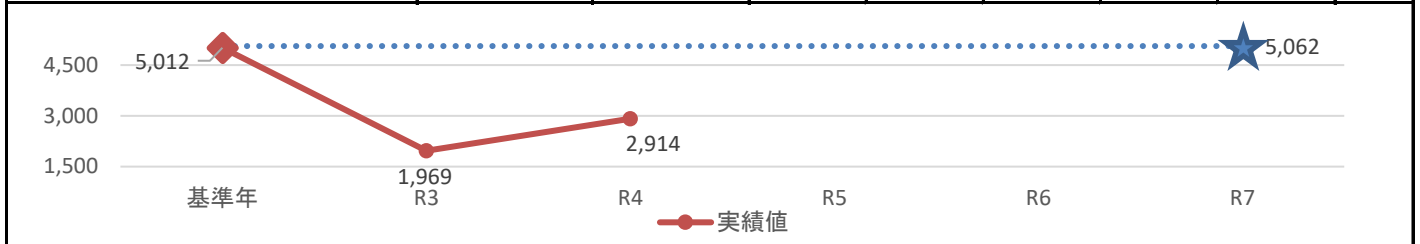
●迅速な情報発信手段としては、インターネットやSNSを活用することがもっとも効率的であるため、今後も継続していくこととし、受信者増に向けた効果的なPRを検討する。
併せて、各地域センターで作成・配布を行っている「地域センターだより」への消費者トラブルの事例掲載や出前講座を継続して実施し、高齢者層へ情報が行き届くよう努める。

③ 関係機関と連携した高齢者の見守り

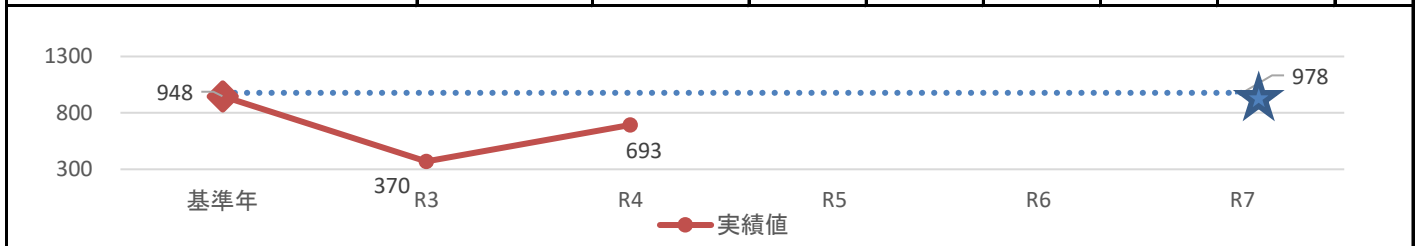
●引き続き高齢者に対しては、地域包括支援センターや民生委員・児童委員などのほか、令和2年度に設置した長崎市消費者安全確保地域協議会とも連携し見守りに努めるとともに、出前講座等を通じて契約前に相談してもらえるよう周知を図る。

成果指標

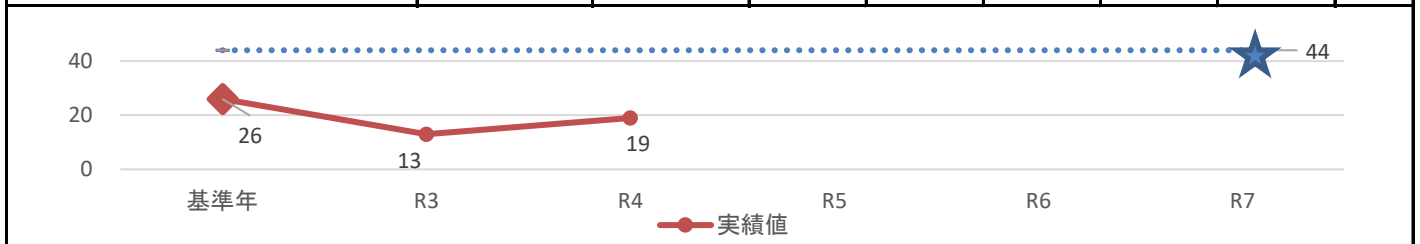
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
講座の受講者数	5,012人 (R元年度)	5,062人 (R7年度)	1,969	2,914	0	0	0	→



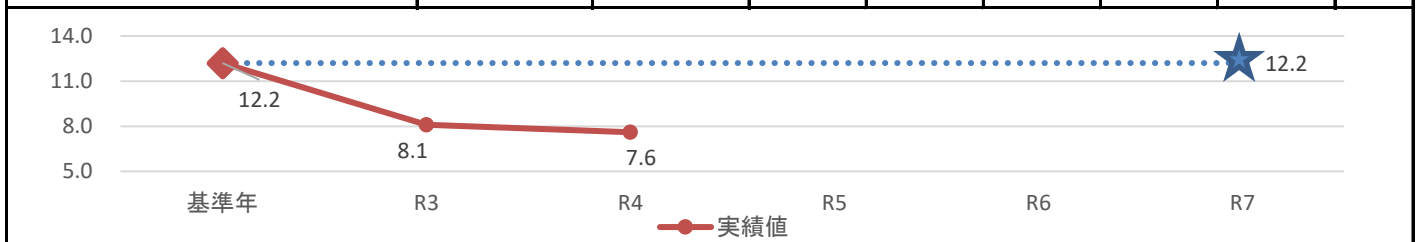
指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
高齢者向けの出前講座の受講者数	948人 (R元年度)	978人 (R7年度)	370	693	0	0	0	→



指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
学校等での講座の実施件数	26件 (R元年度)	44件 (R7年度)	13	19	0	0	0	→

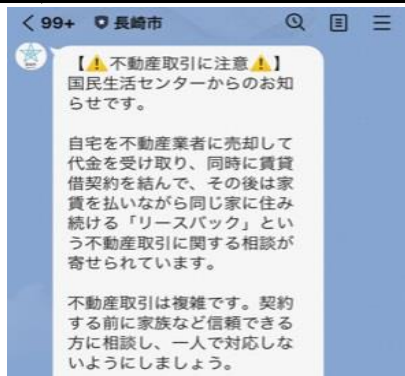


指標名	基準値 (時期)	目標値	実績値					基準値からの傾向
			R3	R4	R5	R6	R7	
消費者契約前の相談の割合	12.2% (R2年度)	12.2% (R7年度)	8.1	7.6	0.0	0.0	0.0	→



施策を推進する主な事業

1	事業名 担当課	消費者啓発推進費	消費者センター
	事業目的	市民の消費者被害を防止する。	
	事業概要	消費者被害の未然防止のため、消費生活に関する啓発や消費者教育を推進する。	
	取組実績	消費生活出前講座 実施68回、参加者数2,914人 最新の消費者トラブル等についての情報発信 SNS14回、守るネット通信14回	
	決算(見込)額		465,320 円



【LINEでの情報発信】

2	事業名 担当課	若年者消費者教育強化事業	消費者センター
	事業目的	成年年齢の引下げに対応し、若い世代の消費者の自立を支援するため、学校等における消費者教育を強化する。	
	事業概要	消費者教育を専門に担う「消費者教育推進員」を配置し、学校等における消費生活に関する講座や各種教材提供を実施する。	
	取組実績	消費生活出前講座 中学校6回、高校6回、大学・専門学校等7回 参加者数 中学生561人、高校生795人、大学・専門学校生等572人	
	決算(見込)額		3,452,580 円



【出前講座】