

令和6年度 基本施策評価シート

作成日 令和6年6月7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

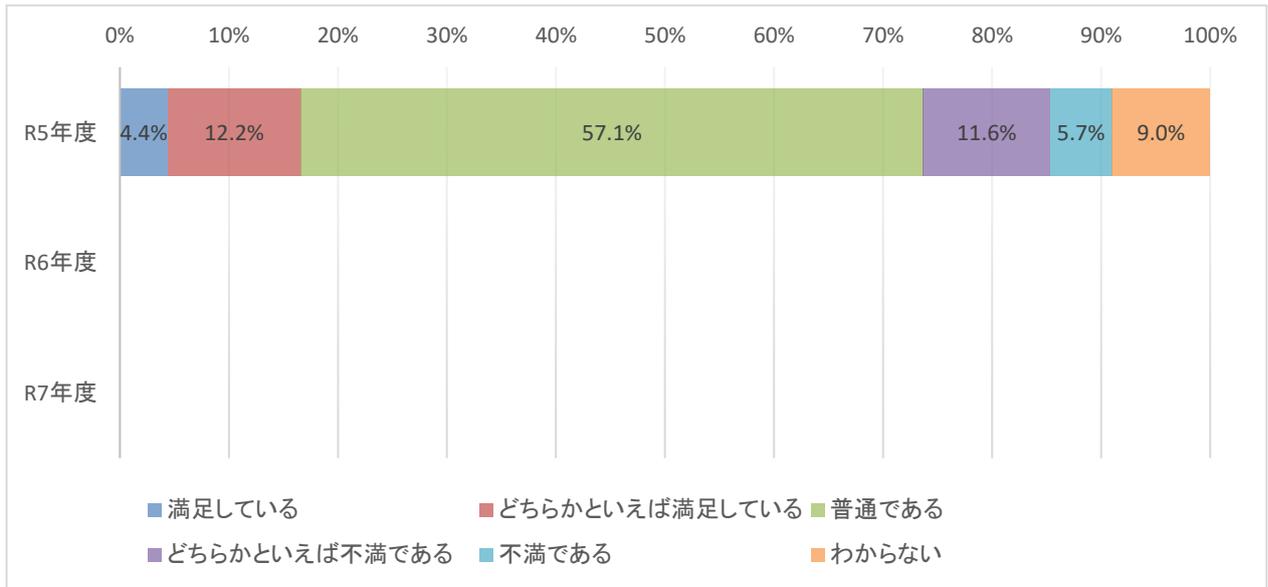
基本施策の総合評価

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」は78.7%(令和5年度実績)で、令和4年度の75.6%と比較して増加したものの、基準値である78.8%に近い数値にとどまっている。 また、「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、87.2%(令和5年度実績)で、令和4年度の82.8%と比較して増加したものの、基準値である89.8%に近い数値にとどまっている。 これは、新型コロナウイルス感染拡大による影響で減少していた相談窓口の周知機会や出前講座の実施数等が確保できつつあるものの、まだ十分でないことが起因していると思料される。 <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、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。 ●相談窓口の認知度向上のため、給食配送車両へのラッピングや様々な啓発ツールを活用した相談窓口の周知を図る。

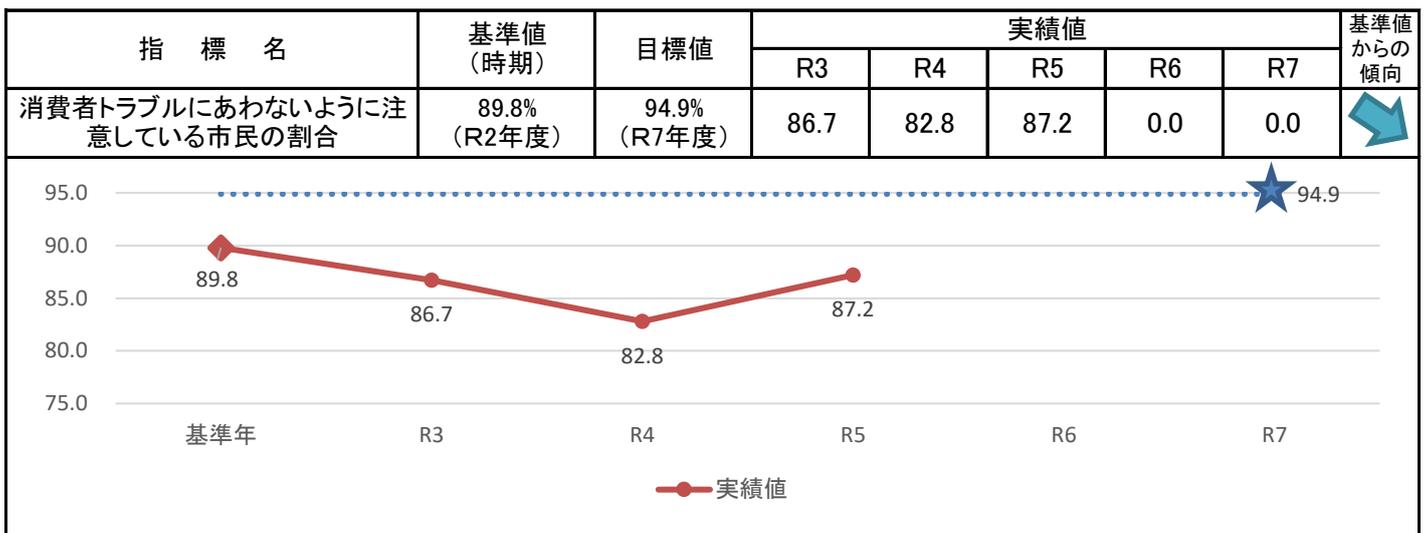
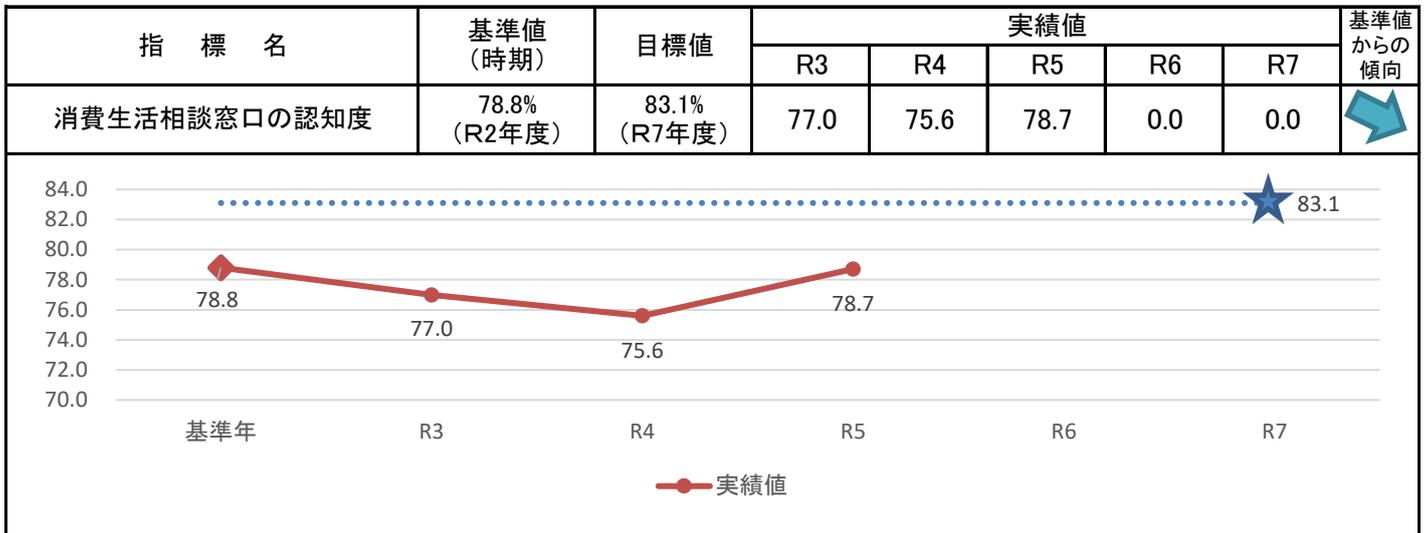
二次評価(施策評価会議による評価)

【E3-1】	<ul style="list-style-type: none"> ●「今後の取組方針」の「②弁護士相談による法的アドバイスの活用」について、DX等の環境整備との記載があるが、DXの具体的な取組みがあれば、記載を検討すること。
【E3-2】	<ul style="list-style-type: none"> ●「成果指標」「講座の受講者数」等について、目標値に近づいていない現状をふまえ、新たな具体的取組みを検討し「今後の取組方針」に記載すること。

基本施策に対する市民満足度調査結果



成果指標



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) 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談(2,948件) ・消費生活出前講座の実施(52回、参加者数2,778人) ・最新の消費者トラブル等についての情報発信(SNS45回、守るネット通信45回) ・17歳とその世帯を対象に消費生活に係る啓発本を配布(約3,500名) 		

令和6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

●相談員を継続的に配置し、化粧品の通信販売、賃貸アパート契約や移動通信サービスをはじめとした相談や苦情2,948件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、消費者トラブルからの適切な救済につながった。

●国民生活センターが主催する専門的な研修31件に相談員等が参加したことにより、関係法令や専門知識などの習得や相談スキルの向上につながった。

② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

●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、8件の弁護士相談を行ったことで、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 関係機関との連携強化

●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

●相談員のスキルアップを行っているものの、SNSを通じた詐欺まがいの副業やFX・仮想通貨等の投資被害など、次々と新たな手口が生まれることにより、従来の知識では対応が困難な事案があることが問題である。

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、十分な活用に至っていない。

③ 関係機関との連携強化

●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、各関係機関において現場の方が一堂に会する機会を作ることの困難性などを理由に、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んでいない。

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、引き続き専門的知識を有する相談員を配置するとともに、研修を受講することで、知識の更新やスキルアップを図る。

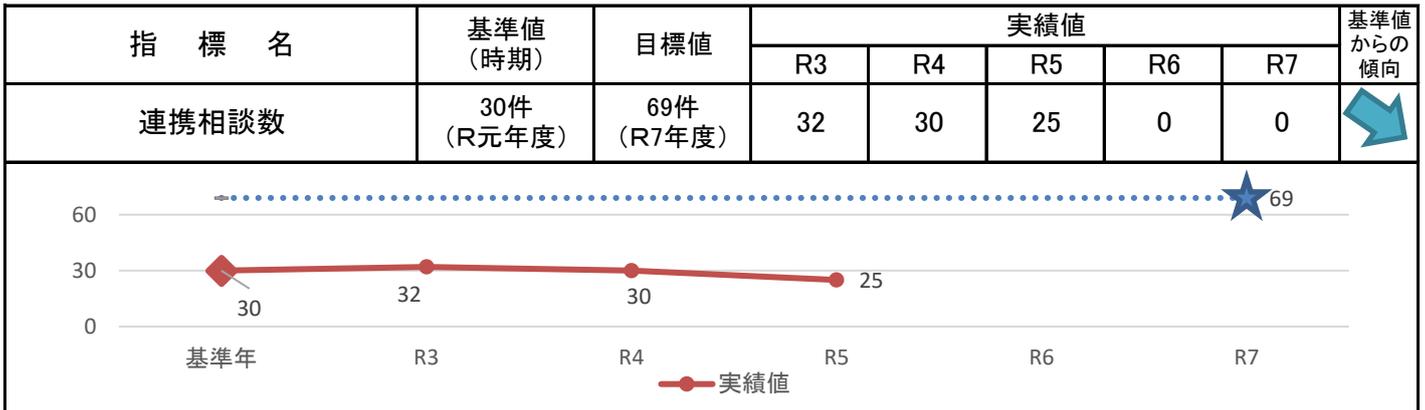
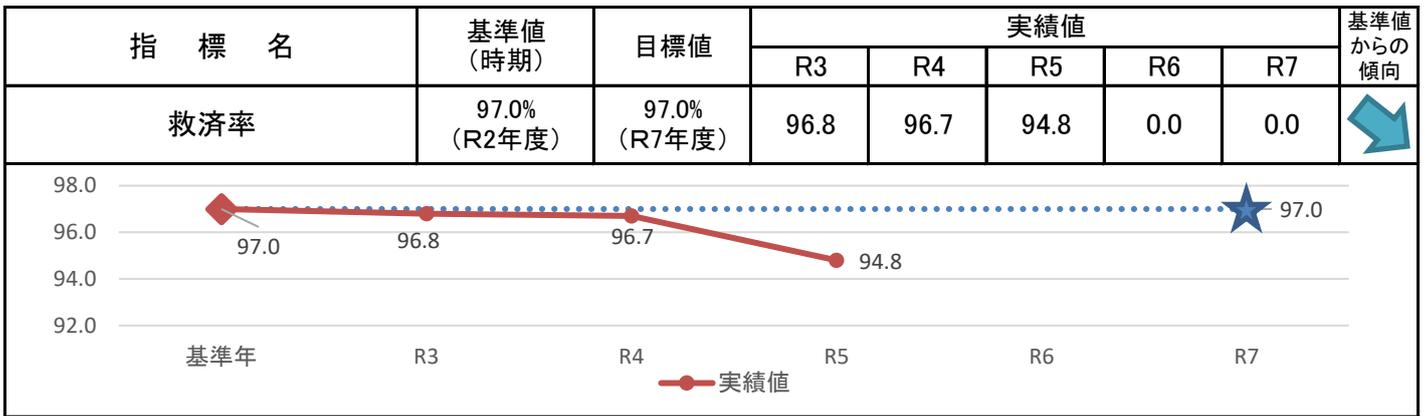
② 弁護士相談による法的アドバイスの活用

継続 ●相談員では解決が困難な事例において弁護士の見解は非常に重要なため、引き続き弁護士相談を行い、法的アドバイスを受けることで問題を解決し、救済に努める。
また、相談情報入力システムの刷新が予定されており、ナレッジ(相談員向けのFAQ)の整備等による相談業務の負担軽減により、弁護士相談につなげるための要点整理にかかる時間を確保することで、十分な活用を図る。

③ 関係機関との連携強化

新規 ●令和6年度中に作成・配付する、消費者センターへ相談者をつなぐ流れや実際の消費者トラブル事例等を掲載した「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」を、関係機関において実際に見守り活動を行っている現場の方へ配付し、消費者センターへ相談者をつないでもらえるよう働きかけることにより、連携強化を図る。

成果指標



施策を推進する主な事業

	事業名 担当課	消費生活相談費	消費者センター
	成果指標	救済率	 <p>【消費者センター受付窓口】</p>
	目標値	97.0%	
	実績値	94.8%	
	達成率	97.7%	
1	成果指標・ 目標値の説明	消費生活相談において助言等により救済できた割合であり、増加することで、消費者被害から救済されていると考えられるため、救済率を成果指標とした。平成28年度～令和2年度の最高値97.0%を目標値とした。	
	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2,948件 救済率94.8% ・弁護士相談実績 相談件数8件 	
		決算(見込)額	19,923,494

令和6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52回(高齢者26回、若者22回、一般4回)開催し、2,778人(高齢者580人、若者2,113人、一般85人)が受講したことにより、消費者被害に関する注意啓発を図り、被害の未然防止につながった。

●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、「消費者教育推進員」が学校の実情に合わせた講座を実施し、消費者教育の支援を行った。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。

●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(約3,500名)とその世帯を対象として消費生活に係る啓発本を配布した。

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、ホームページで最新の消費者トラブル等の情報発信を行うとともに、長崎市公式LINEで45回情報発信をしたことにより、主に若い世代への消費者トラブル等の注意啓発を図り、被害の未然防止につながった。

●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45回発信したことにより、消費者トラブル等の注意啓発を図り、被害の未然防止につながった。

③ 関係機関と連携した高齢者等の見守り

●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、25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未然防止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2,778人で、新型コロナウイルス感染症の影響により1,969人だった令和3年度に比べると回復傾向にあるものの、前年度の2,914人から若干減少している。

② 迅速な情報提供

●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、当該ツールを使用していない層への迅速な情報提供が課題である。

●消費者契約前の相談の割合が減少しており、相談窓口の周知が十分でないことが課題である。

③ 関係機関と連携した高齢者等の見守り

●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、現場で見守りを行う方への消費者被害に関する事例等の周知が十分でないことから、消費者被害の兆候に気づくことができず、相談のタイミングが遅れることにより、対応に限られることで、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 ●出前講座の受講者数を増加させるため、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とともに、生活困窮者などこれまで実施していなかった層を対象とした出前講座を検討する。また、成年年齢が令和4年4月に引き下げられたため、若年者を対象とした学校等への講座等実施の働きかけを強化するとともに、個別の学校の状況や意向に応じた柔軟な支援を行う。

継続 ●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し、同時に実施するアンケート調査の結果を出前講座の内容に反映させ、実情に合わせた教育を行う。

② 迅速な情報提供

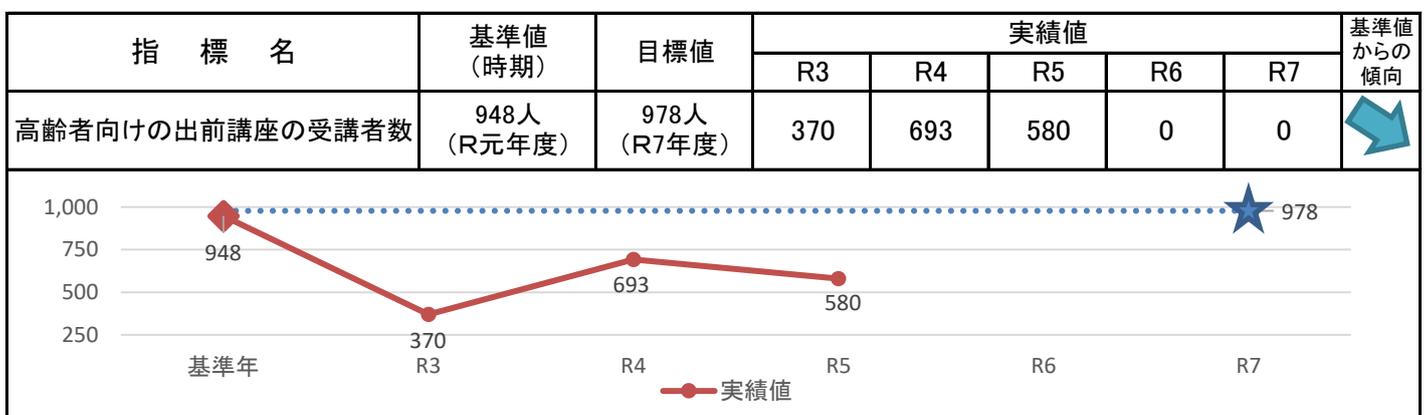
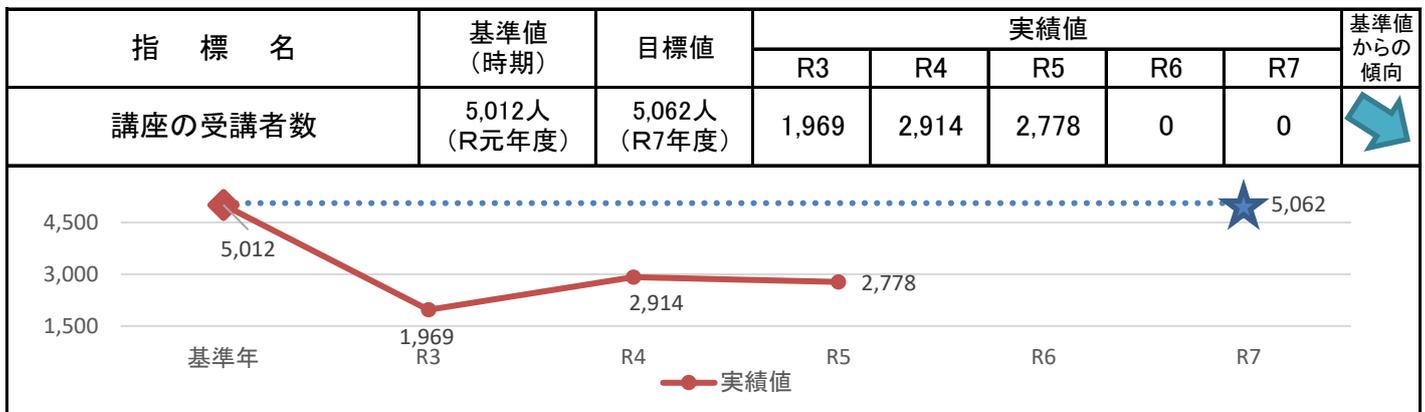
継続 ●迅速な情報発信手段としては、インターネットやSNSを活用することがもっとも効率的であるため、今後も継続していくこととし、受信者増に向けた効果的なPRを検討する。併せて、各地域センターやふれあいセンターで作成・配布を行っている「センターだより」への消費者トラブルの事例掲載を継続して実施することで、インターネットやSNSを使用しない層に対しての情報提供を行う。

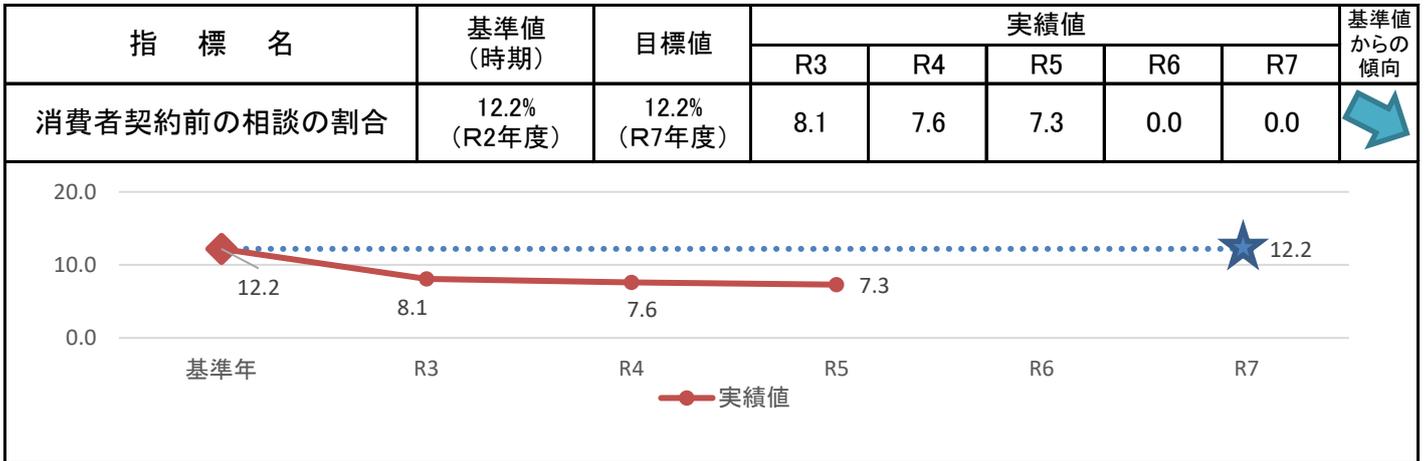
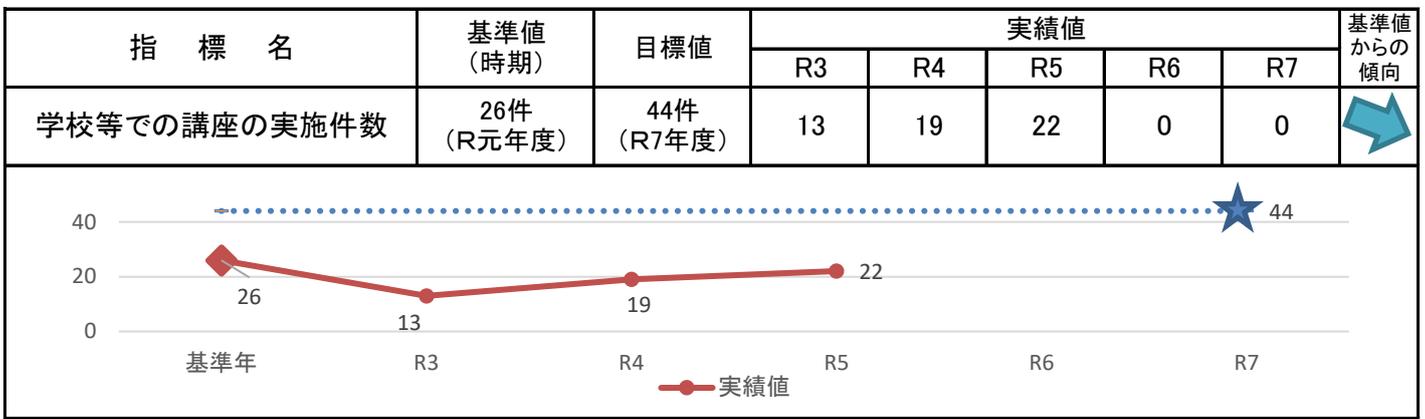
新規 ●相談窓口の認知度向上のため、給食配送車両へのラッピングや様々な啓発ツールを活用した相談窓口の周知を図る。

③ 関係機関と連携した高齢者等の見守り

新規 ●引き続き高齢者に対しては、関係機関と連携し見守りに努めるとともに、消費者トラブルの事例等を掲載した「高齢者や障害者等の見守りハンドブック」を、関係機関において実際に見守り活動を行っている現場の方へ配付し、消費者被害の兆候に気づいてもらえるよう働きかける。

成果指標





施策を推進する主な事業

1	事業名 担当課	消費者啓発推進費	消費者センター
	成果指標	講座の受講者数	
	目標値	5,062人	
	実績値	2,778人	
	達成率	54.9%	
	成果指標・ 目標値の説明	<p>受講者数が増えることで、自立した消費者をめざす市民が増えると考えられるため、出前講座・暮らしの講座の受講者数の合計を成果指標とした。</p> <p>減少傾向(平成27年度～令和元年度平均▲6%)に歯止めをかけ、基準値(令和元年度 5,012人)から1%増加の5,062人を目標値とした。</p>	<p>【SNSでの情報発信】</p>
	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52回、参加者数2,778人 最新の消費者トラブル等についての情報発信 SNS45回、守るネット通信45回		
	決算(見込)額		228,171 円

	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
2	成果指標	学校等での講座の実施件数	 <p>【出前講座】</p>
	目標値	44件	
	実績値	22件	
	達成率	50.0%	
	成果指標・ 目標値の説明	<p>社会に出る前の若い世代に対する講座の実施件数が増えることで、自立した消費者の育成が進み、消費者市民社会の実現が図られると考えるため、中学校、高等学校、大学及び専門学校での出前講座の実施件数を成果指標とした。</p> <p>市内の対象とする学校等(87校)の約5割で実施されている状態を目標とするため、44件を目標値とした。</p>	
	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7回、大学・専門学校等9回 計22回 参加者数 中学生190人、高校生962人、大学・専門学校生等961人 計2,113人		
	決算(見込)額		5,323,638 円