

施策評価シート(平成21年度の振り返り、総括)

作成日 平成 22 年 7 月 6 日

施策No.	13	施策名	安心できる消費活動の推進
主管課名	観光商工課	主管課長名	真庭 敏
関係課名			

施策の目的 【対象】	対象指標名	単位	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
			実績	実績	実績	実績	見込み	見込み
①町民(外国人を含む) ②来訪者(日帰り・宿泊)	①人口	人	24,250	23,809	23,305	22,924	22,591	
	②年間来訪者数	千人	3,850	3,689	3,714	3,601		

施策の目的 【意図】	成果指標名	単位	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度	23年度
			実績	実績	実績	実績	目標	目標
①安心して消費活動を行えるようにする ②消費に関する正確な知識を持ってもらう	①消費に関するトラブル件数	件	1	1	1	0	0	0
	②消費に関し、だまされた等のトラブルにあったことのある町民の割合	%			22.1	17.5		
	③トラブルの相談窓口を知っている町民の割合	%			78	82.6		
成果指標の把握方法と算定式等	①実数を把握→県消費生活センターに問い合わせる ②③町民アンケートで把握							

成果指標設定の考え方	<p>①県消費生活センターへの相談件数で、トラブルに巻き込まれた(巻き込まれそうな)町民の数が把握できる。</p> <p>②町民アンケートでトラブルにあった人の割合を把握することで、消費活動の安心度合いを把握できる。</p> <p>③町民アンケートでトラブルの相談窓口を知っている人の割合を把握することで、被害の未然防止と被害にあった場合の対処の方法を知ることにつながる度合いを把握できる。</p>
------------	---

施策成果向上にむけた住民と行政との役割分担	<p>1) 住民の役割 (住民が自助でやるべきこと、地域やコミュニティが共助でやるべきこと、行政と協働でやるべきこと)</p> <p>①悪質な商法など、消費に関する知識を身につける。 ②計量モニターなどで調査に協力してもらう。 ③悪質な商法などを発見したら通報してもらう。</p> <p>2) 行政の役割 (町がやるべきこと、都道府県がやるべきこと、国がやるべきこと)</p> <p><町></p> <p>①消費生活製品安全法に基づく一部立ち入り検査の実施(県からの委譲事務) ②表示内容の偽装等に係る商品内容量等のモニター調査(県からの委託事務) ③健全な商業の育成と消費者の保護を図るため、県及び各種団体との連携のもと、情報提供や講習会の開催を支援すると共に、消費者自身の知識の向上と相談機能の充実を推進する。</p> <p><県></p> <p>①県消費生活センターの設置・運営(県) ②悪質業者・商法、被害状況等の情報提供(県) ③町への委譲により、消費生活製品安全法に基づく一部立ち入り検査の実施(県) ④町への委託により、表示内容の偽装等に係る商品内容量等のモニター調査(県)</p>
-----------------------	--

21年度の
評価結果

1. 施策の成果水準とその背景・要因

1) 現状の成果水準と時系列比較 (現状の水準は?以前からみて成果は向上したのか、低下したのか、その要因は?)

① 平成21年度に群馬県消費生活センターに寄せられた相談件数は6,391件で、前年度対比7.1% (486件) 減少した。また、県内12市の消費生活センターに寄せられた相談件数は11,355件で、前年度対比4.2% (499件) 減少した。なお、群馬県全体では17,746件で、前年度対比5.3%(985件)減少した。また、分類別の相談内容では、インターネット関連、消費者ローン・ヤミ金融等、架空請求ハガキ等の順で件数が多く、全体の35%を占めている。また、年代別では、30歳代が1,416件と一番多く、40歳代の1,192件、50歳代947件の順となっている。

② 群馬県が実施した「多重債務者法律相談会」における相談会 (17回) では、149人が相談に訪れている。年齢別では40代 (20.1%)、50代 (28.2%)、60代以上 (25.5%) となっており、40代以上が73.8%となっている。また、借金の額では100万円以上200万円未満が20.8%、200万円以上200万円未満が16.1%となっている。同じく群馬県が開催している「生活立て直し相談会」では、延べ20日の相談日で44人が相談に訪れていて、みなかみ町では1人が相談していた。借金の額としては、500万円以上が22.7%と最も多く、次いで200万円以上300万円未満が15.9%となってい

③ 町民アンケートでのだまされた等のトラブルにあったことのある町民の割合は、H20→22.1%、H21→17.5%と、4.6ポイント減少しているが、防災無線などでタイムリーに注意を促した成果ではないか。ATMでの振込に限度額が設定されたことも効果はあったと考える。

④ 町民アンケートでのトラブルの相談窓口を知っている町民の割合は、H20→78%、H21→82.6%と、4.6ポイント増加し、高い水準にある。その要因は、消費生活センターが発行する「くらしのニュース」を3ヶ月毎に回覧しているほか、マスコミなどが身近なニュースとして、消費者被害等を取り上げていることも考えられる。過去に被害にあった人が学習をしているのかも知れない。

2) 他団体との比較 (近隣市町、県・国の平均と比べて成果水準は高いのか低いのか、その背景・要因は?)

① 他団体と比較できる具体的な資料は公表されていないので、比較はできない。

② 県消費生活センターへの相談件数については、年代別、男女別、商品・役務別、販売・購入形態などに分類したデータは公表されているが、市町村別には公表されていないので、比較できない。

③ 群馬県が実施している「多重債務者法律相談会」、「生活の立て直し相談会」の相談件数と市町村別件数については公表されているが、「多重債務者法律相談会」の最多件数の市は24件の伊勢崎市、「生活の立て直し相談会」の最多件数の市は13件の伊勢崎市となっている。みなかみ町はともに0件であった。

3) 住民の期待水準との比較 (住民の期待よりも高い水準なのか 同程度なのか、低いのか、その他の特徴は?)

① 県や市の消費生活センターがあるからか、町へはあまり期待されていないのかもしれない。

② 町では対応できないと思っているのかもしれない。

③ 町内で悪徳業者がセールスをしているとき (消火器など) などは、防災無線などで周知してほしいとの声がある。

2. 施策の成果実績に対してのこれまでの主な取り組み(事務事業)の総括

1) 町内に悪徳業者がセールスで巡回しているときなど、防災無線などによる広報・周知活動により、町内の被害拡大に効果があったと思われる。

2) 立入検査の実施回数は少なかったが、業者の商品表示について認識が多少なりとも深まった。

3. 施策の課題認識と改革改善の方向

1) 県の消費生活センターへの相談内容が町村に流れてくる仕組みとなっているが、群馬県では今後、町村に消費生活センターを設置するよう働きかけている。しかし、町村としては人材育成も含めて、また職員数の削減を進めていることから厳しい。

2) 町村に消費生活センターが設置された場合、国県の支援がなければ町村単独での運営はできないので、群馬県に支援を要請していく必要がある。

3) 利根沼田エリアの消費生活センターの運営は、できれば沼田市が主体となって共同事務を進めてもらえたらよいのではないかと。被害を受けた住民は、町役場への相談はしにくいだろう。ある程度の距離感が必要ではないか。

4) ネット被害等、新しい形態の被害に関する情報を収集し、被害に遭わないようホームページ、広報、回覧等で周知することも必要である。

5) 町への問い合わせが無いのは、問い合わせ先がわからないのかもしれない。

6) 制度上今まで希薄だった町の役割を創出していくことも重要ではないか。

7) 今後、いわゆる生活2法 (生活関連物資等の買占め及び売惜しみに関する法律及び国民生活安定緊急措置法) に関する事務が群馬県から移譲される方向です。