

政策の柱	I 市民の安全で健康な笑顔あふれる暮らしを支えるために	政策名 (基本施策名)	6 日常生活の安心感を高める	施策名	⑤ 消費生活の向上
------	-----------------------------	----------------	----------------	-----	-----------

1 施策の取組状況

主要な取組内容	施策指標の実績とH24末の見通し	指標の達成率	施策指標等 (最上段が、総合計画に基づく指標)	単位	指標の数値(上段:目標値, 下段:実績値)						達成率
					H19	H20	H21	H22	H23	H24	H23
					基準年	実績	実績	実績	実績	見込み	H24見通し
<p>◆消費生活の向上のため、消費生活に関する教育、啓発や情報提供、消費者団体の活動促進の支援に取り組んでいる。また、事業者と消費者間のトラブルの相談に応じたり、不適正な商品表示をなくすための立入調査や不適正な取引行為を行っている事業者への指導に取り組んでいる。</p> <p>◆取引や証明行為に使用される特定計量器の精度・性能を一定水準に維持するための検査や計量思想の普及啓発の取組を推進している。</p>	<p>◆消費生活出前講座の受講者数の実績は約50%、消費生活センターにおける斡旋不調率は目標に近い水準であり、計量器定期検査合格率は目標をほぼ達成している。</p> <p>⇒H24の状況としては、消費生活出前講座の受講者数は、目標の達成は難しいが、消費生活センターにおける斡旋不調率については目標に近い水準を維持し、計量器定期検査合格率については目標をほぼ達成する見込み。</p>	48.8%	消費生活講座等の受講者数	人		3,100	3,700	4,300	4,900	5,500	48.8%
			斡旋不調率	%	3,638	1,685	1,786	2,825	2,682	2,750	99.5%
			計量器定期検査合格率	%	0.9	0.4	0.3	0.5	0.5	0.5	99.5%
						100	100	100	100	100	98.6%
					98.0	97.9	98.7	98.8	98.6	99.0	99.0%
課題	<p>◆消費生活の向上については、消費者被害を未然に防止するための消費者教育における受講者は高齢者が多く、若年層が少ないことから、若年層を対象とした講座の開設等、対策を強化する必要がある。また、不適正な商品表示をなくすための立入調査については、消費者取引適正化事業における各法に規定された製品を扱う店舗について、効率的な調査を実施する必要がある。</p>	市民意識調査(重要度・満足度)			H20	H21	H22	H23			
		重要度	61.2	59.6	59.8	60.4	%				
満足度	30.3	24.3	30.6	34.8	%						

2 重点事業の進捗状況

事業名	スケジュール		事業の進捗状況とH24末の見通し	課題
	前期	後期		
消費者教育・啓発事業と情報提供事業の推進			<p>◆消費者教育事業については、目標に対して約50%の達成率であり、消費者啓発・情報提供については、平成22年度の実績を下回っている。</p> <p>⇒消費者教育事業については、H24の目標の達成は難しい。消費者啓発・情報提供については、H24は新たに地域自治センター等でのパネル展示や相談会のほか、自治会への回覧板を作成、配布することで、さらなる啓発が図られる見通し。</p>	<p>◆若年層への被害が発生しているなかで、若年層の受講者が少ないことから、若年層を対象とした講座の開設や他機関との連携等、対策を強化する必要がある。</p>

3 施策を構成する事務事業の活動指標

No.	事業名	対象者	開始年度	活動指標等	単位	指標の数値(上段:目標値, 下段:実績値)					重点度 (A~C) ※施策目標に対する寄与度	事業の 方向性	施策目標を達成するための取組方針
						H20	H21	H22	H23	H24			
						実績	実績	実績	実績	実績			
1	消費生活相談事業	消費者	S56	開設日数	日	359	359	359	359	359	A	継続	<p>複雑化、多様化する相談内容に対応するため、外部講師を招いての研修等を行い、相談員のスキルアップを図る。相談員同士の意思疎通を図るため、相談員連絡調整会議を活用して、相談事例研究等を行っていく。</p>
				斡旋不調率 (=斡旋不調件数/相談件数×100)	%	0	0	0	0	0			
				多重債務相談の受付件数	件	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000			
						1,163	1,097	743	475				
2	消費者教育事業	消費者	S52	消費生活出前講座等の受講者数	人	3,100	3,700	4,300	4,900	5,500	A	継続	<p>市内の大学、高校、中学校と連携し、若年層への出前講座開催の拡大を図る。 また、小学5、6年生向け副読本の活用を積極的に働きかける。</p>
						1,685	1,786	2,825	2,682				

3 施策を構成する事務事業の活動指標

No.	事業名	対象者	開始年度	活動指標等	単位	指標の数値（上段：目標値，下段：実績値）					重点度 (A~C) ※施策目標に 対する適度	事業の 方向性	施策目標を達成するための取組方針
						H20	H21	H22	H23	H24			
						実績	実績	実績	実績	実績			
3	消費者啓発・情報提供事業	消費者	S51	広報・ホームページ等での情報提供回数	回	36	36	36	36	36	A	継続	啓発については、消費者月間において、新たに地域自治センターや地区市民センターを活用した啓発活動を行うなど、取組を強化するとともに、市が実施するフェスタmy宇都宮などのイベントに参加するほか、消費者啓発用の回覧板の作成、配布を行う。情報提供については、ホームページや広報紙以外にも、生活情報誌を活用していく。
				消費生活講演会	人	100	100	100	100	100			
4	消費者取引適正化事業	三法に規定された製品を扱う販売業者・不適正な取引行為を行う事業者	H12	家庭用品品質表示法に基づく調査店舗数	店舗	129	129	129	129	129	A	継続	商品表示適正化については、計画的かつ効率的に立入検査を実施する。取引行為適正化については、条例に基づく指導等が必要な場合に円滑に対応できるよう、マニュアルの作成を行う。
				消費生活用製品安全法に基づく調査店舗数	店舗	6	6	6	6	6			
				電気用品安全法に基づく調査店舗数	店舗	27	27	27	27	27			
					店舗	8	7	8	115				
5	計量器定期検査事業	計量による取引・証明を行う事業者	S28	計量器定期検査での合格率	%	100	100	100	100	100	A	継続	取引が多様化している中で、適正な計量による取引を推進するため、事業者に対して通知や電話による受検指導を行う。検査で不合格になった計量器の修理状況の確認を徹底する。
						97.9	98.7	98.8	98.6				
6	消費生活展	消費者	S59	入場者数	人	1,100	1,200	1,300	1,400	—	C	廃止	各団体、事業者において個別に活発な啓発活動が実施されていることから事業を廃止し、消費者月間において、新たに啓発活動や出張相談を行うなど、取組を強化する。
						1,100	1,100	1,210	1,070				