

# 施策分析シート（平成20年度）

No1

<b>施策名</b>	安心安全の消費生活	<b>施策No</b>	05-09	<b>部課名</b>	産業経済部産業振興課		
<b>関連部課名</b>							
<b>行政評価事業体系</b>	<b>分野</b>	産業革新都市[ ]					
	<b>政策</b>	活力ある地域経済づくり[05]					
<b>目的</b>	区民等の消費生活に関する相談や情報提供、啓発活動を行うことにより、区民の消費生活の安定と向上を図る。						
<b>指標</b>	<b>施策の成果とする指標名</b>	<b>指標の推移</b>					<b>指標に関する説明</b>
		17年度	18年度	19年度	20年度	目標値 (28年度)	
	消費者講座参加率	83.9%	76.7%	82.0%	100%	100%	定員に対する参加者の割合
	消費生活展来場者数	466人	571人	619人	600人		
	相談件数	1,388	1,094	1,209	1,100	1,000	
	あっ旋解決件数	103 (7.4%)	83 (7.6%)	78 (6.5%)	90 (8.2%)	100 (10%)	( )は全相談件数に対する割合
<b>現状と課題 (指標分析)</b>	<p>消費者にも自己責任が求められる現在、悪質商法や架空請求等に関する区民への啓発はますます重要となっており、消費者講座の一層の充実を図る必要がある。</p> <p>特に、出前講座については、高齢者や若者の被害防止に重点を置き、関係者等との連携を図りながら啓発を行っていく必要がある。</p> <p>消費者相談内容は複雑多岐で長時間に及ぶ相談が増えており、社会経済状況の変化に応じた対応が必要である。</p>						
<b>今後の方向性</b>	<p>《今までの成果及び指標分析を踏まえて》</p> <p>消費者講座の効果を上げるため、講座の内容や実施方法について、より一層の工夫を行う。高齢者や障がい者等の消費者被害防止ネットワークづくりを更に推進するため、福祉関係部署や関係機関との連携を強化する。</p> <p>相談員が社会経済状況の変化に応じた対応ができるよう今後も積極的に研修等に参加する。</p>						

施策の分類		分類についての説明・意見等
前年度設定	今年度設定	
重点的に推進	重点的に推進	区民の消費生活の安定と向上を図ることは重要な課題であり、消費生活に関する相談や情報提供、啓発活動を行う当該施策の優先度は極めて高い。

## 施策分析シート（平成20年度）

No2

施策を構成する事務事業の分類						
事務事業名	事務事業 No	決算額（千円）		施策推進のための 分類		分類についての説明・意見等
		18年度	19年度	前年度 設定	今年度 設定	
消費者啓発事業	04-01-01	298	294	重点的 に推進	重点的 に推進	消費者の安全・安心の確保や自立の支援、消費者トラブル等に対する啓発活動の場として実施する当該事業の優先度は高い。
消費生活展	04-01-02	500	499	継続	継続	消費者団体の発表と一般消費者への啓発の場を確保することができる。
消費者活動支援事業	04-01-03	22	29	継続	継続	消費者団体の自主的・主体的な活動を支援するために必要である。
消費者相談事業	04-01-04	5,569	5,562	重点的 に推進	重点的 に推進	消費生活の安定と向上のため、消費者問題への対応や解決、消費者啓発を図る当該事業の優先度は高い。
電気用品の販売に関する事務	04-01-05	0	0	継続	継続	「特別区における東京都の事務処理の特例に関する条例」に基づく事務である。
計量法に基づく事前調査	04-01-06	0	24	継続	継続	計量法に基づく事務である。
家庭用品の品質表示に関する検査事務	04-01-07	0	0	継続	継続	「特別区における東京都の事務処理の特例に関する条例」に基づく事務である。
合 計		6,389	6,408			